

Memoria de
sustentabilidade

2017



GRUPO
EROSKI



1 2 3 4 5 6 7

Carta do
presidente
páx. 4

Datos
destacables
2017
páx. 6





Presentamos esta Memoria de Sustentabilidade en coherencia co noso natural e necesario exercicio de transparencia perante a sociedade e os nosos grupos de interese. Un ano máis realizamos este informe seguindo as recomendacións dos novos estándares de Global Reporting Initiative (GRI) co obxectivo de seguir mellorando na comunicación dos nosos impactos e accións de mellora en relación coas tres perspectivas en que medimos o noso grao de sustentabilidade: a económica, a social e a ambiental.

Despois do alto cumprimento dos obxectivos do plan estratéxico 2013-2016, en 2017 comezamos un ciclo estratéxico que busca a nosa diferenciación como empresa comprometida coa saúde e a sustentabilidade, competitiva en prezos e cunha atención diferencial e multicanle en todos os nosos negocios. Queremos seguir achegando valor á sociedade non só a través da nosa actividade empresarial de carácter cooperativo senón tamén como organización de consumidores e consumidoras: un proxecto colectivo, que comparte o seu modelo de negocio con novas emprendedoras e emprendedores franquizados, que impulsa un comercio que valoriza a produción local dos alimentos e con iso busca contribuír a unha sociedade máis xusta, máis cohesionada e máis sustentable, con maiores cotas de saúde e benestar. Esta é a nosa razón de ser, pola cal traballamos todas as persoas que formamos o Grupo EROSKI, e estes son os valores que queremos manter no EROSKI do futuro.

En 2017 finalizamos a reestruturación de EROSKI no esencial, coa venda do negocio de perfumarías e telefonía móbil e centrando o noso negocio alimentario fundamentalmente na zona norte do mercado español, que abrangue desde Galicia ata Baleares e Cataluña. A nosa posición de liderado nesta zona favoreceu que os resultados ordinarios da actividade de distribución sigan mellorando apreciablemente, así como as vendas no mesmo perímetro, impulsadas polo modelo comercial "contigo" que progresivamente estendemos a toda a rede comercial de supermercados e hipermercados. Ademais, cumprimos cos nosos compromisos financeiros, mantivemos alianzas que nos reforzan comercialmente e sobre todo melloramos a proposta que lle facemos aos nosos socios clientes. A busca dunha oferta de produtos máis saudables, máis sustentables e con maior proporción dos procedentes do contorno local de cada punto de venda foi unha constante na nosa historia e vese reforzada nos últimos anos. O noso compromiso desde hai case cincuenta anos cunha alimentación de calidade para todos renovouse constantemente para satisfacer un consumidor cada vez máis esixente e formado. En EROSKI cremos que a tenda é o lugar idóneo desde onde impulsar

unha boa alimentación, máis saudable e máis respectuosa co ambiente. Por iso, ao longo de 2017 traballamos para definir os novos dez compromisos de EROSKI pola saúde e a sustentabilidade que nos marcan o camiño a seguir.

Así, continuamos apostando por gamas máis saudables a través do Programa de Mellora Nutricional dos nosos produtos de marca propia que usa como guía as recomendacións da Organización Mundial da Saúde. Grazas a iso, durante este 2017 reducimos 325 toneladas de azúcre, graxas saturadas e sal. Ademais, contamos co noso Comité Científico da FUNDACIÓN EROSKI para a definición de novos avances no noso compromiso coa promoción dunha alimentación saudable. As novas oportunidades que hoxe ofrece a tecnoloxía permítennos tamén avanzar cara a unha relación máis personalizada de EROSKI con cada unha das súas socias e socios clientes ofrecéndolles propostas máis individualizadas para a práctica dunha alimentación saudable. Neste sentido, un fito importante no 2017 foi a consolidación e ampliación do programa "Ekilibria", unha ferramenta pioneira que lle ofrece cada mes ao Socio Cliente un completo informe nutricional personalizado, gratuíto e confidencial e que compara as súas compras coas recomendacións científicas para unha dieta equilibrada. Esta ferramenta supón unha innovación disruptiva na nosa recoñecida traxectoria de formación e información ao consumidor.

Apostamos tamén polo consumo de alimentos de proximidade, impulsando o sector agroalimentario en canto que basea a súa sustentabilidade na diversidade do seu tecido produtivo como un elemento clave para a súa contribución á economía, á cultura e ao ambiente. É a nosa convicción cooperativa a que nos fai comprometermos con esta diversidade, crear contornos colaborativos e traballar cun gran número de provedores.

Ademais, a proposta comercial de EROSKI é cada día máis ambientalmente sustentable. O ecodeseño de produtos e envases, a xestión eficiente da loxística, a construción e renovación de tendas considerando criterios ambientais e usando equipamento ecoeficiente ou a aposta por produtos con orixe sostible garantida son boa proba de que esta liña de traballo é tamén un dos nosos eixes estratéxicos de desenvolvemento. Cómpre salientar que en 2017 acadamos novos logros coa nosa Política de Pesca Sustentable ampliando o número de especies comercializadas con selo MSC (Consello de Administración Mariña). Ademais, adherímonos á Comunidade #PorElClima e patrocinamos o desenvolvemento do seu escaparate de produtos que busca fomentar un consumo responsable entre as persoas consumidoras.

En liña coa sustentabilidade ambiental, pero tamén co noso compromiso social, mantivemos o obxectivo, xa acadado en exercicios anteriores, de desperdicio cero de alimentos aptos para o consumo humano na nosa rede comercial. No 2017 doamos aos máis necesitados 4.755 toneladas de produtos a través de máis dun cento de organizacións sociais de todo o país, en condicións garantidas de seguridade alimentaria, gratuidade e solidariedade.

Dentro do noso compromiso co noso contorno, en EROSKI tamén colaboramos coas principais causas e entidades solidarias do noso país, e mais con decenas de organizacións de todos os tamaños, en multitude de causas sociais. Moitas destas accións realízanse a través da FUNDACIÓN EROSKI, que canaliza o 10% dos nosos beneficios anuais dedicados a proxectos sociais e solidarios. Merece unha mención especial tamén outro dos eixes principais de traballo da Fundación: a educación e formación das persoas consumidoras. Desenvolvemos esta vocación formativa desde hai 40 anos mediante o noso proxecto informativo EROSKI CONSUMER, a revista de información ás persoas consumidoras líder no noso idioma, que conta con arredor de 60 millóns de visitas anuais no seu portal web. Independencia editorial, rigor informativo e amenidade son os seus sinais de identidade. A este proxecto debemos sumar a Escola de Alimentación da FUNDACIÓN EROSKI, co seu Plan Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables, proxecto dirixido ao ámbito escolar e orientado a axudar a que a cidadanía do futuro mellore os seus hábitos alimentarios.

Animo á lectura desta Memoria de Sustentabilidade para coñecer con máis detalle o noso desempeño neste exercicio e as nosas accións derivadas do compromiso co desenvolvemento sostible que referendamos no 2002 coa nosa adhesión ao Pacto Mundial e que renovamos anualmente. Así colaboramos para acadar os 17 Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable (ODS) das Nacións Unidas que entraron en vigor o 1 de xaneiro de 2016. Espero que sexa informativa, interesante e inspiradora.

Moitas grazas,

Agustín Markaide
Presidente do Grupo EROSKI



1.651
establecimientos

61
novas
aperturas

601
tendas de nova
xeración



253
millóns de pasos por caixa

5.505
millóns de euros
de facturación

110.000
artigos diferentes
comercializados



30.501
persoas traballadoras,
das cales 18.484 mulleres
e 4.789 homes, un 76,3%
do total, teñen un contrato
permanente

207.000
horas de formación
a persoas traballadoras

3.853
traballadores/as
acolléronse a reducións
de xornada e excedencias
para o coidado de menores
e familiares



260
millóns de euros
transferidos aos clientes
a través de ofertas
e promocións

+ de 6
millóns de Socios/as Cliente,
titulares das tarxetas EROSKI,
CAPRABO, IF e FORUM
SPORT

Mellor atención ao cliente,
recoñecido por sexto ano
consecutivo



+ 10.000
provedores comerciais e
de servizos, dos que o 98%
das compras corresponde
a empresas situadas en
territorio español.

