

EROSKI, avanzamos *contigo.*



Memoria corporativa 2024

Eres lo que *eliges*,
lo que *decides*,
lo que *compras*.

Nuestra cultura cooperativa es el motor que impulsa iniciativas con un impacto positivo en la sociedad. Promovemos un consumo responsable basado en la sostenibilidad, la accesibilidad económica, la solidaridad, la alimentación saludable y el respeto al entorno local.

Y tú, ¿eres EROSKI?

Índice

01	Bienvenida	03
	Carta de Rosa Carabel, CEO de Grupo EROSKI	03
	Carta de Leire Mugerza, Presidenta del Consejo Rector de EROSKI S.Coop.	05
02	EROSKI en 2024	07
	Un repaso al año	09
03	Nuestra esencia	13
	SER EROSKI: Nuestra cultura corporativa	15
	Gobierno corporativo	17
	Modelo de negocio: una red de tiendas dinámica y multiformato	19
	Surtido de calidad: nuestras marcas, nuestra mejor referencia	21
04	Nuestros compromisos y apuesta por:	25
	La alimentación saludable	29
	La riqueza y el entorno local	37
	El ahorro	43
	La sostenibilidad	45
	Las personas	53
05	Información: económico-financiera	61



Carta de Rosa Carabel, CEO de Grupo EROSKI

Presentamos nuestra **Memoria 2024, un ejercicio que ha estado marcado por importantes logros y desafíos que hemos enfrentado con éxito**. Hemos consolidado nuestro crecimiento en ventas, demostrando nuestra competitividad en el sector. Mención especial en este sentido merece el comportamiento sobresaliente de nuestro negocio en regiones como Galicia y Baleares, así como la evolución de nuestra cuota de mercado en el último cuatrimestre del año en todo el negocio alimentario, lo que nos brinda un motivo de optimismo de cara al nuevo ejercicio. Especialmente si tenemos en cuenta que **hemos logrado consolidar nuestro ebitda, igualando las cifras de 2020 y 2023**, lo que refleja la fortaleza de nuestra gestión.

Además, **seguimos reduciendo nuestra deuda**, superando incluso lo comprometido. Hemos creado la Oficina del Inversor tras la emisión del bono en noviembre de 2023, con una excelente valoración tanto cualitativa como, sobre todo, cuantitativa. La evolución de su cotización ha sido muy positiva, lo que, sin duda, refleja una creciente confianza en nuestros resultados y en nuestra evolución. La eficiencia de nuestras operaciones ha mejorado notablemente, y eso que ha estado muy condicionada por los incrementos salariales fruto de la inflación general. Estos buenos resultados nos permiten avanzar en la recuperación global de nuestro patrimonio empresarial y social. Sin duda, **2024 será recordado como el año en que cambiamos el rumbo**, dejando de hablar de compensación para comenzar a enfocarnos en el refuerzo y crecimiento desde el punto de vista de la propiedad y el patrimonio.

El crecimiento de nuestra red comercial, con la apertura de 7 nuevas tiendas propias y 53 nuevas franquicias, nos permite fortalecer nuestra presencia en el mercado.

Nos preocupa y nos ocupa dar la mejor de las respuestas a las necesidades de **las personas consumidoras**, sabéis que **son el centro de nuestras decisiones y actividad, junto con las personas trabajadoras**. Y también sabéis que si hay algo que ha preocupado, afectado y condicionado el consumo de los hogares ha sido el efecto de la inflación en el poder adquisitivo de las familias. Por ello en el Grupo EROSKI hemos apostado por estrategias que no solo mantengan la competitividad de precios, sino que, además, lo hagan de manera sostenible e incluso la mejoren. Así, **hemos continuado haciendo un notable esfuerzo inversor para poder trasladar ahorro a las personas consumidoras sin perder de vista la calidad, la salud y la sostenibilidad, con mirada especial a los productos locales y las familias que los proveen**.

Y es que nuestra labor también se extiende a la riqueza local. Hemos extendido nuestro **Programa de Acompañamiento a Proveedores** a regiones como Aragón, Galicia y Navarra. Un programa al servicio de nuestros proveedores agroalimentarios que tiene como objetivo acompañarles en la mejora de las prácticas medioambientales, sociales y de gobierno corporativo. También hemos compartido en 2024 nuestras líneas estratégicas para el siguiente trienio mediante la organización de encuentros en diversas comunidades autónomas, con proveedores, instituciones y otros grupos de interés que, de una manera u otra, nos acompañan en nuestra actividad y misión. Así, hemos tenido la oportunidad de repasar nuestra historia y compartir con orgullo un plan que mantiene y reafirma nuestras raíces, nuestro ADN, nuestros valores y, por supuesto, nuestro propósito. Y que también actualiza nuestra misión para 'Crear y Crecer' en y por un futuro próspero y sostenible, combinando la generación de resultados empresariales con la creación de riqueza en el entorno, asegurando la satisfacción plena de las personas consumidoras y las

personas trabajadoras, fomentando una alimentación saludable.

A nivel organizativo, hemos dado un importante salto en la gestión interna al extender nuestro **programa IMPACTO** que, como conocéis, es **un sistema de gobernanza que se basa en un modelo de trabajo de equipos multidisciplinares** con el conocimiento y capacitación para conseguir impactos positivos. Somos ya un colectivo de en torno a 500 personas las que trabajamos en este programa para contribuir a satisfacer las expectativas de las personas consumidoras de manera diferencial.

Además, **en 2024 hemos celebrado hitos significativos como el 65º aniversario de Caprabo y el 50º aniversario de EROSKI Consumer**. Eventos que reflejan nuestro compromiso con la historia y el futuro del comercio responsable y cercano a las personas.

En el ámbito de la **solidaridad** y la sostenibilidad, tras un riguroso proceso, Velgalsa-EROSKI se ha convertido en la primera empresa del sector en Galicia en conseguir la certificación de Desperdicio Alimentario que acredita la eficiencia del sistema de gestión con el que la compañía contribuye a prevenir y reducir los desperdicios alimentarios a lo largo de toda la cadena de suministro. Igualmente, consolidamos iniciativas como el **Céntimo Solidario** que canalizan la generosidad de la sociedad combinada con la del Grupo EROSKI hacia proyectos sociales de impacto. Mención destacada en este ámbito merece la campaña que organizamos para recaudar fondos en favor de la población damnificada por los devastadores efectos de la DANA, en colaboración con la Cruz Roja. Aprovecho la oportunidad que me ofrece este espacio, para agradecer a nuestra clientela su respuesta a nuestra llamada a la solidaridad. Una vez más, han demostrado su fuerte compromiso solidario logrando reunir la campaña más de medio millón de euros, gracias a sus donaciones y a la aportación adicional que hicimos desde el Grupo EROSKI. También quiero trasladar un mensaje de ánimo y un cariño sincero para todas las personas que siguen sufriendo de parte de la familia EROSKI.

Mirando hacia 2025, reafirmamos nuestro compromiso con la innovación, la sostenibilidad, la cercanía con las personas consumidoras y la satisfacción de las personas trabajadoras. También ratificamos nuestro compromiso de contribución activa a la consecución de los Objetivos de Desarrollo

Sostenible, en virtud de nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones, integrándolos en nuestra estrategia, cultura y operaciones. Somos conscientes de que continuaremos enfrentando incertidumbres y tensiones geopolíticas, así como una presión regulatoria creciente, especialmente en sostenibilidad, que complejiza, aún más si cabe, la transformación del sector. Sin embargo, **nuestras prioridades permanecen firmes: competitividad a través de nuestros precios, promociones masivas y personalizadas, y el impulso de una marca propia que refleje nuestro posicionamiento**. Además, continuamos priorizando los productos frescos y locales, un surtido amplio que apoya de manera inequívoca a nuestros proveedores locales agroalimentarios. También continuamos impulsando nuestros clubes de fidelización y seguimos ampliando nuestra red comercial, transformando nuestros establecimientos hacia los modelos más actuales, e impulsando nuevas tiendas propias y franquiciadas. Por otro lado, seguimos avanzando en digitalización y en el uso de herramientas analíticas avanzadas, lo que nos permite optimizar la gestión de las principales variables del negocio, mejorar la eficiencia y, por ende, enriquecer la experiencia de compra en nuestras tiendas y canales.

Por último, pero sin duda esencial, **aspiramos a que 2025 sea un año excepcional para todas las personas que formamos parte de este proyecto**. Cerramos una etapa en la que nuestro compromiso, resiliencia, responsabilidad en la toma de decisiones y nuestra firme apuesta por nuestro modelo socio empresarial único han sido claramente demostrados como clave de nuestra nueva y prometedora situación. Con orgullo por el trabajo realizado, nos adentramos en esta nueva etapa, en la que el liderazgo cooperativo y el enfoque en la satisfacción de las personas trabajadoras deben ser prioritarios y uno de los principales objetivos de los próximos años en este ciclo estratégico.

Agradezco a todas las personas que forman parte del Grupo EROSKI, de una u otra manera, su dedicación y esfuerzo constante. Estoy segura de que, manteniéndonos como un equipo, podremos seguir construyendo un futuro prometedor para el grupo, para las comunidades a las que servimos y para la sociedad en general. Un futuro que será más sostenible, igualitario, diverso e inclusivo, y, por lo tanto, en el que **el bienestar de todas las personas será el eje de nuestra evolución**.



Al hacer balance de 2024, contemplo con orgullo y emoción un año de avances sólidos que reafirman nuestra misión y fortalecen el valor de nuestro modelo cooperativo. Ha sido un ejercicio en el que el Grupo EROSKI ha demostrado que es posible crecer con alma, siendo competitivos, mejorando nuestras condiciones y reafirmando nuestro compromiso social.

Los resultados económicos positivos de los últimos ejercicios, que se han consolidado en 2024, nos han permitido no solo robustecer nuestra posición en el mercado, sino también recuperar elementos clave de nuestra hoja de ruta cooperativa.

Uno de los avances más significativos ha sido la posibilidad de revertir parcialmente los efectos de situaciones pasadas que, en su momento, fueron asumidas por las personas socias trabajadoras. Una realidad que ahora empieza a encontrar respuesta gracias a la mejora sostenida y que es una expresión muy coherente de lo que somos como cooperativa: participación activa en los momentos de dificultad y distribución equitativa de la riqueza cuando el contexto mejora. Este paso simboliza una evolución hacia una etapa de mayor solidez y proyección compartida.

Esa misma idea de compromiso mutuo y construcción colectiva se materializa también en el **Fondo de Solidaridad ERLAN**, una herramienta única que refleja el compromiso interno de apoyo entre personas socias. ERLAN representa la capacidad de dar una respuesta estructurada y sostenible a las situaciones personales más complejas, mediante una aportación voluntaria y generosa orientada al bien común. Es, sin duda, una de las expresiones más genuinas del **espíritu cooperativo que nos une y que nos diferencia**. ¿Qué mayor motivo de orgullo puede tener quien preside el Consejo Rector que representar a una comunidad capaz de construir este tipo de respuestas colectivas?

Igualmente, la senda positiva de los últimos ejercicios nos ha permitido fortalecer la dotación del **fondo COFIP, destinado a fomentar iniciativas de carácter social y cooperativo** que forman parte de nuestra identidad desde los inicios. Además, hemos ampliado su alcance conforme a lo establecido en la nueva Ley de Cooperativas de Euskadi, abriendo nuevas posibilidades para responder a las necesidades del entorno desde nuestra vocación transformadora.

Con esta base reforzada, miramos al futuro con el compromiso de seguir generando impacto positivo y valor compartido en la sociedad.

2024 ha sido también un año en el que hemos ampliado nuestra red comercial con nuevos puntos de venta, propios y franquiciados, e incorporado a nuevas personas a nuestra organización.

La familia EROSKI sigue creciendo, también en número de personas socias consumidoras, que ya superan los 1,4 millones. Y lo más importante, crece también su implicación, a través de canales de participación consolidados que refuerzan nuestra gobernanza y nuestra comunidad.

Celebramos también los aniversarios de dos referentes, los 65 años de Caprabo y los 50 años de EROSKI Consumer, que reflejan nuestro compromiso con la distribución de calidad y la información útil para las personas consumidoras.

Medio siglo acompañando e informando a la ciudadanía, que se traduce hoy en iniciativas como la revitalización de los comités consumeristas y el trabajo constante de la Escuela de Alimentación de la Fundación EROSKI, cuyos programas educativos han superado en 2024 los 2,1 millones de estudiantes participantes desde que se puso en marcha en 2012.