1.768
acordos con PEMES e
cooperativas para o
desenvolvemento de
produtos agroalimentarios
locais

30
campañas de promoción
de produtos locais



325
toneladas de sal, graxas e
azucres eliminados

1.956
produtos da marca EROSKI
con semáforo nutricional

374.332
participantes nas iniciativas
impulsadas pola Escola de
Alimentación EROSKI



37.136
toneladas
de residuos reciclados
valorizados

1.380
millóns de bolsas de
plástico dun só uso
evitadas grazas ás nosas
bolsas reutilizables

14%
de redución no consumo
de combustible en
transporte desde 2013



2.437
toneladas de alimentos
doadas na Operación Quilo
e Gran Recollida de Alimentos
EROSKI engadiu unha doazón
adicional equivalente ao 7%
do total recollido

60
millóns de visitas anuais á
web de EROSKI CONSUMER

1ª
cadea de distribución polo
miúdo en España en superar
a auditoría da organización
Marine Stewardship Council
(MSC)



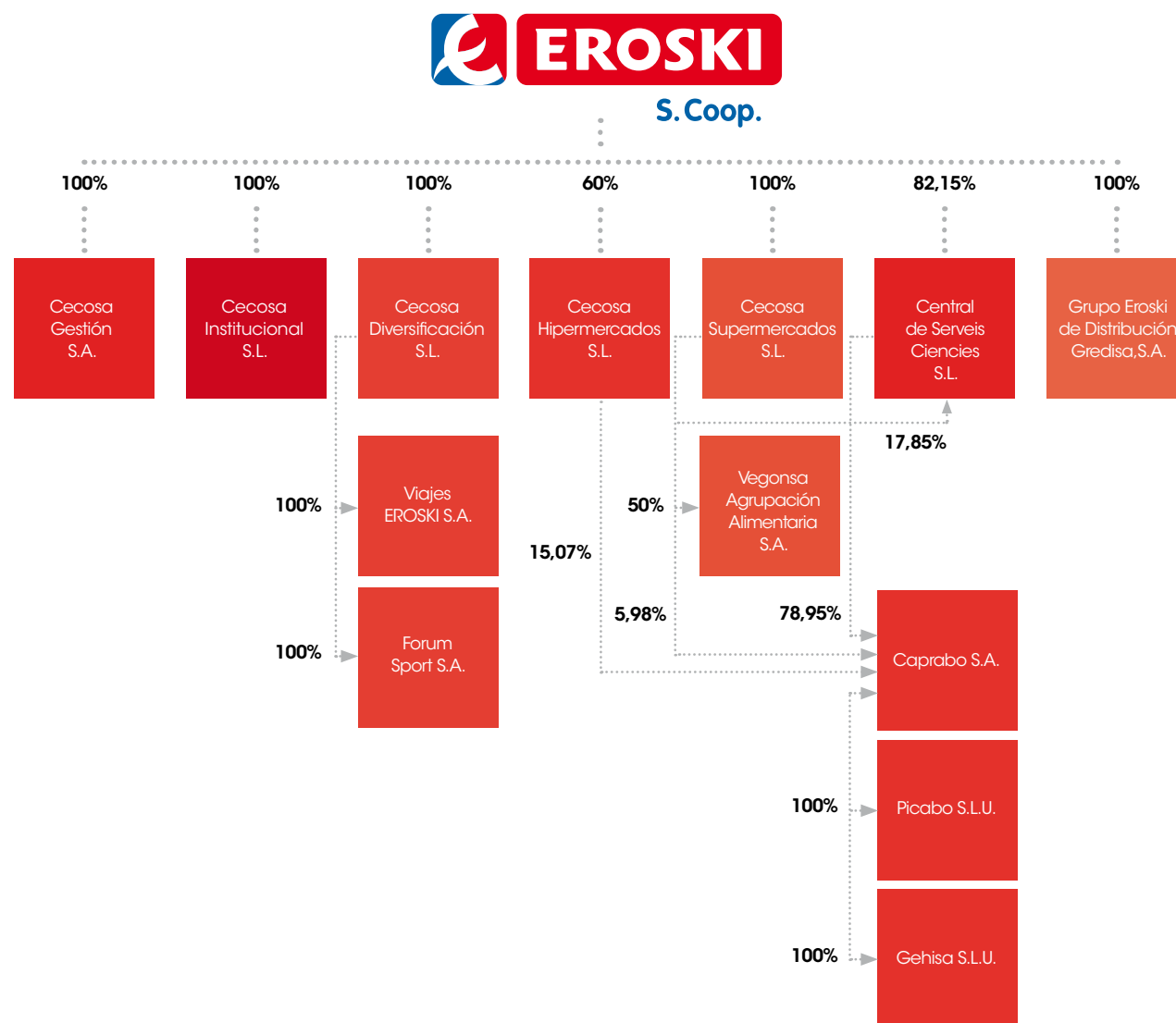
Modelo de empresa singular

EROSKI é o primeiro grupo de distribución comercial de bens e servizos de gran consumo de carácter cooperativo de España e operador de referencia nas rexións de Galicia, País Vasco, Navarra, Cataluña e Baleares. A cooperativa de consumo EROSKI S. Coop., que é a sociedade matriz do Grupo, cumpre cunha condición tripla: é unha empresa de distribución, unha organización de consumidores e un proxecto cooperativo no que as persoas consumidoras e traballadoras comparten protagonismo e soberanía.

Este modelo de empresa singular permítenos incorporar a participación directa dos profesionais á xestión da organización e sumar ao goberno o noso principal grupo de interese: a nosa clientela. Así, aseguramos a conexión entre a estratexia específica da empresa e as inxerencias das persoas traballadoras e consumidoras en xeral.

Actualmente, o desenvolvemento e a xestión da rede comercial dos nosos negocios realízase a través da cooperativa e das outras 45 sociedades dependentes dela que conforman o Grupo EROSKI.

Organigrama das principais sociedades do Grupo EROSKI e porcentaxe de participación de EROSKI S. Coop. nelas



* A listaxe completa das 45 sociedades dependentes de EROSKI S. Coop. está dispoñible publicamente no Informe Financeiro Anual Consolidado de EROSKI.

Os nosos negocios e enseñas

EROSKI representa un modelo de empresa multiformato. Comezamos vendendo alimentos e, pouco despois, incorporamos á nosa oferta os produtos téxtiles, de calzado e electrodomésticos. O desenvolvemento foi continuo durante estes case 50 anos e hoxe a nosa actividade comercial expandiuse tamén a outros produtos e servizos.

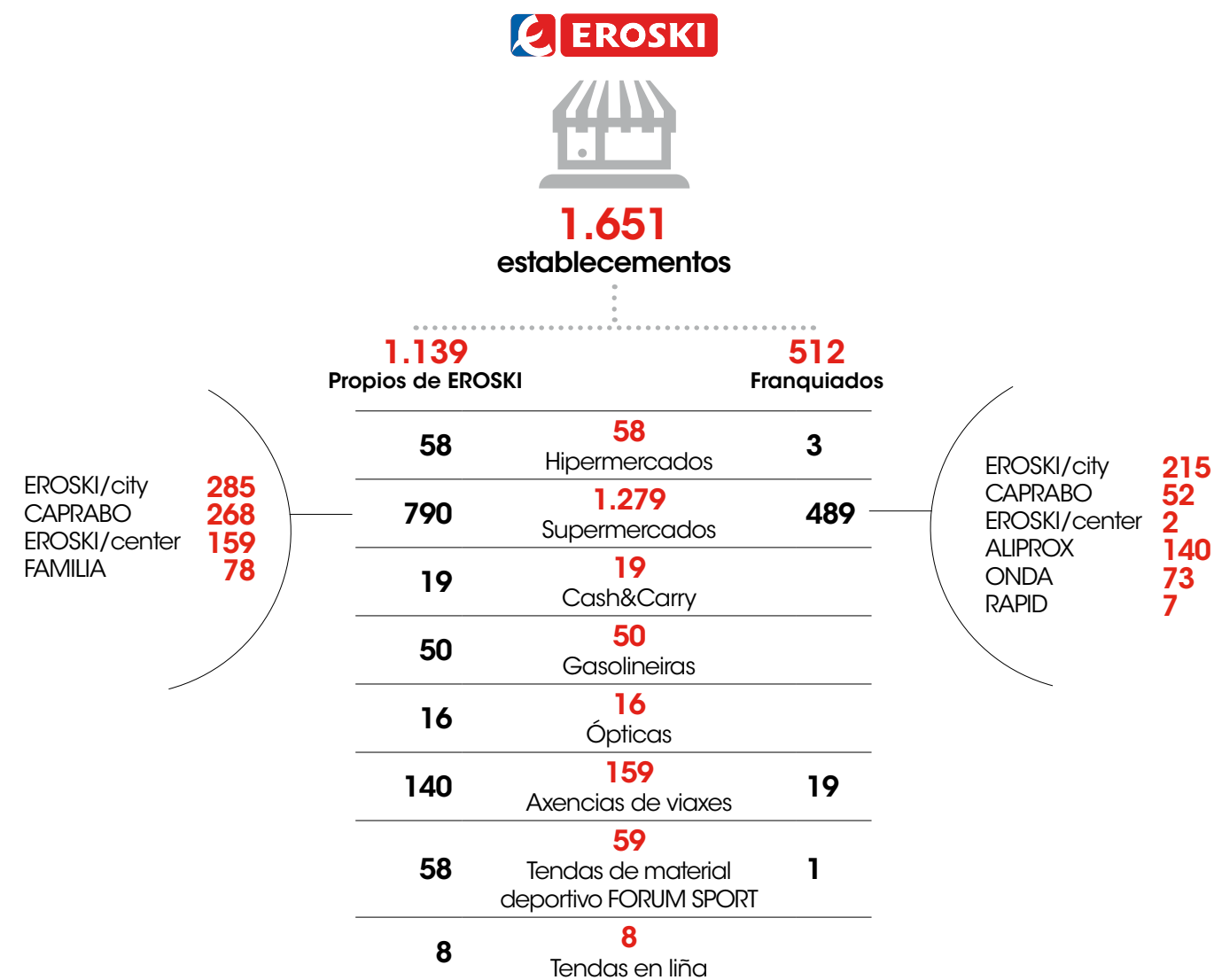
En xeral, podemos diferenciar dúas grandes liñas de negocio:

- a dos establecementos ligados á alimentación (supermercados e hipermercados) e a dos negocios diversificados (gasolineiras, deporte, viaxes, ópticas, seguros, telefonía móbil e perfumarías)

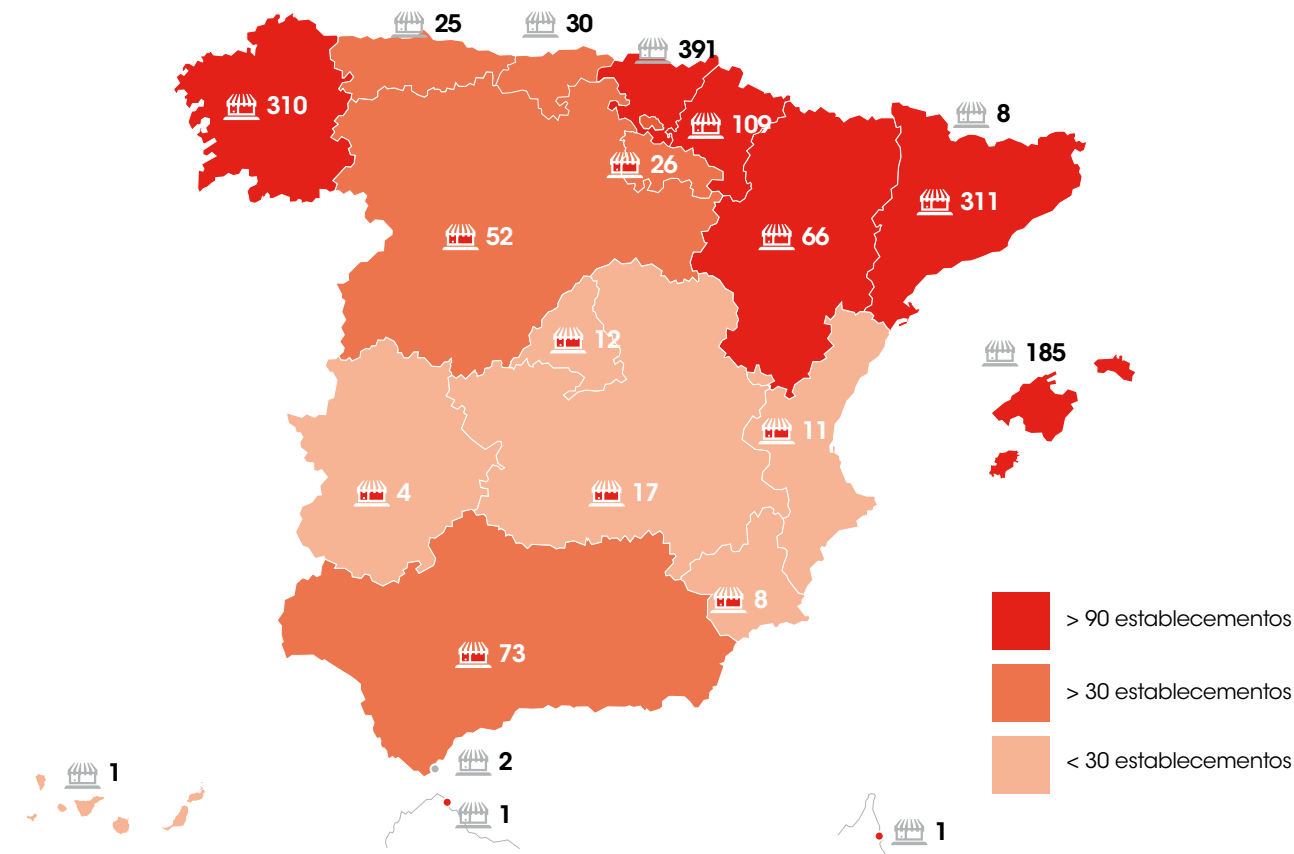
Grupo EROSKI conta cun total de 1.139 tendas propias situadas en España que dan servizo a todo tipo de clientes e que xestionamos 30.501 persoas traballadoras. Ademais, contamos con 512 tendas franquizadas con presenza tamén noutros dous países: Andorra e Reino Unido (Xibraltar).

Nas últimas dúas décadas tamén cabe destacar o noso desenvolvemento en Internet a través de diferentes tendas en liña e de www.consumer.es, a nosa translación ao medio dixital da defensa e información ao consumidor. Ademais, desenvolvemos múltiples actividades de interese social e cidadán a través fundamentalmente da FUNDACIÓN EROSKI, grazas á dedicación do 10 % dos beneficios anuais ao noso compromiso coa sociedade.