Conscientes de las dificultades económicas que viven muchos hogares, hemos reforzado nuestras acciones para ofrecer un ahorro real a las personas consumidoras. Nuestro esfuerzo inversor en los dos últimos años ha superado los 50 millones de euros, porque en una organización con más de 6,4 millones de personas socias del club EROSKI, el impacto es enorme y la responsabilidad ineludible.

La solidaridad y la sostenibilidad continúan siendo ejes fundamentales de nuestra identidad. En 2024, a través de iniciativas como el **Céntimo Solidario**, **hemos canalizado más de 26 millones de euros** destinados a apoyar la labor de más de 300 entidades sociales. Asimismo, hemos unido esfuerzos con Cruz Roja y con nuestra clientela para llevar a cabo una acción extraordinaria de apoyo a las personas afectadas por la DANA, reafirmando así nuestra vocación de cooperar donde más se necesita.

Miramos a 2025 con la convicción de que nuestro modelo sigue siendo una respuesta válida y transformadora. Crecer de forma diferente es posible: siendo competitivos para garantizar nuestra sostenibilidad económica, pero también siendo solidarios, responsables y fieles a nuestra esencia cooperativa. Porque **en el Grupo EROSKI, cada paso que damos está impregnado de propósito, participación y compromiso con las personas**.

Esta carta no es solo el cierre de un ejercicio, sino una declaración viva de que nuestra misión "Crear y crecer" está plenamente vigente. En el Grupo EROSKI trabajamos cada día para mejorar la calidad de vida de las personas socias consumidoras y trabajadoras, y lo hacemos generando valor compartido, desde una gestión participativa y un modelo de colaboración que nos define como cooperativa. Creamos y crecemos con el firme propósito de impulsar un resultado empresarial que permita crear riqueza en el entorno, satisfacer a quienes nos eligen y nos construyen cada día, y fomentar una alimentación saludable y responsable. Estas acciones no son solo parte de lo que hacemos, sino reflejo de lo que somos: una organización comprometida con su entorno, con las personas y con un futuro más justo y sostenible. En el Grupo EROSKI, la convicción de que es posible ser competitivos sin renunciar a nuestros valores sigue guiando con firmeza nuestro presente y nuestro futuro.

**Carta de
Leire Mugerza,
Presidenta del Consejo
Rector de EROSKI S.Coop.**



02

EROSKI en 2024, un repaso al año

EROSKI en 2024

Un repaso al año



Febrero

Extendemos a Burgos y Soria nuestro plan de descuentos en la compra para familias numerosas.



Marzo

Presentamos nuestro segundo camión eléctrico en Bilbao.



Abril

Reunimos a más de 300 proveedores para compartir las líneas de nuestro plan estratégico para los próximos 3 años.



Agosto

Hacemos balance de nuestro "Programa Educativo en Alimentación y Hábitos de Vida Saludables" de Fundación EROSKI, en el que han participado ya más de 2 millones de escolares.



Septiembre

Damos un nuevo impulso al ahorro de las familias con una bajada de precios en 2.000 productos.



Octubre

¡Nuestro esfuerzo es reconocido! En EROSKI obtenemos cinco galardones en los premios "Comercio del Año" y se renueva nuestro reconocimiento como líder en el servicio de atención al cliente por décimotercer año consecutivo.



Mayo

Inauguramos en nuestro centro logístico de Son Morro (Palma) el sistema robótico AutoStore, el primero de estas características en el sector de la distribución de alimentos en España.



Junio

Firmamos junto a IBERDROLA un acuerdo para instalar 1.000 puntos de recarga para vehículos eléctricos en más de 300 supermercados de nuestro Grupo.



Julio

Formación, divulgación e innovación son los ejes centrales de la renovación del convenio que realizamos desde EROSKI junto a Basque Culinary Center.



Noviembre

Celebramos con EROSKI Consumer nuestro 50º aniversario, liderando la información y formación de las personas consumidoras.



Diciembre

En EROSKI, junto a nuestros clientes, donamos más de medio millón de euros para las personas damnificadas por la DANA.



Enero 2025

Hemos sido seleccionados para representar a Euskadi en los Premios de la Semana Europea de Prevención de Residuos.

EROSKI en cifras

Un repaso al año

Financieros



5.885 M€
de facturación



26.440.000 €
a diversos fines sociales



1.502
establecimientos



60
aperturas

+6.400.000
Socios Clientes

Sostenibilidad



2.600
Toneladas de alimentos donados
a entidades sociales



40.140
Toneladas de residuos
destinadas a reciclaje
o valorización

Equipo



27.625
personas
trabajadoras



74%
puestos de
responsabilidad
ocupados por mujeres



76%
mujeres en
la plantilla



3.624
empleos estimados
en franquicias



474.739
personas atendidas a través del
Servicio de Atención al Cliente

Salud



248
productos de nuestra
marca propia sin gluten
en nuestras tiendas



1.710
productos de marca propia con
el etiquetado nutricional
avanzado Nutri-Score en el envase



31.720
personas han utilizado el servicio
de información nutricional de
EROSKI Club (Ekilibria)



+1.200
auditorías a puntos de venta,
plataformas y proveedores

Entorno local



3.606
proveedores
comerciales
nacionales (93%)



2.027
pequeños
productores
agroalimentarios
(56,2%)



+20.000
referencias de
productos locales de
los que 1.609 han sido
nuevas altas

Premios



- Comercio del Año
- Atención al Cliente
- Premios Solidaridad Onda Cero

- WIR 2024 (CEO, Rosa Carabel)
- Premio a nuestra marca propia por
"Salute to Excellence Awards"



03

Nuestra esencia

Ser EROSKI

Nuestra cultura corporativa

En EROSKI, 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 una agrupación de tiendas de alimentación cuya misión primordial es generar resultado empresarial actual y futuro para:

- Crear riqueza en el entorno.
- Satisfacer a las personas consumidoras y trabajadoras.
- Fomentar una buena alimentación.

En EROSKI, nos guiamos por valores cooperativos y creemos en la gestión participativa y la colaboración en el trabajo.

Visión

Seremos la tienda preferida para las personas consumidoras, trabajadoras y su entorno.

Por facilitar productos de calidad a buenos precios, por fomentar una alimentación saludable, local y sostenible; por ofrecer un proyecto ilusionante al equipo fundamentalmente femenino, y que reflejará en todo momento nuestros valores cooperativos.

Valores



Responsabilidad económica, social y ambiental

Generamos resultados para sostener el proyecto socio-empresarial y para generar riqueza en cada entorno. Queremos un reparto solidario y sostenible medioambientalmente.



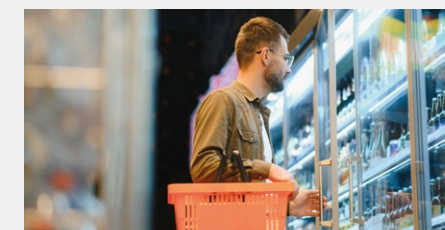
Participación

Es un derecho y una obligación de los socios. Es un compromiso en la gestión empresarial y social, implica autoexigencia, corresponsabilidad y búsqueda de la mejora continua basada en la autogestión.



Cooperación

Somos propietarios y protagonistas, lo que supone trabajar en 'algo propio' y considerar trabajar en EROSKI como un proyecto conjunto.



Confianza

Nos importan las relaciones basadas en la honestidad y la sencillez. La transparencia es nuestra forma de trabajar entre personas.



Compromiso consumidor

Comprometidos no sólo con los Socios Cliente, sino en una visión amplia del consumidor como ciudadano al que queremos servir y satisfacer. Ofreciéndole buenos productos y precios, escuchándole para mejorar.



Innovación

Creemos en la actitud de apertura al cambio, en la búsqueda permanente de mejoras, sobre todo en ofrecer a los clientes lo que necesitan, como modo de progresar en la empresa y en la sociedad.

Gobierno *corporativo*

Somos Grupo EROSKI, el primer grupo de distribución minorista de bienes y servicios de gran consumo de carácter cooperativo en España.

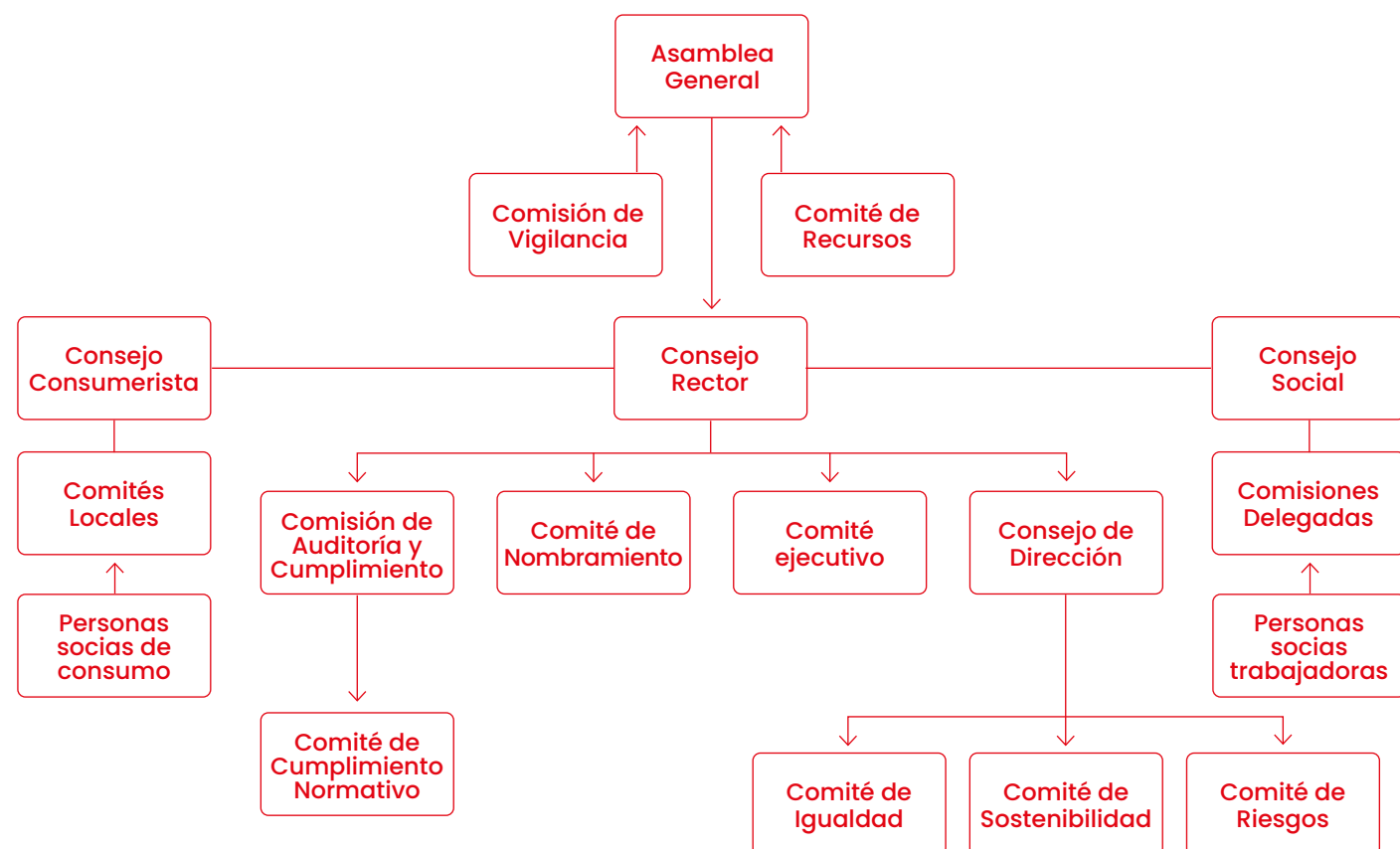
Nuestro modelo de gobierno se caracteriza por contar con una estructura perfectamente definida y separada en referencia a la toma de decisiones, que garantiza una gestión eficaz basada en la coordinación entre todas las partes. La Asamblea

General es el órgano supremo de decisión de la cooperativa, y el Consejo Rector el máximo órgano de supervisión y control. El Consejo de Dirección es el órgano superior de gestión y atiende, entre otras, a las cuestiones delegadas del Consejo Rector.