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



Distribución por comunidade autónoma e negocio dos establecementos do Grupo EROSKI e a súas franquías



	Establecementos propios							Establecementos franquitados					
	Negocios alimentación			Negocios diversificados				Negocios alimentación		Negocios diversificados		Total franquitados	Total
	Hipermercados	Supermercados	Cash & Carry	Gasolineras	Ópticas	Axencias de viaxes	FORUM SPORT	Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	FORUM SPORT		
Andalucía	10			7	3	1			51	1		52	73
Andorra									8			8	8
Aragón		36		2		5	2	21				21	66
Asturias	1	10	1	2		5	5		1			1	25
Cantabria	1	8		1		5	4		8	3		11	30
Castela e León	1	21		1		9	12		5	2	1	8	52
Castela-A Mancha	5			4	2	2			4			4	17
Cataluña	2	247		1		3	1	1	56			57	311
Ceuta									1			1	1
C. Valenciana	4			3		1	2	1				1	11
Estremadura	1					1			2			2	4
Galicia	5	149	18	3		5	1		128	1		129	310
Xibraltar									2			2	2
Illas Baleares		109		2					74			74	185
Illas Canarias	1											0	1
A Ríoxa	1	10		1		7	3		4			4	26
Madrid						4			8			8	12
Melilla								1				1	1
Murcia	3			3			1			1		1	8
Navarra	2	54		3	1	14	6		27	2		29	109
País Vasco	21	146		17	10	78	21		89	9		98	391
Total xeral	58	790	19	50	16	140	58	3	489	19	1	512	1.643*

* Nesta táboa non se contabilizan as tendas en liña

Novidades de 2017

En 2017 culminamos a reestruturación de EROSKI no esencial, despois da venda e a entrega ao longo do exercicio dun grupo de hipermercados e mais da venda dos negocios de perfumarías e telefonía móbil. Con iso concentramos a nosa actividade, fundamentalmente, na zona norte do mercado español, que abrangue desde Baleares e Cataluña ata Galicia, onde ocupamos unha posición de liderado. Isto débese, en gran medida, ao noso novo modelo comercial "contigo", que busca ofrecer sempre un plus de calidade e servizo aos nosos clientes, ademais dunha oferta

comercial saudable, sustentable e competitiva nos prezos. Contamos con cada vez máis tendas de nova xeración que están perfectamente aliñadas con esta proposta de valor, sendo xa máis de 600 os establecementos que transformamos na nosa rede. Isto supón máis do 40% da rede comercial alimentaria e foi posible grazas a un investimento superior aos 300 millóns de euros. Esta transformación traducíuse na creación de 1.155 novos postos de traballo e as vendas que se producen nelas superaron o 65% das vendas totais.

Ademais, seguimos avanzando na nosa proposta multicanle co lanzamento do servizo exprés con entrega a domicilio no mesmo día do noso supermercado en liña ou a ampliación ata 51 dos puntos de recollida para pedidos en liña a través das modalidades "Click&Drive" ou "Click&Collect". A estas accións para facilitar a compra aos nosos clientes, engádense tamén a extensión das funcionalidades da app de EROSKI Club e o lanzamento dunha nova tarxeta de crédito Mastercard para os nosos Socios/as Cliente e da Tarxeta Ouro de EROSKI Club.



61 novas
aperturas

Propios de EROSKI

- 1 Hipermercado
- 4 Supermercados
- 1 Gasolinera
- 1 Axencia de viaxes
- 7 Tendas de material deportivo

Franquías de EROSKI

- 1 Hipermercado
- 46 Supermercados

601 tendas
de nova
xeración

- 570 Supermercados
- 31 Hipermercados



A nosa misión

EROSKI xurdiu do cooperativismo de consumo na década dos sesenta co obxectivo de conseguir produtos de calidade a bo prezo e de defender os dereitos das persoas consumidoras que fundaron a cooperativa. Desde entón, mantivemos a nosa estratexia empresarial aliñada con este fin grazas a que integramos nela as necesidades e demandas dos consumidores. De feito, a nosa misión é ofrecer á sociedade bens e servizos que melloren a calidade de vida, a saúde e o benestar das persoas consumidoras nas mellores condicións de calidade, información e prezo, co compromiso de fomentar a práctica dun consumo sostible.

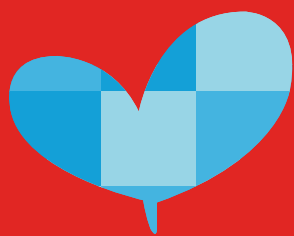
Por iso o noso modelo comercial "contigo" está centrado na saúde e a sustentabilidade, nos produtos locais e no aforro.

A nosa visión impúlsanos a traballar preto das persoas consumidoras para facer do noso posicionamento "contigo" unha realidade diferencial que faga das nosas tendas as preferidas dos consumidores.

En EROSKI pomos tamén as persoas traballadoras no centro da nosa actividade, xa que procuramos xerar emprego sostible e de calidade. Ademais, traballamos para obter uns beneficios que nos permitan xerar máis riqueza e

distribuíla de forma solidaria, e temos un gran compromiso coa saúde, o benestar e o desenvolvemento sostible da sociedade. Con el procuramos:

- Achegar solucións satisfactorias á clientela mediante a **innovación permanente**.
- Crear un proxecto e un modelo de **empresa integradora de persoas**.
- Promover o **desenvolvemento persoal e profesional das persoas** traballadoras.
- Acadar posicións de **liderado no mercado** español.
- Obter os beneficios que posibiliten un **crecemento xerador de riqueza**.
- Distribuír os resultados nun marco de **cooperación e de participación**
- Comprometernos coa **defensa dos consumidores**.
- Promover o **respecto e a xestión favorables ao medio**.
- Contribuír á **mellora da comunidade** na que actuamos.



Facer que nos
prefiras
porque che facilitamos de verdade
**unha vida + sa
e sustentable**

Os nosos valores fundamentais

Cinco valores definen o noso proxecto empresarial e o xeito de nos relacionar coas persoas e coa contorna na que desenvolvemos a nosa actividade:



Os principios básicos de EROSKI S. Coop.



Os nosos 10 compromisos pola saúde e a sustentabilidade

Hai case cincuenta anos que naceu EROSKI co obxectivo de pór en marcha unha proposta de tenda diferente, centrada nas necesidades dos consumidores e cun forte arraigamento social. O noso compromiso histórico cunha alimentación de calidade para todos renovouse constantemente para satisfacer un consumidor cada vez máis esixente e formado. En EROSKI cremos que a tenda é o lugar idóneo desde onde impulsar unha boa alimentación, máis saudable e

máis respectuosa co ambiente. Ao longo de 2017 traballamos para recoller esa convicción en 10 compromisos pola saúde e a sustentabilidade adaptados ás novas prioridades e ás diferentes necesidades no campo da alimentación e o consumo que existen hoxe en día. Estes compromisos feitos públicos a principios de 2018 márcannos o camiño a seguir nos próximos anos. Desde sempre e para sempre, avanzamos no que de verdade lle importa ao consumidor.



Compromiso 1 Implicámonos coa seguridade alimentaria

Estamos comprometidos coa seguridade alimentaria, por iso controlamos a rastrexabilidade dos produtos e o mantemento da cadea de frío dos frescos. Ademais, **temos un plan de calidade preventivo polo que realizamos máis de 11.000 análises de produto e auditamos máis de 400 provedores ao ano.**

Compromiso 2 Promovemos unha alimentación equilibrada

Promovemos o consumo dos alimentos que necesitamos para unha alimentación equilibrada facilitando a súa compra nas nosas tendas, con mellores promocións e prezos, e asesoramento profesional por parte de todos os que formamos EROSKI. Ademais, reducimos nutrientes cuxo consumo excesivo é prexudicial para a saúde nos produtos das nosas marcas e melloramos a calidade das súas graxas. Así, **en 2020 ningún dos nosos produtos levará graxa de palma nin de coco.**

Compromiso 3 Previmos a obesidade infantil

Previmos a obesidade infantil promovendo e facilitando unha alimentación equilibrada, priorizando a redución e a mellora da calidade de nutrientes cuxo consumo excesivo é prexudicial para a saúde en **máis de 35 produtos infantís das nosas marcas e formando dous millóns de nenos e as súas familias en hábitos de vida saudables para o 2025.**

Compromiso 4 Atendemos as necesidades nutricionais específicas

Queremos que as persoas con necesidades específicas atopen nas nosas tendas todo o necesario para a súa alimentación. Porque se non os temos, traémolos a través do noso servizo de encargos ou achegámoslos desde a nosa tenda en liña. Actualmente **ofrecemos ata 3.000 produtos sen glute e en 2018 lanzaremos unha gama de produtos específicos sen glute marca EROSKI.**

Compromiso 5 Favorecemos un consumo responsable e respectuoso co ambiente

Facilitamos unha alimentación sustentable reducindo o impacto ambiental dos nosos procesos, tendas e produtos. Só en 2017, **doamos máis de 4.700 toneladas de alimentos a 48 entidades sociais para loitar contra o desperdicio alimentario.** Ademais, promovemos os produtos ecolóxicos e os procedentes de procesos de produción máis sustentable, a redución de aditivos artificiais e o benestar animal.

Compromiso 6 Ofrecemos máis produtos locais

Contribuímos ao desenvolvemento da contorna social e económico das nosas tendas ofrecendo **máis de 20.000 produtos locais, en colaboración cuns 2.000 pequenos produtores.** Ademais, **promovemos a cultura de cada zona** ensinándolles aos nosos clientes todas as bondades do produto local a través de eventos gastronómicos, visitas ás instalacións dos produtores e celebrando a carón deles as festas con máis arraigamento e tradición. No 2017, celebramos máis de 300 eventos aos que asistiron máis de 5.000 persoas.

Compromiso 7 Facilitamos comer ben a bo prezo

Temos **bos prezos** nos produtos necesarios para levar unha alimentación equilibrada e responsable, e desenvolvemos **propostas de aforro personalizadas** para os nosos socios porque estamos convencidos de que todas as persoas teñen dereito a gozar dos produtos que son precisos para unha alimentación equilibrada e sustentable.

Compromiso 8 Actuamos desde a escoita, con claridade e transparencia

Actuamos de xeito claro e transparente, contando sempre coa participación de socios, traballadores e clientes, e mais doutros grupos de interese. **Máis de 5.000 persoas colaboraron na construción dos nosos compromisos.** Ademais, **queremos a máxima claridade e transparencia na información que ofrecen os nosos envases,** por iso fomos pioneiros en 2007 coa incorporación do semáforo nutricional.

Compromiso 9 Coidámonos como traballadores

Formámonos en materia de saúde, benestar e consumo responsable, para mellorar a nosa calidade de vida e atender mellor o cliente. Ademais, **melloramos a calidade de vida dos nosos traballadores** ofrecendo formación, asesoramento, actividades, programas e diversas ferramentas para os traballadores e as súas familias, co obxectivo de mellorar os seus hábitos alimentarios e de sustentabilidade.

Compromiso 10 Impulsamos un estilo de vida máis saudable

Levamos máis de 40 anos impulsando a **información de calidade** sobre saúde e sustentabilidade grazas á **revista Consumer** e ao portal www.consumer.es con máis de 5 millóns de lectores ao mes. Ademais, evolucionaremos o noso programa de asesoramento personalizado para chegar a **máis de 500.000 socios do Club Eroski** e formaremos máis de dous millóns de nenos e nenas, así como os seus familiares, a través do noso Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS).

Desempeño económico

O Grupo EROSKI pechou as súas contas, o 31 de xaneiro de 2018, cuns beneficios de 33,2 millóns de euros, o que supón unha mellora de 56 millóns de euros con respecto ao ano anterior. O resultado operativo da súa actividade de distribución mellora un 0,3% e acada os 137,4 millóns de euros, mellorando a súa ratio sobre vendas en 0,22 puntos ata o 2,87%. A evolución favorable dos resultados é consecuencia dos logros acadados nos diferentes proxectos de mellora da eficiencia e da produtividade, tanto no ámbito da cadea de valor como na loxística, e do alto nivel de compromiso interno dos traballadores co proxecto socioempresarial colectivo.

Por outra banda, as vendas netas foron de 4.792 millóns de euros, un 7,2% menos ca no exercicio anterior debido á redución do perímetro, pero mantéñense a superficie constante (99,8% con respecto ao 2016) grazas á mellora da compra media. Durante o exercicio 2017, a boa evolución das principais variables económicas no contorno favoreceu o crecemento do consumo. No nicho do mercado da alimentación o crecemento foi algo menor a condicións constantes.

No 2017 o resultado viuse afectado por impactos contables derivados de procesos de desinvestimento, así como por deterioracións de activos, que afectaron negativamente en 21 millóns de euros. O resultado financeiro ascende a -64,6 millóns cunha redución significativa dos gastos financeiros por

débedas con entidades de crédito polo axuste do tipo de xuro do custo amortizado.

O Patrimonio Neto incrementábase como consecuencia do beneficio obtido no exercicio e sitúase nos 235 millóns de euros. Incorporando a este Patrimonio Neto o importe das Achegas Financeiras Subordinadas (AFS) de emisións anteriores ao 2007, por 125 millóns, que non teñen natureza contable de Patrimonio Neto pero que cobren unha función financeira equivalente, a cifra sitúase en 360 millóns de euros. O total de pasivos correntes e non correntes ascende a 3.326 millóns de euros e deixa o importe do Activo Total en 3.561 millóns de euros, o que supón unha minoración de 310 millóns con respecto ao exercicio precedente.

A finais do exercicio 2017, despois de verificado o pleno cumprimento ata a data de todas as condicións requiridas no acordo marco de reestruturación asinado en 2015, e o previsible cumprimento das restantes, a sociedade iniciou conversas coas principais entidades financeiras acreedoras para acordar a adecuación da amortización prevista para xullo de 2019 á traxectoria financeira prevista para o grupo, de xeito que lle outorgue a pretendida continuidade ao proxecto. Estímase que ao longo de 2018 se poderá acadar un acordo que acomode as obrigas de amortización futuras ao ritmo de xeración de caixa previsto no próximo período estratéxico.



Conta de resultados do Grupo EROSKI

Extracto en miles de euros o 31 de xaneiro de 2018

	Exercicio 2017	Exercicio 2016
Ingresos ordinarios	5.035.577	5.393.938
Vendas netas distribución	4.792.066	5.164.579
Outros ingresos	243.511	229.359
Beneficio operativo (Antes de deterioracións, resultados venda inmovilizado e actividades non correntes)	137.367	136.909
Deterioracións, resultado venda inmovilizado e activos non correntes	-20.848	5.837
Beneficios antes de financeiros e impostos	116.519	142.746
Resultado financeiro	-64.631	-90.696
Participación beneficio / perdas dos investimentos aplicando método de participación	3.677	508
Imposto sobre as ganancias	-32.106	-59.333
Beneficio neto por actividades interrompidas	9.754	-16.025
Resultado do exercicio	33.214	-22.800

As contas anuais consolidadas preparáronse de conformidade coas Normas Internacionais de Información Financeira adoptadas pola Unión Europea. Os datos de 2016 foron reexpresados para facilitar a súa comparanza, xa que o negocio de Perfumarías se considerou como operación interrompida en 2017. A Conta de Resultados do Grupo EROSKI completa está dispoñible publicamente na web www.cnmv.es.

Xeramos riqueza na nosa contorna

A riqueza xerada por EROSKI mediante a súa actividade empresarial vai máis alá do reparto de beneficios, se o resultado do exercicio é positivo, entre as Socias e Socios Traballadores da cooperativa e o resto de sociedades do grupo. Tamén transferimos riqueza directamente aos distintos actores da nosa cadea de valor. Así, durante o exercicio 2017, as máis de 10.000 empresas proveedoras de produtos e servizos coas que traballamos recibiron arredor de 4.100 millóns de euros por efecto da nosa relación comercial. Neste sentido, cómpre salientar que aproximadamente o 50% dos nosos provedores comerciais son pequenos produtores locais, xa que a nosa política de compras e aprovisionamento busca impulsar un sector agroalimentario sustentable.

Outro elemento de referencia é o impacto económico directo que a nosa actividade como distribuidor supón polo emprego que xeramos. As 30.501 persoas traballadoras de EROSKI percibiron en total máis de 493 millóns de euros de compensación polo seu desempeño e os organismos estatais pertinentes ingresaron 224 millóns de euros polas contribucións sociais e polos impostos atribuíbles ao noso cadro de persoal, ademais de polas achegas sobre ganancias e outros tributos.