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

Estructura de gobierno en el Grupo EROSKI

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



De dentro para fuera: *nuestras alianzas estratégicas*

En este panorama de intensa competencia, siendo coherentes con nuestras raíces, en EROSKI creemos que juntos somos más fuertes y, por eso, apostamos por fortalecer nuestras colaboraciones estratégicas. Estas alianzas representan factores clave que consolidan nuestra posición competitiva y nos permiten trasladar mayores oportunidades de ahorro a quienes confían en nosotros para sus compras diarias.



Vegalsa-EROSKI

VEGALSA-EROSKI es una sociedad participada al 50% por la familia González y el Grupo EROSKI y, por ello, cuenta con un modelo de gobierno corporativo diferente en algunas cuestiones. Forma parte del Grupo EROSKI desde 1998 y es el referente de la distribución comercial en Galicia. Actualmente desarrolla también su actividad en las comunidades limítrofes de Asturias y Castilla y León.

Cuenta con un equipo de más de 7.700 personas y una red comercial que supera las 280 tiendas que operan bajo sus diferentes enseñas comerciales.

Supratuc2020

Es la alianza creada en 2021 entre el Grupo EROSKI y EP Corporate Group que tiene como ámbito de actuación Cataluña 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.

Modelo de negocio: una red de tiendas dinámica y multiformato.

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.

Actualmente contamos con una red comercial omnicanal de 1.502 establecimientos que conforman una superficie comercial de 1,13 millones de metros cuadrados y 6 tiendas online.



1.502 establecimientos
60 nuevas tiendas
7 propias
53 franquiciadas



1.420 de dominio
alimentario



1,13 millones m² establecimientos físicos



6 tiendas online

Número de tiendas físicas del Grupo EROSKI y sus franquicias por negocio a 31 de enero de 2025

	Propias	Franquicias	Total
Hipermercados	36	0	36
Supermercados	724	604	1.328
Cash&Carry	16	0	16
Gasolineras	40	0	40
Ocio y deporte	64	1	65
Ópticas	11	0	11
Total	891	605	1.496

Número de supermercados del Grupo EROSKI y sus franquicias por enseña

	Propias	Franquicias	Total
EROSKI Center	183	2	185
EROSKI City	292	331	623
ALIPROX	0	106	106
ONDA	0	1	1
FAMILIA	78	0	78
RAPID	1	53	54
CAPRABO	170	111	281
TOTAL	724	604	1328

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

Distribución de los establecimientos físicos por Comunidad Autónoma



EROSKI

Hemos alcanzado más de 600 establecimientos franquiciados. Irkus Sainz de Murieta, franquiciado de EROSKI, recibe **EL PREMIO AL MEJOR FRANQUICIADO DEL AÑO** otorgado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF).

Caprabo

Celebra su 65 aniversario. Caprabo nació en la ciudad de Barcelona en el año 1959. Su primera tienda se instaló en la calle Sant Antoni Maria Claret, concretamente en el número 318, donde todavía sigue abierta luciendo su distintivo logo azul.

Vegalsa

Relevo en la dirección general. Joaquín González cedió el testigo a José Manuel Ferreño, que desde el 1 de febrero de 2024 es el nuevo director general de Vegalsa-Eroski.
Autoservicios Familia celebra su 30 aniversario. En 2024, nuestra enseña Autoservicios Familia celebró su 30º aniversario, consolidándose como un referente en la distribución alimentaria de proximidad con una excelente relación calidad-precio.

FORUM SPORTS

En la línea de lo realizado con los excedentes alimentarios, desde hace años donamos a entidades sociales los artículos de consumo no alimentario, como ropa, y calzado en perfectas condiciones de uso que retiramos de la venta, por ejemplo, por cambios de temporada en la gama. FORUM ha donado 1.568 kilos de ropa y accesorios deportivos a Cruz Roja Bizkaia.

Conectando experiencias, simplificando compras: *Omnicanalidad*

Seguimos apostando firmemente por la estrategia omnicanal, esforzándonos para que nuestra clientela disfrute de una experiencia única y diferenciada en cualquier canal de compra. Trabajamos para hacer nuestros servicios digitales más accesibles, intuitivos y cómodos, eliminando las barreras entre los canales físicos y digitales. Nuestro objetivo es mejorar la experiencia de compra y ofrecer todas las opciones para que cada persona elija la que mejor se adapte a sus necesidades y preferencias.

Datos del *ecosistema digital*



6 tiendas online

negocios de alimentación, material deportivo y seguros



31 puntos

Click&Drive



72 puntos

Click&Collect



4

Taquillas inteligentes



EROSKI obtiene cinco galardones en los premios comercio del año

Por octavo año consecutivo, los consumidores eligen EROSKI como el mejor Supermercado Online.

Por segunda vez EROSKI recibe el premio en la categoría 'Mejor Comercio del Año en 'Productos Frescos' e 'Hipermercados'.

También recibe el "Premio Mejor Comercio del Año" en las categorías de Supermercados de Proximidad y de Franquicias.

El asistente virtual del supermercado online de EROSKI es elegido uno de los seis casos de innovación en IA generativa del año en el 'Global Innovation Day 2024' de innobasque

Surtido de calidad: *nuestras marcas nuestra mejor referencia.*

Nuestras marcas EROSKI son el reflejo de nuestra apuesta por la alimentación saludable, el producto local y la sostenibilidad, contribuyendo a nuestro posicionamiento en el mercado.

En 2024 hemos incorporado un total de 451 nuevas referencias de marca propia. En EROSKI hemos dado un impulso a nuestras marcas propias, revisando el surtido, que supera los 5.600 productos en el total de la gama, y dotándolas de más promociones y descuentos.

Así, el peso de la marca propia en el ejercicio ha superado el 36% en el dominio alimentario.



Hemos reformulado la ficha técnica de numerosos productos de nuestras marcas con base en el Nutri-Score. Como resultado de esta labor, en 2024 el 63% de nuestra gama de marca propia ha tenido una valoración Nutri-Score A, B o C.

Descripción		2024
	Amplia gama de productos que ofrece todo lo que necesitas con la mejor relación calidad/precio garantizada.	3.334
	Producto de consumo ordinario, para todos los días, con todas las garantías de calidad de EROSKI a precio más bajo.	247
	Lo mejor de lo mejor. Productos testados por el Basque Culinary Center.	194
	Productos frescos de producciones más responsables con todo el sabor, total trazabilidad y calidad controlada, de los mejores orígenes y en su mejor momento.	405
	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.	77
TOTAL		5.603

Descripción		2024
	Nueva marca lanzada en 2022 para productos con sello V-Label que garantiza que son aptos para las personas veganas.	13
	Productos de cosmética, higiene y cuidado personal sin parabenos ni triclosán, dermatológicamente testados y al mejor precio.	332
	Ropa y calzado con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.	905
	Ropa y equipamiento deportivo con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.	78
	Aparatos electrónicos y electrodomésticos con diferentes niveles de funcionalidad y la mejor relación calidad/precio.	18



04

Nuestros compromisos y ejes estratégicos

Modelo comercial 'contigo'

Guiados por unos valores que reflejan nuestras fuertes convicciones cooperativas, creemos que es posible una forma diferente de hacer empresa y que la participación y colaboración son el inicio de todo. Con esta base, y con la misión de fomentar una buena alimentación, satisfacer a las personas consumidoras y trabajadoras y seguir creciendo a la vez que generamos riqueza en nuestro entorno, desarrollamos nuestro modelo comercial 'contigo'.

Queremos ser la tienda preferida para las personas consumidoras, trabajadoras y su entorno. Nos hemos comprometido a ofrecer una cesta variada y de calidad, pero sin comprometer el bolsillo. Para ello, hacemos un esfuerzo constante y permanente para ofrecer productos de todas las marcas de confianza a buenos precios, tanto para nuestras marcas propias como para diversas marcas de fabricantes referentes en el mercado. Todo este gran surtido lo configuramos desde el apoyo a la producción

local y la promoción de una alimentación saludable basada en los productos frescos. Ofrecemos calidad también en la experiencia que cada persona recibe, con tiendas cercanas y una atención y propuesta de ahorro personalizadas.

Este modelo estratégico integra nuestra visión y compromisos en estos ámbitos en todas las unidades de negocio, así como en la relación que tenemos con nuestra clientela y demás grupos de interés.

En 2024 hemos seguido avanzando en los ejes de posicionamiento estratégicos que componen nuestro modelo de negocio:

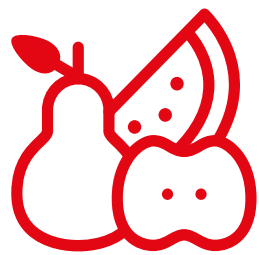


Cuidamos la *salud*. Priorizamos lo *local*. Garantizamos el *ahorro*.

Trabajamos para fortalecer la oferta de productos locales, promover una alimentación saludable y sostenible a precios accesibles y contribuir a la riqueza y al desarrollo social de las comunidades en las que operamos.



Nuestra apuesta por la alimentación saludable



**ALIMENTACIÓN
SALUDABLE**



En EROSKI, los productos frescos son el corazón de nuestra propuesta y el ADN de lo que para nosotros es una alimentación saludable. Cada día trabajamos para ofrecer frutas, verduras, carnes y pescados de la mejor calidad, garantizando su frescura desde el origen hasta las mesas de nuestros clientes. Apostamos por proveedores locales, sostenibilidad y precios justos, porque sabemos lo importante que es una alimentación equilibrada. Además, estamos comprometidos con la seguridad alimentaria, un pilar fundamental en nuestra estrategia para facilitar opciones saludables y de confianza. Queremos que nuestra clientela disfrute de lo mejor, con la tranquilidad de que cada producto que lleva a casa cumple con los más altos estándares de calidad.

31.720

personas se han beneficiado de nuestro servicio de información nutricional EKILIBRIA.

31.595

controles analíticos, tanto químicos, físicos, microbiológicos como genéticos.

63%

de nuestra gama de marca propia ha tenido una valoración Nutri-Score A, B o C.

248

productos sin gluten de nuestra marca propia.

213.629

escolares han participado en nuestro Programa Educativo en Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS).



Nutri-Score: Hacia una cesta de la compra más saludable y consciente

En EROSKI, la implantación del Nutri-Score en nuestros productos busca facilitar la elección de nuestros consumidores de manera responsable y saludable. Este etiquetado frontal homogéneo permite comparar de forma sencilla y clara los productos de distintas marcas que compiten en el mismo lineal. De este modo, buscamos que cada persona pueda tomar decisiones más informadas y llevar a casa productos con mejor composición nutricional, fomentando una cesta de la compra más saludable. Con el tiempo,

esperamos que los productos con mejores calificaciones Nutri-Score ganen protagonismo, desplazando a aquellos con una peor composición nutricional.

Además, la implementación del Nutri-Score impulsa a los fabricantes y distribuidores a mejorar la calidad nutricional de sus productos. Al ofrecer información objetiva y fácil de entender, se genera una competencia que motiva la mejora continua de las gamas de productos. El resultado es un lineal más saludable, con productos

que mejoran tanto en su perfil nutricional como en su calidad global. Esta iniciativa también ha permitido que la propuesta comercial evolucione, llevando a la reformulación de productos o incluso a la eliminación de los que no cumplen con las expectativas nutricionales.

1.710

productos de marca propia cuentan con el etiquetado Nutri-Score.

63%

de nuestra gama de marca propia ha tenido una valoración Nutri-Score A B o C.

NUTRI-SCORE



Nuestro Modelo de Gestión de Calidad asegura que cada producto que llega a nuestros clientes cumple con los más estrictos controles de seguridad.



Trazabilidad:

Seguimiento completo de nuestros productos.



Evaluación constante:

Análisis continuo de nuestras tiendas y plataformas para garantizar su calidad.

915

auditorías de calidad

11

auditorías de plantas de producción de proveedores de otras marcas

315

auditorías en plantas de producción de proveedores de marca propia.



Control exhaustivo:

Supervisión rigurosa de los productos que ofrecemos, especialmente los de nuestra marca propia.



Atención a las reclamaciones:

Seguimiento detallado de las quejas y comentarios de nuestros clientes.



Homologación de proveedores:

Selección y validación de proveedores, con especial atención a los productos de marca propia.



Gestión rápida y eficiente de alertas de seguridad alimentaria:

Respuesta ágil ante cualquier situación que pueda comprometer la seguridad de nuestros productos.