Á hora de xerar impactos económicos positivos, en EROSKI tamén temos moi presente as persoas consumidoras, un dos nosos principais grupos de interese. Proba diso é que, durante o pasado exercicio, transferimos máis de 260 millóns de euros á nosa clientela a través de ofertas e promocións.

Ao mesmo tempo, somos conscientes de que o noso compromiso coa contorna se debe estender máis alá dos impactos económicos directos que a nosa actividade xera e, por iso, achegamos case 12 millóns de euros en 2016 para fins sociais a través dos distintos negocios do Grupo e da FUNDACIÓN EROSKI. A formación e a información ao consumidor, a solidariedade e a promoción da cultura e dos contornos locais son os piares fundamentais sobre os que desenvolvemos o noso compromiso social.

Así mesmo, a protección ambiental e a minimización de calquera impacto negativo que por mor da nosa actividade poidamos xerar no medio natural son sempre elementos relevantes que se deben ter en conta. Por iso, destinamos máis de 9 millóns ao ano a investimentos dirixidos a reducir a nosa pegada ambiental e a preservar e protexer os recursos naturais do planeta.

Achegas económicas directas a algúns grupos e áreas de interese



Modelo de Xestión

A singularidade do noso Goberno Corporativo tamén se debe a que a nosa sociedade matriz é unha cooperativa de consumo. É por iso que tanto persoas consumidoras como traballadoras participan na xestión e na toma de decisións da organización. Así, EROSKI vertébrase a través de dúas comunidades: dunha banda, 1.118.006 Socias e Socios de Consumo (o que supón un incremento do 5,06% sobre o ano anterior, con 53.883 novas persoas socias consumidoras), persoas cunha conciencia especial sobre a súa natureza consumidora, que deciden implicarse na cooperativa; doutra 10.017 Socias e Socios de Traballo (8.127 de EROSKI S. Coop.) achegan capital e o seu traballo como parte do seu compromiso coa organización.

Para a xestión de ambos os dous colectivos, dotámonos dos correspondentes estatutos e normativas que regulan a organización de cada un deles mediante unha estrutura propia.

O goberno corporativo, a xestión e a representación da cooperativa reside no seu **Consello Reitor**. Está formado por 12 membros elixidos pola Asemblea Xeral para un período de catro anos, con posibilidade de reelección. A metade procede do colectivo de consumidores e a outra metade do de traballadores.

Os Estatutos Sociais establecen as incompatibilidades dos membros do Consello Reitor e a Dirección. Á súa vez, a Comisión de Nomeamentos e Retribucións vela para que reúnan os criterios de idoneidade establecidos, encárgase de evitar os conflitos de interese e ten en conta as cuestións de diversidade de xénero.

O Conselleiro con máis antigüidade incorporouse en 2009, e en 2016, seguindo a normativa interna, renovouse a metade dos Conselleiros. Malia que ningún dos membros actuais do Consello Reitor ten responsabilidades executivas, destacan entre as súas funcións a de nomear o presidente e os directores xerais da cooperativa, a fixación do Regulamento de Réxime Interno e a aprobación de investimentos.

O Consello Reitor preside a **Asemblea Xeral**, que é o órgano supremo de expresión da vontade societaria. Está constituído de forma paritaria por 250 delegados/as representantes dos Socios e Socias Consumidoras e 250 delegados/as representantes dos Socios e Socias Traballadoras. A elección dos seus membros é ratificada nas correspondentes Xuntas Preparatorias de Consumo e de Traballo, e o seu mandato dura 4 anos. Tamén asisten con voz, mais sen voto, a Dirección Xeral e a Presidencia do Consello Social. Entre as súas funcións destacan as de aprobación das contas, presentación e distribución de resultados, aprobación dos plans estratéxicos e dos plans anuais de xestión e a modificación dos Estatutos Sociais.

O Consello Reitor delega determinadas facultades no **Consello de Dirección**, co que se reúne mensualmente para tratar os distintos temas económicos, ambientais e sociais da organización, e outras nas comisións que se crean no seu seo mediante a aprobación dos regulamentos previstos para a súa composición e as súas normas de funcionamento. Así, o Consello Reitor reúne as Comisións de Auditoría e Cumprimento, a Comisión de Nomeamentos e Retribucións e a Comisión Executiva.



Consello Reitor (de esq. a dereita):

Iñigo Arias – Socio Traballador
Oscar Goitia – Socio Consumidor (independiente)
Sonia Ortubai – Socia Consumidora (independiente)
Gonzal Loro – Socio Consumidor (independiente)
Ignacio Ruiz – Socio Consumidor (independiente), secretario
Leire Mugerza – Socia Consumidora (independiente), presidenta

Edorta Juaristi – Socio Traballador, vicepresidente
Ana Isabel Zariquiegui – Socia Traballadora
Lander Beloqui – Socio Consumidor
Cristina Gainza – Socia Traballadora
Andoni Martínez Melgosa – Socio Traballador
Nerea Esturo – Socia Traballadora



Consello de Dirección desde febreiro de 2017
(de esq. a dta.):

Javier Amézaga
(Director Recursos)

Eva Ugarte
(Directora
Marketing)

Agustín Markaide
(Presidente)

Rosa Carabel
(Directora de Rede)

Beatriz Santos
(Directora
Comercial)

Iñigo Eizaguirre
(Director Social)

Ademais, a cooperativa conta con dous órganos de control. Dunha banda, está o **Comité de Recursos**, formado por cinco membros elixidos pola Asemblea Xeral, que tramita e resolve os recursos presentados polos socios contra as decisións adoptadas polo Consello Reitor e sobre aspectos previstos nos Estatutos. Doutra, contamos co Comité de Vixilancia, formado por tres socios elixidos pola Asemblea Xeral, que ten un marcado carácter fiscalizador e de control en relación co correcto funcionamento dos órganos sociais, as auditorías e o goberno corporativo.

O coñecemento do Consello Reitor das preocupacións máis relevantes da organización realízase, de maneira proactiva, no propio órgano mediante o seguimento da marcha dos distintos negocios, da organización e do mercado, así como pola intervención nas sesións do Consello Reitor dos diferentes directivos da empresa. Esta actividade complementase cos informes periódicos e os procedementos de información previa que corresponden a cada Comisión ou Comité a respecto das materias da súa especialidade, que son obxecto de análise e propostas específicas.

Por último, o Consello Reitor conta con dous órganos consultivos: o **Consello Social**, formado por 16 persoas Socias Traballadoras, centrado en aspectos sociolaborais, e o **Consello Consumerista**, formado por representantes dos Comités Locais de Consumidores, que se ocupa dos asuntos relacionados co consumo.

Ao longo de 2017 renovouse a metade do Consello Social, do Comité de Recursos e da Comisión de Vixilancia, tal e como se recolle na nosa normativa interna.