Aprender a comer bien *desde pequeños*



Programa Educativo en Alimentación y Hábitos Saludables (PEAHS)

La educación es la base para avanzar hacia una nutrición más sana, que evite problemas de salud a los niños y niñas. En el Grupo EROSKI, damos mucha importancia a los programas educativos destinados a fomentar una alimentación saludable y a promocionar los hábitos de vida saludable. Por eso, estamos presentes en los centros escolares para divulgar pautas para una mejor nutrición a través de diferentes iniciativas. Durante el curso 2023/2024, han participado 2.352 colegios y 213.629 estudiantes de todo el estado, y desde que se inició en 2012 ya son un total de 2.110.000 escolares menores de 12 años los que han participado.

213.629
estudiantes

2.352
colegios

2,1
millones de
niños desde
2012

Energía para Crecer

El objetivo de este programa de la Fundación EROSKI es hacer frente a las altas tasas de obesidad infantil y divulgar entre los niños y niñas hábitos saludables de nutrición.

Entre mayo y septiembre de 2024 se llevó a cabo la **"Encuesta sobre Hábitos Alimentarios a Escolares de Primaria"**, en la que se encuestó a **2.126 niñas y niños** de entre 8 y 12 años en nueve comunidades autónomas del norte de España. La encuesta abordaba tres ámbitos clave: el familiar, los referentes externos en materia de alimentación, la comida y las emociones. Sus resultados, presentados en el marco de la celebración del 50º Aniversario de Consumer EROSKI, revelaron que, aunque la inmensa mayoría de escolares de primaria afirma participar en la compra y en la preparación de alimentos, persisten problemas como evitar el consumo frecuente de alimentos poco saludables y reducir la influencia de las pantallas durante las comidas.

Visita tu Super y Mates en tu Super

Nuestros programas infantiles de acercamiento del supermercado y hábitos de consumo saludable a los más pequeños cumplieron el curso 2023/2024 diez años, llegando a 25.000 alumnos a través de 1.000 visitas a nuestros establecimientos en este periodo. En 2024, se realizaron 107 visitas, impactando a 2.619 estudiantes de 5º y 6º de primaria.

2.619
estudiantes de
5º y 6º de primaria

107
visitas

CAPRABO a las aulas

Elige Bueno, Elige Sano: CAPRABO junto a los más pequeños. Este es el programa de CAPRABO para una educación en alimentación saludable destinado a menores de entre 2 y 12 años y que en 2024 ha celebrado su 15º aniversario. El programa se basa en el decálogo de compromisos de salud y de sostenibilidad de CAPRABO y cuenta con el apoyo de expertos dietistas-nutricionistas, pedagogos y maestros. El objetivo es ayudar a promover la alimentación saludable a lo largo de todas las etapas de desarrollo de niños y niñas.

En 2024, se han llevado a cabo, al igual que en cursos previos, talleres para escolares de primaria en tiendas CAPRABO impartidos por nutricionistas, y otros guiados por los propios docentes del colegio que previamente recibieron los materiales necesarios para la impartición del taller.

+ 5.900
niños y niñas

286
talleres

Consumer EROSKI: nuestro *proyecto de información* *consumerista* cumple 50 años

Consumer EROSKI es nuestro portal de información al consumidor, comprometido con la promoción de hábitos de vida saludables, el consumo sostenible y la conservación del medioambiente y los derechos del consumidor.

Las personas consumidoras se enfrentan a multitud de decisiones en su vida cotidiana, desde qué productos comprar hasta qué servicios contratar. En Consumer EROSKI nos esforzamos por ofrecerles herramientas y conocimientos que les permitan tomar decisiones informadas.

En 2024 la revista Consumer EROSKI cumplió 50 años de existencia, todo un hito para un medio de comunicación en los tiempos que

corren. A lo largo de este medio siglo ha seguido siendo una fuente de información que mantiene sus señas de identidad: veracidad, rigor, independencia editorial y utilidad para la toma de decisiones. El 21 de noviembre tuvo lugar en el Palacio de Congresos Kursaal de San Sebastián el evento dirigido a la sociedad para celebrar el aniversario de la revista, con la asistencia de más de 500 invitados.

Salud para todos, atendemos las necesidades especiales en alimentación

En nuestro propósito de atender a las personas con necesidades especiales de alimentación, hemos avanzado para ofrecer un mejor servicio a las personas con enfermedad celíaca.

En 2024 hemos renovado los convenios de colaboración con las asociaciones de personas con enfermedad celíaca del País Vasco, La Rioja, Cataluña, Navarra y las Islas Baleares. En total, 2.669 socios de estas cinco asociaciones se han beneficiado en 2024 de dichos convenios, que incluyen, entre otras ventajas, un 20% de descuento en la compra de más de 200 referencias elaboradas específicamente sin gluten. Además, hemos iniciado los pasos para establecer un convenio similar en 2025 con la Asociación de Celíacos de Galicia.

Asimismo, como otros años, hemos colaborado en el patrocinio de las iniciativas llevadas a cabo por las asociaciones en el **Día Internacional de la Enfermedad Celíaca**, el 16 de mayo, y el Día Nacional del Celíaco, el 27 de mayo.

En CAPRABO realizamos durante todo el mes de mayo diferentes acciones de sensibilización con la Associació Celíacs de Catalunya, como un sorteo de productos sin gluten de marca propia o un concurso en redes sociales sobre celiaquía y alimentación sin gluten.



Además contamos con

248
productos de
nuestras marcas
propias sin gluten

117
referencias
sin lactosa

40
referencias
sin leche

3
referencias
sin huevo

Nuestra apuesta por la riqueza y el entorno local

Nuestro compromiso con las comunidades en las que operamos va más allá de la mera presencia en ellas; buscamos activamente contribuir al desarrollo y fortalecimiento de la economía regional. Para ello, fomentamos la colaboración con proveedores locales, apoyando la producción y el consumo de productos autóctonos. Esta colaboración impulsa el crecimiento económico local, crea empleos y promueve la sostenibilidad de los ecosistemas productivos cercanos. Así, en EROSKI, trabajamos para generar un impacto positivo en las comunidades, apoyando a aquellos que, con su esfuerzo y dedicación, enriquecen y dan vida a sus respectivos territorios.

2.563

productos con DOP o IGP

1.609

nuevas altas de productos locales y regionales

154

productos de conservas con DOP o IGP (vegetales, aceites, legumbres y arroz)

Más de **265**

productos cárnicos con IGP

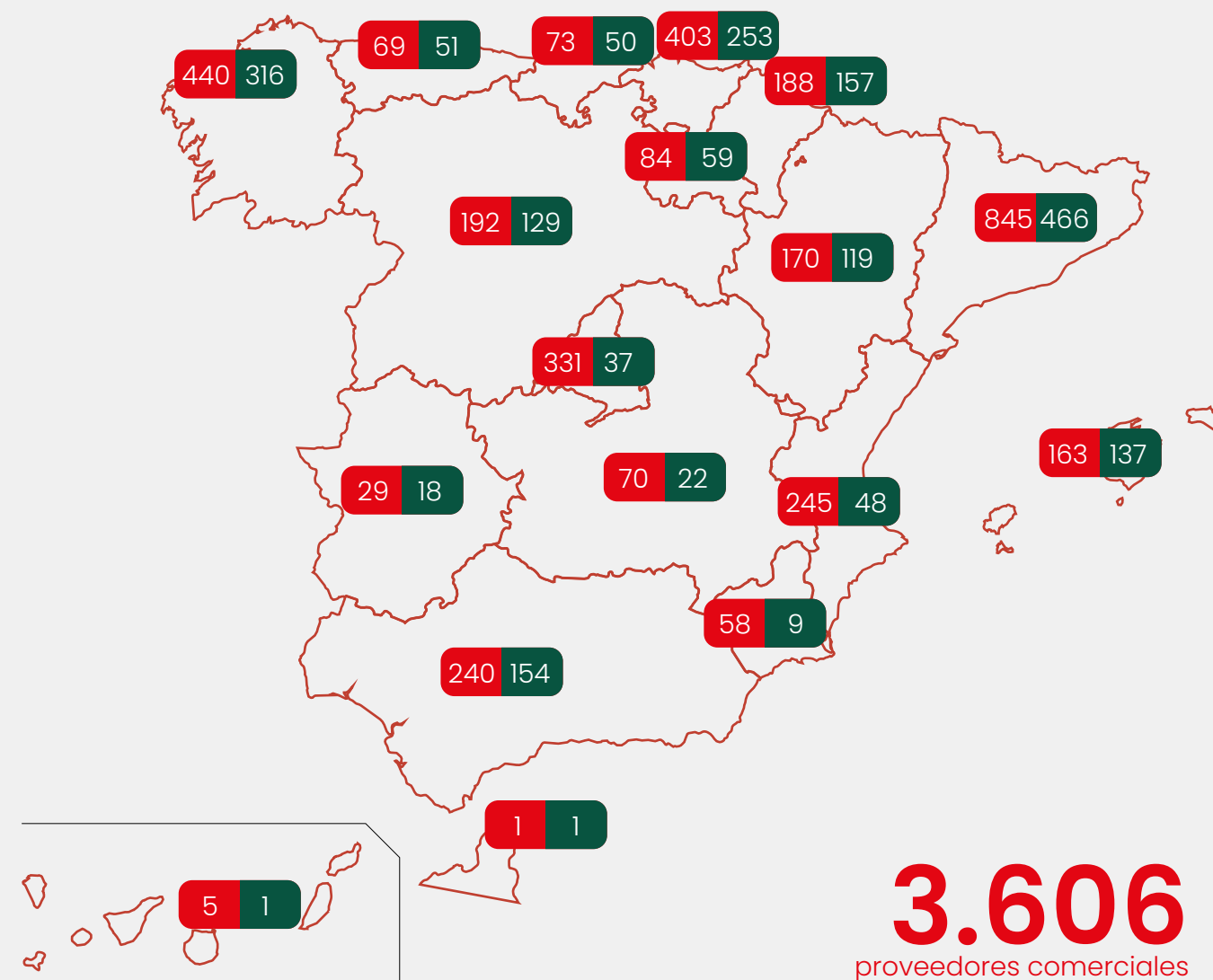
Más de **1.167**

productos con marcas de calidad diferenciada como Eusko Label, Reyno Gourment o Tierra de Sabor



En la actualidad, el 93% de nuestros proveedores comerciales, 3.606, son nacionales, y, de ellos, más de la mitad (el 56,2%) son productores locales (normalmente pequeñas y medianas empresas agroalimentarias).

Consideramos proveedores locales de una comunidad autónoma a aquellos proveedores que, radicados en ella, nos hayan provisto de productos regionales o locales, es decir, comercializados únicamente en esa comunidad autónoma (consumo de proximidad).



3.606

proveedores comerciales (EROSKI + Forum)

2.027

pequeños productores agroalimentarios

- Proveedores comerciales
- Productores agroalimentarios locales

Programa de acompañamiento a *productores locales*

En 2022 pusimos en marcha el Programa de Acompañamiento a Productores Locales como parte de nuestro compromiso con nuestras empresas proveedoras y con el entorno y se ha extendido progresivamente a otras regiones: Galicia en 2023, y Aragón y Navarra en 2024. En total, más de 350 empresas participan activamente en él. Esta iniciativa busca, desde el diálogo y la mejora continua, facilitar la sostenibilidad del sector agroalimentario local, con un apoyo especial a los productores más pequeños. Sus principales objetivos son:

Reforzar el conocimiento y colaboración con las empresas proveedoras locales del Grupo EROSKI.

Proporcionar formación y apoyo a nuestra cadena de valor para avanzar juntos hacia sistemas de producción más sostenibles.

Acompañar y guiar hacia una mayor calidad de los productos.

Lograr una mayor transparencia con nuestros grupos de interés, en especial con las personas consumidoras, sobre la sostenibilidad de nuestros productos y cadena de valor.

En total, más de 350 empresas participan activamente en el Programa de Acompañamiento a Productores Locales.



Compartimos trimestralmente con las empresas proveedoras participantes información sobre las formaciones que ofrecen entidades locales como clústeres y administraciones públicas y que en 2024 han sumado 80 acciones de capacitación.

Por ejemplo, en 2024 les hemos ofrecido por segundo año consecutivo participar en el programa de capacitación **Proveedores Sostenibles del Pacto Mundial**. Gracias a ello, 33 proveedores han profundizado en sus conocimientos sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente, lucha contra la corrupción y desarrollo sostenible, con un total más de 1.000 horas de formación impartidas. Asimismo, en 2024 hemos finalizado el **proyecto de innovación Ingurulabel** financiado con las

ayudas Pyme Circular de Ihobe, Agencia Vasca de Medio Ambiente, en el que siete empresas proveedoras de País Vasco han calculado la huella ambiental de productos de nuestra marca propia, con el objetivo de definir mejoras en sus procesos y poder comunicar mejor sus impactos a las personas consumidoras.