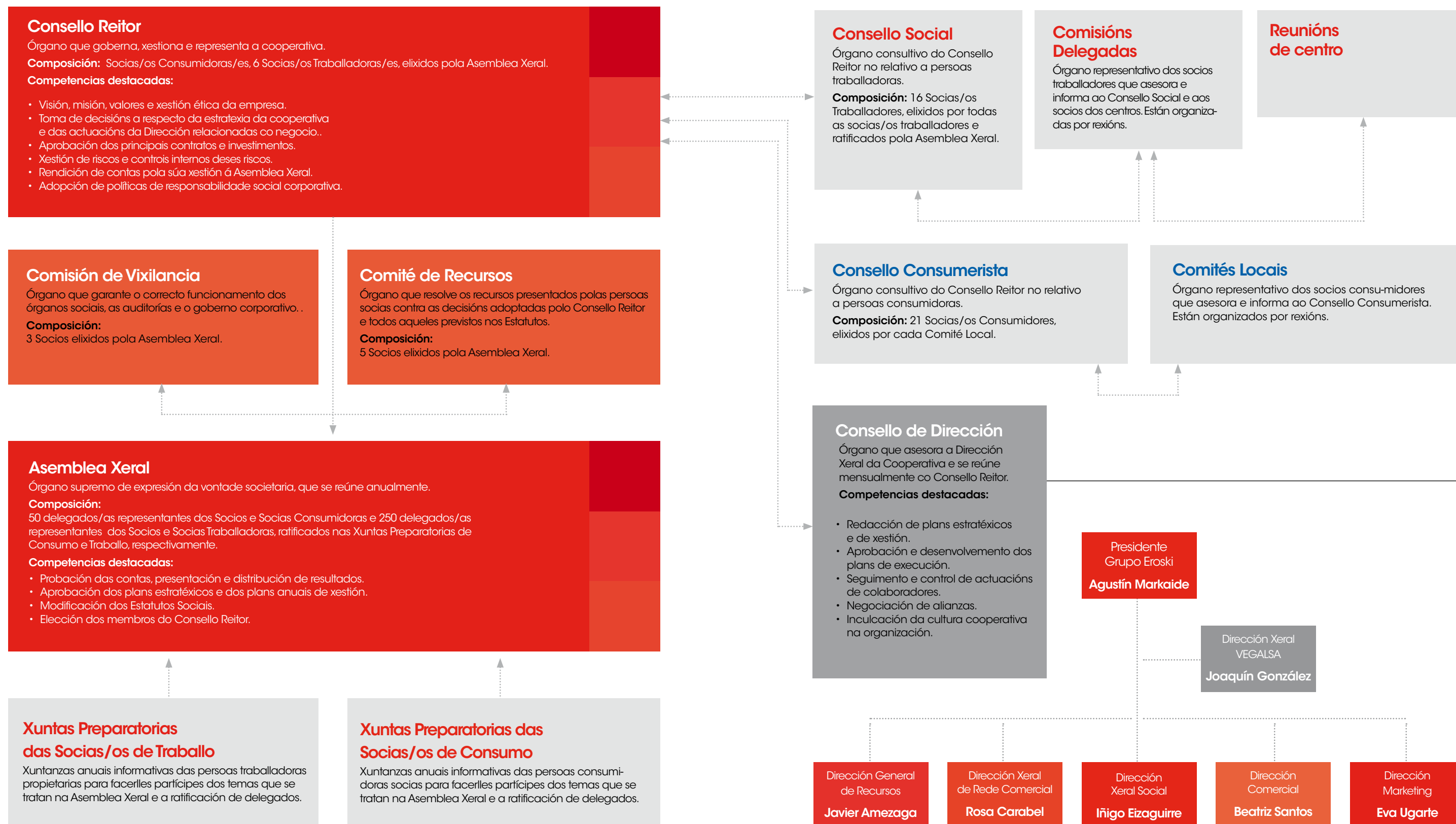
Así mesmo, tamén correspondeu a renovación da metade dos representantes sociais de cada centro (todas e todos eles foron designados para catro anos de mandato) e do Comité de Seguridade e Saúde.

Debido a estas renovacións formáronse máis de 250 persoas cun cómputo de máis de 5.000 horas de formación.

Contamos cun programa de formación e actualización de contidos para os membros do Consello Reitor co obxectivo de mellorar o seu coñecemento sobre asuntos económicos, ambientais e sociais. En febreiro de 2018 realizáronse dúas accións formativas: unha económica financeira e outra acerca da xestión das sociedades cotizadas.

Tamén avanzamos nas autoavaliacións do desempeño, por segundo ano consecutivo, do Consello Reitor e das súas Comisións, así como de determinados cargos. Este sistema de autoavaliación consiste en cuestionarios individuais que inclúen preguntas cualitativas que permiten obter información completa e propostas de mellora específicas. A Comisión de Nomeamentos e Retribucións analizou os resultados dos cuestionarios de autoavaliación e presentou os novos plans de acción que foron aprobados polo Consello Reitor e que se puxeron en marcha co fin de mellorar o funcionamento do desempeño do Consello e das Comisións e o tratamento dos seus asuntos.

Estructura de goberno en EROSKI S. Coop.



Responsabilidade executiva en temas económicos, ambientais e sociais

Xestión económico-financeira

O logro dos obxectivos económicos, xestionados a través do ECOFIN, é supervisado polo Comité de Auditoría e Cumprimento de EROSKI S. Coop, comité delegado do Consello Reitor, ao que lle confía o exame e o seguimento permanente da información e o control contable da Sociedade. É a función de Auditoría Interna, a través do devandito Comité, a que achega un enfoque sistemático e disciplinado de avaliación independente e de mellora da eficacia e eficiencia dos procesos de xestión de riscos e dos sistemas de control interno. Os resultados son valorados polo Consello Reitor e sometémonos a unha auditoría anual externa. A Asemblea Xeral aproba as contas anuais e o informe de auditoría.

As relacións comerciais e a promoción do contorno local xestiónanse desde a Dirección Comercial, mentres que as relacións institucionais dependen da Secretaría Xeral.

Xestión social

A xestión dos nosos traballadores e traballadoras depende da Dirección Xeral Social que, a través de varios departamentos, se encarga, entre outras, das seguintes áreas: prevención de riscos laborais, relacións laborais e administracións, desenvolvemento de emprego e talento, organización e desenvolvemento de persoas e xestión social.

O departamento de Saúde e Sustentabilidade, dependente da Dirección de Marketing, encárgase da área de solidariedade e acción social, xunto cos departamentos de responsabilidade social das distintas sociedades do grupo. Este labor vese complementado cos labores que realiza a FUNDACIÓN EROSKI nese ámbito.

Xestión ambiental

O cumprimento do noso compromiso co medio xestiónase transversalmente a través de todas as áreas funcionais na cadea de valor. Desde as áreas de Desenvolvemento e Loxística, dependentes da Dirección Xeral de Recursos, pasando pola Dirección Comercial e a Dirección Xeral de Rede Comercial, ata o departamento de Saúde e Sustentabilidade, dependente da Dirección de Marketing. Deste xeito, asegurámonos de que todos os aspectos ambientais da organización son xestionados pola área que os xera. A coordinación deste labor realízase a través de distintos foros destinados a tomar decisións estratéxicas e empresariais (Comité de Saúde, Comité de Marketing etc.).

Esta xestión complementábase coa promoción da sensibilidade ambiental cara á clientela a través do departamento de Saúde e Sustentabilidade e con campañas da Fundación EROSKI e dos departamentos de responsabilidade social das distintas sociedades do grupo.

Xestión Ética e Responsable

Para garantir que as actividades e as relacións de EROSKI se realizan de maneira honesta e ética, contamos cun **Regulamento de Réxime Interno Cooperativo** e cun **Código de Conduta** comunicado aos nosos traballadores, socios e provedores, e á disposición de todos os grupos de interese.

En xeral, para velar sempre pola reputación e credibilidade da nosa organización evitamos actividades desaliñadas cos nosos intereses, cumprimos as normas que establecemos, colaboramos coas autoridades competentes, facemos bo uso dos activos da organización e rexeitamos pagamentos, obsequios e atencións indebidas.

EROSKI conta con canles e medios confidenciais para consultar ou notificar calquera cuestión relacionada co Código e o seu procedemento. Así, contamos cun enderezo de correo electrónico, un teléfono e un formulario de entrega vía postal para realizar este tipo de comunicacións. O Responsable de Cumprimento, a través da OCI (Órgano de Control Interno), é a persoa designada polo Comité de Auditoría e Cumprimento do Consello Reitor para recibir, canalizar, facer seguimento, informar e documentar estas notificacións e consultas. O Comité de Auditoría supervisa o funcionamento dos procedementos establecidos na recepción das consultas e notificacións, e valida a resposta dada nelas.