Además, desarrollamos contenidos específicos con esas entidades para construir una hoja de ruta formativa continuada a lo largo del año. Así, en 2024 hemos llegado a acuerdos con el **Pacto Mundial**, el **Basque Ecodesign Center**, el **Basque Food Cluster** y **Clusaga**, el clúster alimentario de Galicia, para desarrollar con cada uno acciones de capacitación a la cadena de valor a lo largo de 2025.

Junto a nuestros *proveedores*

Bilbao, abril del 2024

Más de 300 proveedores en el *Palacio Euskalduna* para compartir ideas y metas.

En EROSKI reunimos en Bilbao a proveedores y representantes de País Vasco y todo el territorio nacional para presentar las líneas estratégicas que guiarán nuestro plan para los siguientes tres años. Durante el encuentro, en el que participaron el ministro de Industria y Turismo y el viceconsejero vasco de Agricultura, reafirmamos nuestro compromiso con la creación de valor local, la sostenibilidad y la innovación. Todo ello con el objetivo de **“Crear y Crecer”** junto a quienes forman parte de nuestra cadena de valor.



Barcelona, junio del 2024

Caprabo: 65 años, el momento para compartir las claves estratégicas y reforzar nuestro compromiso.

Aprovechamos la celebración de nuestro 65 aniversario para compartir con más de 400 marcas líderes, productores locales y cooperativas nuestras nuevas prioridades estratégicas. Nos marcamos como objetivo reforzar nuestra competitividad y eficiencia, consolidando un modelo de supermercado único, diferenciado y comprometido con el producto de proximidad. El encuentro, celebrado en el IESE de Barcelona, contó con una destacada representación institucional y reafirmó nuestro papel como agente clave para el desarrollo económico y social de Cataluña.

A Coruña, mayo del 2024

10º encuentro con la industria alimentaria.

El 24 de mayo de 2024 celebramos el X Encuentro con la Industria Alimentaria, un evento de carácter bienal en el que reunimos a 350 representantes de empresas, denominaciones de origen, cooperativas agrarias e instituciones del sector agroalimentario.

Bajo el lema “Bienvenidos al futuro”, ponentes y directivos de la compañía realizaron un repaso por el valor de la sostenibilidad, la soberanía alimentaria y la cooperación.



Palma, octubre del 2024

Local y Balear. Así fue nuestro evento de EROSKI con más de 150 proveedores.

En octubre de 2024, en EROSKI reunimos en Palma a más de 150 proveedores locales, asociaciones sectoriales e instituciones de las Islas para presentar nuestras líneas estratégicas para el período 2024-2026. Compartimos nuestra apuesta decidida por el producto local, la inversión prevista de 56 millones de euros en Baleares y los avances en analítica avanzada aplicada a la promoción comercial. Con un modelo de empresa único, presentamos un plan orientado a **“Crear y Crecer”** de forma sostenible, destacando la mejora del surtido, la experiencia de compra y el ahorro para las familias.

Lo local es *cultural*

En Grupo EROSKI estamos comprometidos con el fomento de la cultura y con la preservación de las tradiciones. Por eso nuestro compromiso con el desarrollo local considera también el valor de las lenguas locales, el ocio y la cultura.

Apoyo a las lenguas locales

Las lenguas locales son parte esencial del patrimonio cultural de las comunidades de nuestro entorno. Por eso, en el Grupo EROSKI estamos comprometidos en su promoción y difusión. De hecho, desde hace décadas, somos la única empresa de distribución que ofrece el etiquetado de sus productos de marca propia tanto en castellano como en euskera y en el resto de las lenguas oficiales. Asimismo, apoyamos distintas iniciativas externas que promueven su uso.

En este sentido, nuestras revistas Consumer EROSKI, EROSKI Club y Sabor-CAPRABO también se pueden leer en los idiomas oficiales de los territorios en los que operamos.

EUSKERA

En el caso del euskera, hemos participado en la **Feria del Libro y Disco Vasco de Durango** (Durangoko Azoka), la más señalada del calendario en el ámbito de la promoción de la lengua vasca, y en la que estamos presentes desde hace décadas.

También hemos colaborado con las principales actividades de promoción del euskera en el sector educativo en cada territorio (**Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Herri Urrats, Nafarroa Oinez y Fiesta de la Escuela Pública Vasca**).

GALLEGO

También en Galicia ponemos en valor la cultura y la lengua de la región sumándonos a todas aquellas iniciativas que estén estrechamente ligadas a la sociedad gallega. Por ejemplo, en VEGALSA-EROSKI celebramos el **Día das Letras Galegas** con un homenaje a Luísa Villalta. En 250 establecimientos se colgaron carteles conmemorativos de esta autora, diseñados por los alumnos del CEIP Raquel Camacho (A Coruña). Además, hicimos una tirada especial de más de 1,5 millones de bolsas de caja para las tiendas EROSKI y FAMILIA.

Acciones que dejan *huella*

Ocio y cultura

En el Grupo EROSKI favorecemos el ocio y la cultura de las personas consumidoras a través de diversos patrocinios como el del **festival cultural Musikaire**, que tiene lugar cada año en Elorrio, donde se ubica nuestra sede social.



País Vasco

Hemos colaborado con:

- Carreras y actividades populares como la **Subida a Artxanda**.
- Desde FORUM hemos organizado un año más la **'Kosta Trail'**, un evento de running y senderismo que reúne a 4.000 participantes, que se desarrolla de forma respetuosa con la naturaleza y que ha donado el importe recaudado con las inscripciones a GaituzSport Fundazioa, entidad que impulsa en Euskadi la práctica de la actividad física y el deporte entre las personas con discapacidad de forma inclusiva.
- Hemos participado en **'WOP Challenge'**, una aventura deportiva a relevos por equipos, con un reto social colectivo; recaudar fondos para la lucha contra las enfermedades raras.



Galicia

En VEGALSA-EROSKI:

- Mantenemos la Cátedra VEGALSA-EROSKI UDC de Compromiso Social, Comunicación y Reputación Corporativa que busca fomentar una comunicación con compromiso apoyada en la promoción de las industrias culturales gallegas, en esta ocasión desde el cine con la iniciativa **'O Cinema dende o Compromiso'**.
- Hemos mantenido nuestro apoyo un año más a los festivales gallegos como el **'Morriña Fest'**, **'Resurrection Fest'**, **'Armadiña Rock'** o **'Caudal Fest'**.
- Somos patrocinador oficial del proyecto de intercambio de artes escénicas **Camino Escena Norte (CEN) 2024**, centrado en promover el intercambio escénico, artístico y profesional en 60 sedes de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra.
- Desde el proyecto informativo Consumer EROSKI contamos con una **Guía práctica del Camino de Santiago** referente en la materia, con información de interés sobre los caminos oficiales y sus etapas.

- Repetimos nuestra colaboración con las carreras inclusivas **'Runki'** y **'Enki'** que promueve la Fundación ENKI.
- Hemos sido patrocinador oficial del **XI Festival Mar de Mares**, que se centra en la sensibilización y educación de los más pequeños sobre la riqueza del mar, así como la necesidad de cuidarlo y preservarlo para garantizar un futuro sostenible, a través de actividades lúdicas en A Coruña. Como parte del festival, ha participado en la V Gran Limpieza de Fondos para retirar basura de los ecosistemas marinos gallegos.



Cataluña

Mantenemos como cada año el Programa **CAPRABOSport**, que colabora con clubs de aficionados con el objetivo de fomentar hábitos saludables, como el de la práctica deportiva.

Nuestra apuesta por *el ahorro*

En 2024, con el objetivo de ofrecer un amplio surtido de productos de calidad a buen precio, continuamos con una política de bajada de precios que, junto con el plan de eficiencia de la organización, nos ha permitido seguir mejorando nuestros resultados. Las **ventas brutas** del Grupo EROSKI alcanzan la cifra de 5.885 millones de euros, cifra que refleja un **crecimiento del 2,7%** respecto a la registrada en el ejercicio pasado.

A lo largo del pasado ejercicio, **transferimos al mercado ahorros por importe de casi 408 millones de euros** a través de diferentes iniciativas comerciales, ofertas, descuentos personalizados y exclusivos vinculados a nuestros clubes de fidelización, así como planes de ahorro y beneficios específicos para las familias.



**BUEN
PRECIO**



Reducción de Precios

Durante el primer semestre de 2024, redujimos los precios de más de 5.700 productos en categorías como alimentación, limpieza y aseo personal, lo que generó un ahorro acumulado de más de 33 millones de euros para nuestros clientes. De estos ahorros, más de 17 millones de euros correspondieron a la bajada de precios de 1.100 productos de nuestra marca propia.

1.100

productos de marca propia
redujeron su precio



“Siempre Buenos Precios”

Con el fin de seguir facilitando el ahorro a las familias, lanzamos la iniciativa “Siempre Buenos Precios”.

408 M €

de ahorro transferido a las familias a través de diferentes iniciativas comerciales, ofertas, descuentos personalizados

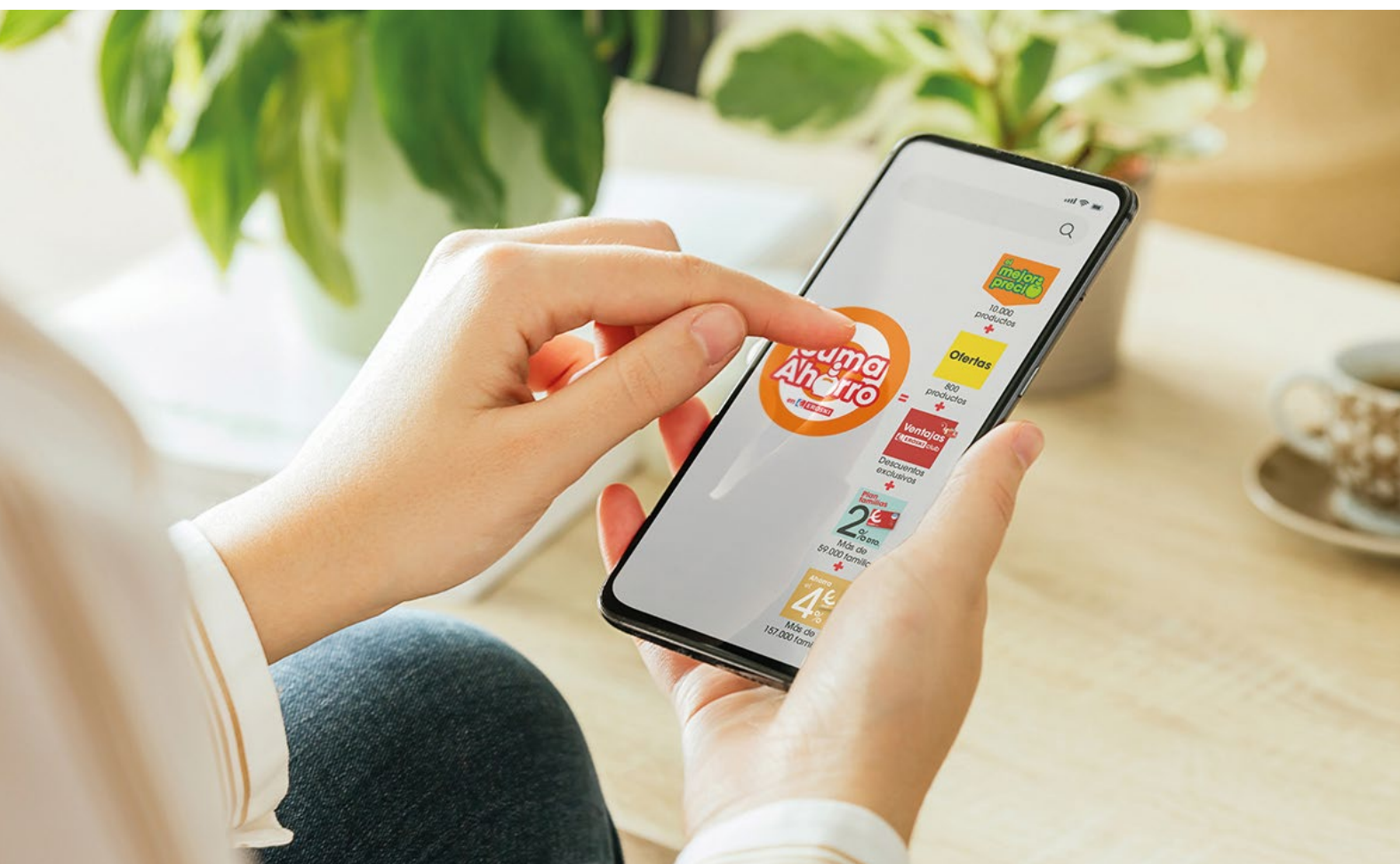


Promociones Navideñas

Con las promociones navideñas de 2024, destinamos 22 millones de euros para ofrecer descuentos especiales en productos clave.

22 M €

destinados a promociones navideñas



Contamos con programas de fidelización como EROSKI Club, que ofrece a los socios adheridos a él descuentos exclusivos con los que ahorrar y simplificar sus compras.

Durante este ejercicio, se han incorporado a Eroski Club 283.563 nuevos socios, lo que eleva la cifra total a 6,4 millones de socios para 2024.

6,4 M

socios EROSKI Club

Nuestra apuesta por *la sostenibilidad*

Mejora de los productos con *nuestras empresas proveedoras*

Para cumplir con nuestro compromiso por la sostenibilidad creemos fundamental colaborar con empresas proveedoras responsables, alineadas con nuestros principios, y así poder afianzar el factor ambiental en nuestra oferta. Trabajamos para que los procesos productivos, desde el origen de las materias primas hasta las operaciones de transformación, manipulación y gestión de los residuos, reduzcan su impacto ambiental.

+1.000

productos ecológicos dentro de nuestra oferta comercial.

512

productos con certificaciones de bienestar animal como **Welfair®** o las certificaciones propias de Eusko Label e INTIA.

399

productos de nuestra marca EROSKI Natur que incluyen certificaciones como GlobalG.A.P., Producción Integrada o de bienestar animal.

384

productos con sello FSC®, PEFC, o SFI.

28

productos belle NATURAL cuentan con la certificación COSMOS Natural de ECO-CERT.

Disponemos de más de 2.200 referencias en nuestra gama de productos con algún sello externo de sostenibilidad.

Ecodiseño de nuestros envases y embalajes

En el Grupo EROSKI abordamos la mejora de nuestros envases y embalajes con dos metas: la mejora de su circularidad para que puedan ser aprovechados de nuevo al final de su vida útil y la minimización de la contaminación por plásticos que sufre nuestro planeta.

Con base a estas dos perspectivas, trabajamos de forma integral desplegando medidas que abarcan tanto las bolsas de caja como los embalajes de envasado en tienda y los envases de nuestra marca propia. Y lo

hacemos aplicando la jerarquía de residuos, priorizando la prevención y la reutilización, además de trabajar desde el diseño para mejorar su reciclabilidad y potenciar el uso de materiales de origen renovable o reciclado.

Bolsas de caja

Promovemos la reutilización de las bolsas de caja entre las personas consumidoras.

Reducción del 21% del número de bolsas comercializadas en 2024 respecto a 2018, año anterior a producirse el cambio de bolsas.

Esto supone consumir al año 702 toneladas menos de materiales que antes. Respecto al plástico convencional en concreto, hemos reducido a la mitad su consumo desde 2018, evitando la utilización de 976 toneladas de ese material al año.

702 toneladas

menos de materiales consumidos

Embalajes de envasado en tienda

Desde el Grupo EROSKI facilitamos a la clientela el uso de envases reutilizables en nuestras secciones de frescos. Concretamente, permitimos el uso de sus propios envases como fiambreras en las secciones de carnicería, charcutería y pescadería, o nuestra bolsa de malla reutilizable para la compra de fruta y verdura a granel.

Implica una reducción acumulada del 56% de las unidades servidas y del 69% de las toneladas de plástico convencional utilizadas desde 2018. El 80% del material que utilizamos para los embalajes es de origen renovable (34%), de bioplástico (29%) o reciclado (17%).

Envases de marca propia

Desde la creación de la marca propia, hemos trabajado para mejorar los envases de nuestros productos.

La primera medida que intentamos implementar siempre es la eliminación del envase y, en consecuencia, impulsamos la venta de productos frescos a granel. Así, aproximadamente el 60% de nuestra fruta y verdura se vende sin envase y en otras secciones el porcentaje de productos a granel es aún mayor, como en pescadería, donde superamos el 85%.

En este contexto, hemos ecodiseñado 216 envases de nuestra marca propia en 2024, que ascienden a 617 desde 2020. Gracias a todas estas medidas, hemos reducido la ratio de gramos de plástico convencional por unidad de marca propia un 13,8% respecto al año 2020, lo que supone evitar 1.008 toneladas de plástico convencional al año.

1.008 toneladas

menos de plástico

En 2024 hemos eco diseñado 216 envases de nuestra marca propia, que ascienden a 617 desde 2020.

Envases *logísticos*

Adicionalmente a los envases y embalajes que llegan a las personas consumidoras, también trabajamos con nuestra cadena de valor para la mejora de los envases comerciales y de transporte.

En 2024, hemos reutilizado casi 50 millones de estos envases: 5.241.677 palés y 44.433.939 cajas plásticas.

Desde el Grupo EROSKI llevamos años avanzando en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en nuestras operaciones, en coherencia con nuestros valores de responsabilidad ambiental, económica y social, y con nuestros 10 Compromisos por la Salud y la Sostenibilidad.

Nos hemos propuesto alcanzar una reducción mínima de nuestras emisiones del 90% en 2050 respecto al año base 2023, previo a compensar el resto de las emisiones. Además, como hito intermedio, tenemos la meta de alcanzar un 42% de reducción de nuestras emisiones a 2030 en los alcances 1, 2 y 3, respecto al año base 2023.



Palancas de mitigación de *cambio climático*

En el Grupo EROSKI abordamos la mejora de nuestros envases y embalajes con dos metas: la mejora de su circularidad para que puedan ser aprovechados de nuevo al final de su vida útil y la minimización de la contaminación por plásticos que sufre nuestro planeta.

Palanca	Descripción de las actuaciones desplegadas
Alcances 1 y 2	
Eficiencia energética	Implementación del nuevo modelo energético en los establecimientos y plataformas del Grupo EROSKI, que incorpora iluminación LED, cierre de muebles de frío, centrales de CO2 y sistemas de medición y control avanzados.
Refrigerantes menos contaminantes	Sustitución paulatina de los refrigerantes actuales por otros con menor potencial de calentamiento atmosférico, alineados con la normativa F-gas.
Uso de energías renovables	Instalación de placas fotovoltaicas en los centros.
Alcance 3	
Eficiencia energética	Optimización de la eficiencia de las operaciones de transporte e incorporación de vehículos con menores consumos por kilómetro transportado.
Sustitución de combustibles	Incorporación de vehículos de gas natural en el transporte aguas arriba.
Electrificación	Instalación de puntos de recarga eléctricos en nuestros centros, así como electrolinerías en nuestras gasolineras. Incorporación de vehículos eléctricos en la distribución de última milla.
Movilidad sostenible	Implantación de medidas como el trabajo híbrido para reducir los desplazamientos de trabajadores.
Reducción en el uso de recursos y medidas de economía circular	Ecodiseño de envases y embalajes, uso de soluciones digitales para reducir el consumo de papel, mejoras en la eficiencia en el consumo de agua, prevención del desperdicio alimentario y gestión circular de los residuos potenciando la logística inversa.
Sensibilización y formación de los grupos de interés	Medidas de sensibilización y formación a las personas trabajadoras y consumidoras para que implementen hábitos de consumo responsables. Incorporación de etiquetados ambientales en los productos que favorezcan elecciones de compra más sostenibles.
Descarbonización de la cadena de suministro	Incorporación en la gama de productos con certificaciones de sostenibilidad. Acciones de acompañamiento a los proveedores, especialmente los más pequeños, para ayudarles en su capacitación y mejora continua.

En 2024 hemos realizado por primera vez el cálculo completo de nuestra huella de carbono y elegido 2023 como año base para nuestros objetivos de reducción basados en la ciencia. En total se ha reducido un 9% la huella de carbono respecto al año anterior.

Tiendas *innovadoras y ecoeficientes*

En 2021 el supermercado Lakua-Arriaga (Vitoria-Gasteiz), primero del nuevo modelo energético del Grupo EROSKI, marcó el camino de nuestras nuevas tiendas. En ese modelo se han definido cuatro líneas de trabajo en relación con la eficiencia energética, cada una con distintas actuaciones potenciales: frío, alumbrado, climatización y monitorización.

Cierre de muebles de frío

El uso de puertas permite evitar la salida del frío a la sala de ventas, lo que reduce considerablemente el consumo energético, mejora la conservación de los alimentos e incrementa la sensación de confort en la tienda. Además, estas puertas son innovadoras por su baja conductividad térmica y la ausencia de marcos, lo que permite una visión panorámica de los productos. **El 90% de los centros, un 3% más que en 2023**, cuentan ya con esta medida implementada.

Centrales de CO₂

A través de un sistema de CO₂, que es un refrigerante natural, se logra un mayor rendimiento en términos de refrigeración y se reduce un alto porcentaje de los costes energéticos. Con este refrigerante se consigue una mayor eficiencia energética y un menor impacto en el calentamiento climático. Además, es más seguro, porque no es inflamable ni tóxico. Esta actuación es la más compleja de llevar a cabo de las priorizadas debido al alto nivel de inversión económica que se requiere, por lo que su avance se hará de forma progresiva a lo largo de los próximos años. **El nivel de implementación actual es del 16%, lo que ha supuesto un incremento a lo largo del ejercicio de 4 puntos porcentuales** respecto a los datos del año anterior.

Iluminación LED

Esta tecnología permite una reducción media aproximada del 50% en el consumo del sistema de iluminación, respecto a otras tecnologías, además de tener mayor vida útil, lo que significa una menor huella ambiental. **El 97% de los supermercados e hipermercados del Grupo EROSKI cuentan ya con esta medida**, aunque su nivel de implementación en la sala de ventas es ya del 100% (falta su incorporación en vestuarios, oficinas, almacenes, etc.). Además, en aquellos centros con aporte de luz natural en sala de ventas, se realiza una regulación de la iluminación, optimizando así su uso.

Autómata de gestión

Con este sistema de gestión controlamos el funcionamiento de los principales consumos, como iluminación, hornos y climatización, entre otros, susceptibles de quedar encendidos en horario intempestivo y festivos. Este sistema es capaz de inhabilitar su funcionamiento fuera de los horarios y calendario de apertura establecidos. **El 63% de los centros cuentan ya con este sistema, lo que supone un incremento de 3 puntos porcentuales** respecto a 2023.

Submetering: dentro de la gestión eficiente de los centros, es necesario medir los consumos eléctricos principales, como el consumo general, el frío industrial y la climatización entre otros, de forma que se pueda realizar seguimiento y control de la evolución de estos. **El 70% de los centros cuentan ya con este equipo de control.**

En el Grupo EROSKI trabajamos para poder dar respuesta a las necesidades de nuestra clientela, además de cumplir con los requerimientos de la normativa europea, con la instalación de cargadores de vehículo eléctrico en nuestros centros. Así, la situación actual de cargadores es de 54 plazas operativas, 62 plazas pendientes de energizar y 289 plazas firmado el contrato para su próxima instalación.

En este contexto, en 2024 hemos cerrado un acuerdo marco con Iberdrola para dar respuesta a esta necesidad. Gracias a él, instalaremos 1.000 puntos de recarga para vehículos eléctricos, alimentados con energía 100% verde procedente de fuentes renovables con certificado de garantía de origen (GdO), en alrededor de 300 de nuestros emplazamientos.

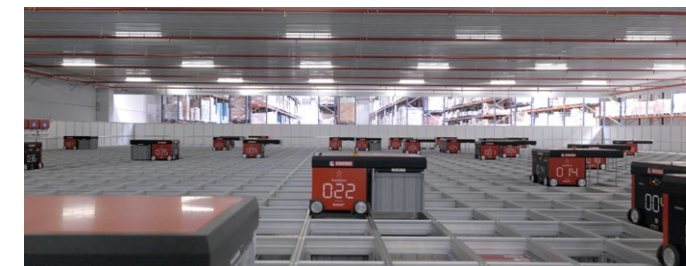
Logística *sostenible*

Optimización de la eficiencia de los procesos de transporte

Para ello, contamos con diferentes líneas de trabajo como pueden ser la reorganización de la logística a través del nuevo mapa de plataformas o la mejora en los procesos de eficiencia para un mayor incremento de llenado de camiones y reducción de kilómetros, teniendo en cuenta también los kilómetros en vacío.

En este sentido, este ejercicio nos hemos adaptado al cese de actividad de nuestra plataforma de frescos de San Agustín de Guadalix (Madrid), decidido en enero de 2024 con el objetivo de ofrecer cada vez productos más frescos a nuestra clientela de la forma más eficiente posible.

Asimismo **en 2024 hemos puesto en marcha el sistema robótico AutoStore de Son Morro en Baleares** que nos ha permitido optimizar nuestros servicios de distribución de grocery y utilizar de manera eficiente los espacios. Ha representado un gran salto al ofrecer un picking más eficiente de los productos, mejorando la precisión de los pedidos y permitiendo una mejor entrega a los supermercados.



Nuestra red logística

23

plataformas
propias

10

plataformas
de terceros

+350.000 m²

de superficie de almacén

Capacidad para
la distribución de
1 millón
de cajas al día

Vehículos más eficientes

Incorporamos vehículos con menor consumo de combustible por kilómetro y palé transportado. Nuestras actuaciones al respecto son: Renovación de los vehículos de la flota, eliminando progresivamente los camiones más antiguos e incorporando vehículos con motorizaciones Euro6. Así, **en 2024 el 82% de los kilómetros recorridos ha sido con vehículos Euro6**, lo que supone un aumento de un 11% respecto al año anterior.

Utilización de camiones duo-trailer para el transporte entre plataformas, que emiten menos CO₂ que los camiones por separado.



La electrificación en las actividades logísticas se circunscribe principalmente a distribución de última milla, para la que incorporamos progresivamente vehículos eléctricos. Así, contamos ya con dos camiones eléctricos para este tipo de entregas, uno en Pamplona desde 2022 y otro en Bilbao desde 2024.

Movilidad sostenible de *personas trabajadoras*

Hemos instaurado el trabajo híbrido en las sedes de la organización para disminuir el desplazamiento de las personas trabajadoras y, por tanto, contribuir a la reducción del impacto de los viajes in itinere en el alcance 3 de la huella de carbono, además de facilitar la conciliación de su vida laboral y personal. También hemos implementado otras medidas como ampliar los aparcamientos de bicicletas y de vehículos eléctricos con puntos de carga y potenciar que se comparta el vehículo.



Biodiversidad

Trabajamos para minimizar el impacto ambiental e impulsar medidas que preserven la biodiversidad a través de iniciativas como la pesca sostenible o la colaboración desde 2007 con entidades focalizadas en la conservación ambiental como WWF (**World Wide Fund for Nature**). Así, entre nuestras acciones de 2024, destacan la actualización de nuestra Política de Pesca y Acuicultura Sostenibles y la renovación de nuestro convenio marco de colaboración con WWF para el periodo 2024-2026.

Por otro lado, hemos colaborado a través del Programa Céntimos Solidarios con el proyecto de sensibilización ciudadana 'Polinizadores en huelga' de la Sociedad de Ciencias Aranzadi y con la Fundación para la Preservación de Menorca para conservar y regenerar el entorno natural de la Reserva de la Biosfera de Menorca.

Asimismo, VEGALSA-EROSKI se ha sumado a la V Gran Limpieza de Fondos realizada en el marco del XI Festival Mar de Mares y al programa RE-MAR, en el que, junto con la entidad Amicos, impulsa la educación medioambiental y la protección del espacio marino del arco atlántico gallego con la retirada de residuos en la playa.

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

En un contexto global donde la escasez de recursos y los desafíos ambientales son cada vez más apremiantes, nuestra Política de Economía Circular recoge compromisos que contribuyen a la transición hacia el abandono

del uso de materias primas vírgenes en favor de materiales reciclados y hacia un abastecimiento sostenible que priorice la utilización de recursos renovables.

COMERCIALIZAMOS

631

toneladas de frutas y hortalizas feas en toda nuestra red.

14.725

toneladas de productos cuyo recorrido comercial se acorta por acercarse sus fechas de consumo preferente o caducidad.

417.098

packs de productos comercializados con Too Good To Go, lo que equivale a evitar que se desperdicien más de 417 toneladas de alimentos.

Llevamos a cabo varias campañas a lo largo del año para ofrecer frutas y hortalizas consideradas feas por su aspecto o tamaño, pero que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo, como parte de nuestra lucha contra el desperdicio alimentario. En 2024, se comercializaron un total de 631 toneladas de frutas y hortalizas feas en toda nuestra red. Esta actuación nos ha llevado a ser seleccionados entre los finalistas de los Premios de la Semana Europea de la Prevención de Residuos que se resolverá en 2025.

DESTINAMOS

2.600

toneladas de alimentos al año a través de cientos de entidades sociales.

6.211

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

RECICLAMOS

Ponemos a disposición de las personas consumidoras puntos limpios en nuestras tiendas para la recogida de pilas, aparatos eléctricos, lámparas, ropa, aceite doméstico y tóner, entre otros productos usados.

En 2024, hemos firmado un acuerdo de colaboración con Circularcaps, organización sin ánimo de lucro formada por 19 fabricantes de café, para reforzar este servicio a nuestra clientela.

Nuestra apuesta por *las personas*

Elaboración del *Plan de Solidaridad* desde la escucha

En 2024, hemos intensificado nuestro compromiso social a través de nuestro Plan de Solidaridad, recaudando más de 26 millones de euros para apoyar a más de 370.000 personas en situación de vulnerabilidad. Una de nuestras iniciativas más destacadas ha sido la colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) en las campañas de recogida de alimentos. Durante La Recogida de Primavera en mayo y La Gran Recogida en noviembre, nuestros clientes y nosotros donamos más de 2.000 toneladas de alimentos, equivalentes a 4,6 millones de comidas, destinadas a personas en riesgo de exclusión social.

Todas nuestras aportaciones han contribuido a la recaudación total de más de 26 millones de euros en 2024. Algo que refleja nuestro compromiso continuo con la solidaridad y el apoyo a las comunidades más necesitadas.

A lo largo de 2024, hemos elaborado el Plan de Solidaridad para 2025 con base en la escucha realizada a 3.732 personas entre clientes, trabajadores y ciudadanía en general, y en la valoración de los 562 proyectos presentados por 352 entidades sociales.

Distribución de las aportaciones para acción social

22.285.000 €

Solidaridad y acción social

2.033.000 €

Apoyo a familias y colectivos con necesidades especiales

1.412.000 €

Formación e información al consumidor

710.000 €

Cultura, ocio y entorno local

TOTAL DE MILLONES DE EUROS

26.440.000

Inserción laboral e innovación social

En Grupo EROSKI mantenemos y reforzamos nuestra voluntad de poner el foco en el trabajo con colectivos en riesgo de exclusión social, de manera que hemos asumido, como parte de nuestro compromiso, su integración en el mercado laboral. Colaboramos con los servicios de empleo público y con centros de la red del Ministerio de Educación, para incorporar, a través de la formación ocupacional, a jóvenes estudiantes en desempleo y personas en riesgo de exclusión social.

Para ello, en los últimos años estamos colaborando con asociaciones de distinta naturaleza, como: **Caritas, Once, Secretariado gitano, Cruz Roja o Gureak**, son algunas de las entidades con las que mantenemos una relación cercana para atender las necesidades de los diversos colectivos. Este tipo de colaboraciones ayuda a fortalecer la inclusión social y laboral, en nuestra red de tiendas, de personas en riesgo de exclusión.

Durante 2024, hemos seguido trabajando con dichos colectivos, hemos impartido cursos con compromiso de contratación, así como prácticas no laborales, y hemos realizado, en este último caso, 15 colaboraciones con diversas entidades.



Un millón de ayuda con el Programa Céntimos Solidarios

En 2024, el Grupo EROSKI y sus clientes han donado 1.268.000 € gracias a 8,4 millones de donaciones de Céntimos Solidarios. Estas aportaciones han ayudado a más de 140.000 personas a través de 56 entidades sociales. El dinero donado ha financiado proyectos de ayuda a la infancia de nuestro entorno y de países en vías de desarrollo, a la conservación del medio ambiente y protección de los animales, a la lucha contra el cáncer, a los mayores, a personas en riesgo de exclusión social, a personas con discapacidad, Alzheimer, enfermedades mentales, enfermedades cardiovasculares o enfermedades raras, a víctimas de violencia de género y a la inserción laboral de jóvenes.

1.268.000 €
donados

han ayudado a
+140.000
personas

Programa Desperdicio Cero

Cada año trabajamos para erradicar el desperdicio de alimentos. Donamos aquellos productos frescos y de alimentación que están próximos a su fecha de caducidad o de consumo preferente, pero que se encuentran en perfectas condiciones de consumo. Los retiramos de nuestros lineales para cumplir con nuestro compromiso con las personas consumidoras de ofrecerles máxima frescura y buen aspecto del envase.

Asimismo en 2024 hemos unido esfuerzos con Cruz Roja y con nuestra clientela para llevar a cabo una acción extraordinaria de apoyo a las personas afectadas por la DANA, reafirmando así nuestra vocación de cooperar donde más se necesita.

+500.000€

Campañas con los Bancos de Alimentos

En el Grupo EROSKI colaboramos con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) desde hace 28 años organizando recogidas de alimentos en nuestras tiendas. Entre ellas destacan la 'Operación Kilo' del Grupo EROSKI o el 'Zampakilos Solidario' de VEGALSA-EROSKI, ambas en primavera, además de la 'Gran Recogida de Alimentos', en noviembre.

A través de FESBAL, los alimentos se destinan a personas y familias que atraviesan dificultades económicas o que están en riesgo de exclusión social.

En 2024, además de poder hacer donaciones por un importe de su elección al paso por caja, los clientes también han podido donar físicamente productos alimenticios y de higiene personal y limpieza en tienda. Como siempre, a las aportaciones de los clientes se suma la donación propia del Grupo EROSKI.

Gracias a estas campañas en tienda destinadas a los bancos de alimentos de cada territorio donde radican nuestros establecimientos, hemos donado, entre todos, **1.510 toneladas de alimentos, que equivalen a más de 6 millones de comidas.** De esta forma, se ha contribuido a la alimentación de 1.655 familias durante el año.

1.510

toneladas de
alimentos donados

Tarjeta de compra para fines sociales

La tarjeta de compra para fines sociales de EROSKI y CAPRABO es una forma integradora y solidaria de canalizar la ayuda asistencial de administraciones públicas y de entidades sociales a ciudadanos y familias en situaciones de riesgo de exclusión social. Se trata de una tarjeta personal que se entrega a cada usuario con un importe cargado inicialmente.

En 2024 hemos facilitado a 146 entidades públicas y sociales la canalización de sus ayudas asistenciales a personas en situación vulnerable a través de la tarjeta de compra para fines sociales de EROSKI y CAPRABO. Cabe destacar que EROSKI ha sido uno de los distribuidores seleccionados para la ejecución del Programa Básico del Fondo Social Europeo (FSE+) para la asistencia básica a familias con menores en situación de vulnerabilidad. **El dinero total canalizado a través de las tarjetas solidarias en 2024 equivale a más de 28,7 millones de comidas al año.**

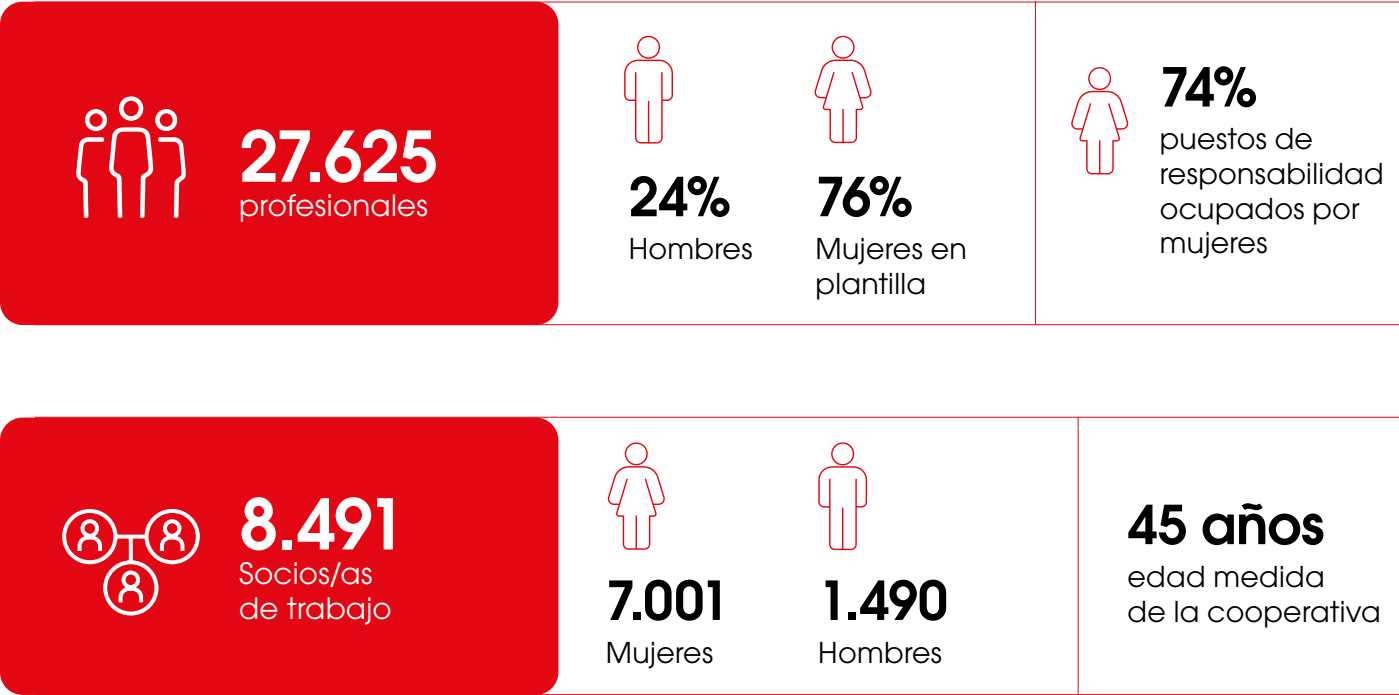
En 2024 hemos donado 2.600 toneladas de alimentos y productos básicos, que equivalen a más de 10 millones de comidas básicas para personas en riesgo de exclusión social.



Con nuestro *equipo*, nuestra *mayor fortaleza*

Para nosotros, el equipo es el corazón de todo lo que hacemos. Gracias al trabajo en conjunto, hemos logrado superar cada reto que se nos ha presentado, creciendo como empresa y como sociedad. Con esa misma unión y compromiso, seguimos avanzando con la confianza de que, juntos, estamos preparados para afrontar los desafíos del futuro.

Un gran equipo humano



El bienestar, del sentimiento a la *acción*

En EROSKI sentirnos plenos y saludables es nuestra prioridad. Por eso, fomentamos un entorno de cuidado mutuo, donde cada persona encuentra el apoyo necesario para su bienestar. Disponemos de recursos que brindan seguridad y equilibrio, tanto en el aspecto financiero como en el físico y emocional.

En el Grupo EROSKI hemos desarrollado y nos encontramos en proceso de extensión de una innovadora cultura de colaboración e innovación, denominada **IMPACTO**, que crea espacios y oportunidad para todo el personal propio del Grupo EROSKI (personas socias y trabajadoras) facilitando la generación de ideas y la colaboración del desarrollo de proyectos innovadores. Esta nueva metodología busca cambiar la forma de hacer, así como imprimir agilidad y potenciar el protagonismo de las personas, realzando la colaboración entre las mismas buscando la activación de equipos multidisciplinares, sinergias y transversalidad en todos los procesos de análisis, valoración, resolución.



Bienestar laboral

Nos enfocamos en mejorar las condiciones laborales para garantizar un entorno de trabajo más seguro, equitativo y motivador. Esto incluye la optimización de horarios, la promoción de la conciliación entre la vida laboral y personal y el refuerzo de medidas de bienestar en el espacio de trabajo. En este sentido, la conciliación es un pilar clave para EROSKI, por eso, ofrecemos horarios flexibles que favorecen el equilibrio entre la vida personal y profesional. Además de la posibilidad de reducir la jornada o solicitar excedencias por guarda legal o cuidado de familiares, en EROSKI brindamos alternativas para atender otros proyectos personales, como reducciones de jornada sin causa manifiesta con derecho a recuperación del horario completo, excedencias temporales con reserva de puesto para quienes colaboran en ONG u otros proyectos, y desde 2022, reducción de jornada voluntaria para personas de 58 años o más, sin límite de tiempo y con derecho a restituirse en su jornada original.

Además, impulsamos un modelo de liderazgo basado en el servicio, donde los líderes asumen un rol de apoyo y guía para sus equipos. Este enfoque fomenta la comunicación abierta, el desarrollo profesional y el crecimiento personal dentro de la organización.

En EROSKI apostamos de manera clara y sostenida por el crecimiento del talento interno, impulsando diversas iniciativas para el desarrollo profesional de nuestros equipos. Contamos con cuatro programas enfocados en potenciar el talento dentro de la organización: Programa Pool Talento, Programa Summa, Formación sobre el modelo cooperativo e Innovación en modelos de aprendizaje. Además, disponemos de tres programas específicos dirigidos a los equipos de tienda, diseñados para fortalecer el liderazgo y la gestión: MBA especializado en Gerencia de Hipermercado, Escuela de Mandos y Programa Jefaturas de Tienda.

Nuestro compromiso con la formación y el crecimiento continuo del equipo se refleja en la inversión de 1.620.911 € destinados a formación, asegurando así que nuestros profesionales cuenten con las herramientas y conocimientos necesarios para afrontar los retos del futuro.

1.620.911 €

destinados a
formación

Bienestar igualitario

En EROSKI contamos con un Plan de Igualdad 2023-2027, cuyo principal objetivo es garantizar la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, evitando cualquier tipo de discriminación laboral. Además, desde 2005, contamos con el Observatorio de Igualdad, una herramienta clave para supervisar y garantizar el cumplimiento de este principio en toda la organización. Contamos con una Comisión de Igualdad para todas las sociedades que forman parte del grupo, consolidando nuestro compromiso con la equidad y la inclusión en el entorno laboral.

Implantada la jornada laboral de 5 días en el total de los centros de la red comercial Norte (hipermercados y supermercados).

Bienestar psicológico

Implementamos un Programa de Ayuda Psicológica con un enfoque preventivo e individualizado. Este programa ha permitido ofrecer 635 consultas a lo largo del año, brindando apoyo a quienes lo necesitan.

Gracias a esta iniciativa, se ha logrado una reducción de casi un 9% en las jornadas laborales perdidas, lo que demuestra su impacto positivo en la salud mental y el rendimiento laboral. Asimismo, promovemos la desconexión digital, fomentando un equilibrio saludable entre el tiempo de trabajo y el descanso, para evitar la sobrecarga y el estrés digital.

635

consultas

Bienestar médico

A través de LANKIT SALUD EROSKI, ofrecemos acceso a especialistas en diversas áreas de la salud, incluyendo psicología, pediatría, dermatología, nutrición, sexología y ginecología, entre otras. Este servicio garantiza una atención médica integral y accesible para el bienestar de nuestros colaboradores.

Trabajo híbrido en las Sedes. Regulación del espacio de trabajo, permitiendo al personal trabajar de forma puntual fuera de la sede.

Bienestar físico

Contamos con un programa de fisioterapia preventiva, diseñado para reducir el riesgo de lesiones musculoesqueléticas y mejorar la calidad de vida en el trabajo. Además, ponemos a disposición una app personalizada que permite el seguimiento de la actividad física y el acceso a recursos para mejorar la salud y el bienestar. Como parte de este compromiso, colaboramos con FISIFY, una plataforma digital especializada en prevención y rehabilitación de lesiones, que ofrece asesoramiento y ejercicios personalizados para el cuidado físico.



Se ha aprobado la normativa de desconexión digital, para respetar el tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como la intimidad personal y familiar.



05

Información: económico- financiera

Información: económico- financiera

Cerramos las cuentas del ejercicio 2024, a 31 de enero de 2025, con un resultado antes de impuestos de 127,2 millones de euros, un 23 % superior al de 2023. Tras aplicar un gasto de 45,5 millones de euros en concepto de Impuesto sobre Sociedades, nuestro resultado neto positivo ascendió a 81,7 millones de euros que, en un contexto aún desafiante para la distribución comercial, refuerza la solidez financiera de nuestro grupo.

Nuestras ventas brutas aumentaron un 2,7 % en un entorno con menor efecto inflacionario, hasta alcanzar los 5.885 millones de euros; impulsadas especialmente por el crecimiento del 3,3 % en el ámbito alimentario.

CUENTA RESULTADOS GRUPO EROSKI	31/1/25	31/1/24	% s/ AA
INGRESOS ORDINARIOS	5.559.814	5.397.861	103,0%
Ingresos Ordinarios por ventas	5.335.007	5.185.562	102,9%
Ingresos Ordinarios por prestación de servicios	224.807	212.299	105,9%
OTROS INGRESOS	14.700	28.692	51,2%
BENEFICIO OPERATIVO (antes de Deterioros, Resultados Venta Inmovilizado y Activos No Corrientes	258.966	258.954	100,0%
Deterioros, Resultados Venta inmovilizado y Activos No corrientes	(14.239)	(4.113)	346,2%
BENEFICIO ANTES DE FINANCIEROS E IMPUESTOS	244.727	254.841	96,0%
Resultado financiero	(117.549)	(152.759)	77,0%
Participacion beneficio / pérdidas de las inversiones aplicando método de participación	27	1.439	1,9%
Pérdidas de Actividades Continuadaas antes de impuestos	127.205	103.521	122,9%
Impuesto Sobre Ganancias	(45.507)	5.036	-903,6%
RESULTADO DEL EJERCICIO	81.698	108.557	75,3%

BALANCE SITUACIÓN GRUPO EROSKI

Ajustado a CCAA	31/1/25	31/1/24	Variación
Inmovilizado Material	1.325.500	1.497.924	(172.424)
Inversiones Inmobiliarias	147.094	30.190	116.904
Fondo de Comercio y otros activos intangibles	854.440	850.004	4.436
Inversiones aplicado metodo de participacion	7.296	7.837	(541)
Deudores comerciales y otras deudas a cobrar	7.698	9.517	(1.819)
Activos Financieros	140.248	154.511	(14.263)
Activos por impuestos diferidos	238.695	271.590	(32.895)
Accionistas por desembolsos no exigidos	213	477	(264)
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	2.721.184	2.822.050	(100.866)
Existencias	400.517	428.659	(28.142)
Activos financieros	8.290	20.112	(11.822)
Deudores Comerciales y cuentas a cobrar	180.361	160.507	19.854
Activos por impuestos sobre ganancias	4.549	9.472	(4.923)
Accionistas por desembolsos exigidos	3.818	2.500	1.318
Efectivo y otros medios liquidos equivalentes	167.163	167.729	(566)
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	13.640	13.640
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	764.698	802.619	(37.921)
TOTAL ACTIVO	3.485.882	3.624.669	(138.787)

BALANCE SITUACIÓN GRUPO EROSKI

Patrimonio neto y pasivo	31/1/25	31/1/24	Variación
Capital	317.185	324.804	(7.619)
Prima de Emision	3.808	3.808	0
Fondos Capitalizados	95.525	95.525	0
Otros Gastos e Ingresos reconocidos en patrimonio	30.795	27.925	2.870
Ganancias acumuladas	(156.436)	(261.888)	105.452
Dividendo a cuenta entregado en el ejercicio	(6.560)	(6.341)	(219)
PATRIMONIO ATRIBUIDO A DOMINANTE	284.317	183.833	100.484
Intereses minoritarios	294.475	289.290	5.185
TOTAL PATRIMONIO NETO	578.792	538.863	39.929
Pasivos financieros	1.569.744	1.719.060	(149.316)
Subvenciones oficiales	0	0	0
Provisiones	31.696	28.810	2.886
Otros pasivos no corrientes	13.034	13.839	(805)
Pasivos por impuestos diferidos	140.884	158.156	(17.272)
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	1.755.358	1.919.865	(164.507)
Pasivos financieros	249.297	225.800	23.497
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	892.685	932.177	(39.492)
Pasivos por impuestos sobre ganancias	9.750	7.964	1.786
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	1.151.732	1.165.941	(14.209)
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	3.485.882	3.624.669	(138.787)

Para obtener mayor información sobre todos estos aspectos, puedes acceder al documento completo de **Estado de Información No Financiera e Información de Sostenibilidad 2024**.

Ver documento