Loita contra la corrupción

As actuacións levadas a cabo en materia anticorrupción enmárcanse na implantación da política de Compliance por parte do Grupo EROSKI. Durante o ano 2017 finalizouse a avaliación dos riscos de carácter penal que afectan o Grupo EROSKI (condutas de risco e departamentos afectados) e aprobouse o **Plan de Prevención de Riscos Penais**. Nel establécese o deseño da política preventiva, coa definición das medidas de control interno que se deben implantar. Para iso, elaborouse un Manual de Prevención de Riscos Penais que inclúe:

- O detalle das situacións de risco que eventualmente poida ter que afrontar o Grupo.
- O establecemento dos protocolos de actuación ante operacións que entrañen un potencial risco delituoso.
- A formulación das recomendacións necesarias para o deseño dunha política eficaz de prevención de delitos, na que tamén se define o modelo de delegación e control do Grupo canto á notificación de incidencias, á implantación de medidas ou á mellora das xa establecidas, e á comunicación de condutas delituosas ao Consello de Administración.

Para cumprir as obrigas en materia de Compliance entrou en funcionamento o **Órgano de Control Interno**. Este conta co auxilio da **Oficina de Compliance**, que se encarga da xestión e da implantación do Plan de Prevención de Riscos Penais.

O noso Código Ético

O noso código ético é o eixe da xestión diaria, que na práctica se corresponde coas seguintes liñas de actuación:



Incluír
a xestión ética entre os obxectivos principais da Dirección.

Asumir e contribuír
á mellora continua dos niveis de Responsabilidade Social recollidos na lexislación.

Verificar
a través de indicadores a conduta ética da organización para definir as áreas de actividade necesitadas de mellora.

Fixar obxectivos
de mellora na Xestión Ética e elaborar e adoptar plans para a súa consecución.

Formar e informar
axeitadamente a todas as persoas involucradas na aplicación do sistema de xestión e promover a adopción de boas prácticas de Responsabilidade Social.

Informar
axeitadamente sobre o código ético adoptado a provedores e subcontratistas, creando mecanismos para a transferencia do coñecemento sobre a Responsabilidade Social.

Atender
as partes interesadas externas (consumidores, comunidades de veciños, Administración, clientes, provedores etc.) cando se interesen polo noso comportamento social.

Comunicar
á sociedade, aberta e eficazmente, o noso código, as súas normas e o cumprimento dos seus obxectivos.

Prevención e xestión de conflitos de intereses

Establecemos diferentes mecanismos para a prevención e/ou xestión dos conflitos de intereses que se puidesen suscitar mediante as seguintes normas internas: os Estatutos Sociais de EROSKI S. Coop., o Regulamento do Comité de Auditoría e Cumprimento, o Código de Conduta Corporativo, o Procedemento Interno de Contratación e o Estatuto do Directivo.

En conformidade coa nosa normativa, a Asemblea Xeral debe autorizar calquera actuación que obrigue a cooperativa con algún membro do Consello Reitor, a Comisión de Vixilancia ou a Dirección, ou con calquera dos seus familiares ata o segundo grao de consanguinidade ou afinidade. Así mesmo, dentro das competencias atribuídas ao Comité de Auditoría e Cumprimento está a de informar ao Consello Reitor acerca das situacións de conflito de intereses en que puidesen incorrer Conselleiros e Directivos, segundo informes da Comisión de Nomeamentos e Retribucións.

Xestión de impactos e riscos

Na actualidade, a identificación e a xestión dos impactos, riscos e oportunidades de carácter económico, ambiental e social corresponden principalmente ao Comité de Auditoría e Cumprimento e ao Órgano de Cumprimento de EROSKI S. Coop., que son os encargados de informar puntualmente ao Consello Reitor, que é en último termo, o órgano responsable de velar polo cumprimento das normas internas relativas á xestión de todos os riscos que poidan ameazar a organización.

Ademais, desenvolvemos un Plan de Prevención de Riscos Penais no que se identifican os delitos que contarían cunha maior probabilidade de seren cometidos dentro das actividades desenvolvidas no Grupo EROSKI. Nel sinálanse os departamentos ou áreas que estarían máis afectadas pola súa potencial comisión, as actuacións que levarían a infrinxir a regulación e as medidas de prevención que deben ser implantadas polos grupos de risco, así como os procesos de monitorización que se desenvolverán para a súa inspección ou acreditación.

Neste senso, en relación cos Delitos contra os Recursos Naturais e o Medio, prevense determinadas actuacións de risco que poden ser levadas a cabo por distintos departamentos de Eroski S. Coop., así como as medidas de prevención para evitalas e os controis específicos implantados, que, basicamente, constan de sistemas de reporting entre os distintos órganos do Grupo.

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

Pertenza a asociacións

Eido cooperativo e como asociación de consumidores

País Vasco

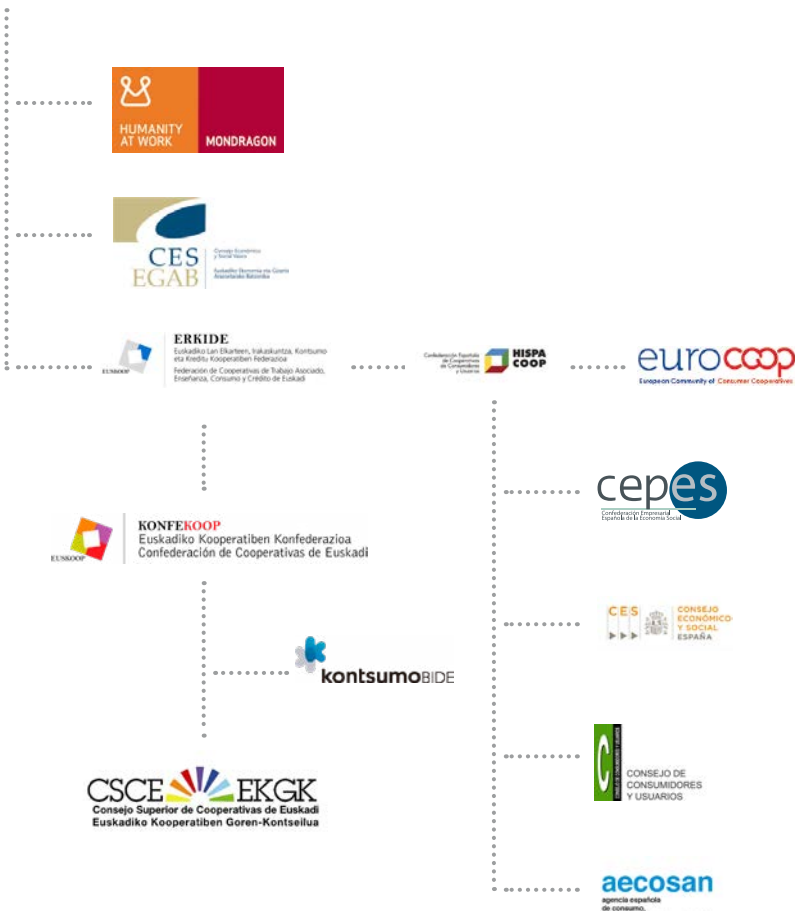
- Grupo cooperativo MONDRAGON
- Consejo Económico y Social Vasco (CESV)
- Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado, Enseñanza, Consumo y Crédito de Euskadi (ERKIDE)
- Elkar-lan S.Coop. – Sociedad para la promoción de cooperativas
- Confederación de Cooperativas de Euskadi (KONFEKOOP)
- Instituto Vasco de Consumo (Kontsumobide)
- Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi (CSCE-EKGK)
- Work Lan (Asociación sen ánimo de lucro para a promoción das empresas na economía social)

España

- Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPA COOP)
- Confederación Empresarial Española de Economía Social (CEPES)
- Consejo Económico y Social de España (CES)
- Consejo de Consumidores y Usuarios
- Consejo Consultivo de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN)

Europa

- European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)



Eido empresarial

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Española de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) • Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES) • Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC) • Asociación Empresarial de l'Hospitalet y Baix Llobregat (AEBALL) • Sociedad Económica Barcelonesa de Amigos del País (SEBAP) • Foment del Treball Nacional • Asociación empresarial de comerciantes de Menorca (ASCOME) • Agrupación Balear del Comercio (ABACO) • Asociación de Comercios de Alimentación de las Islas Baleares (ACAIB) • Confederación Balear de Comercio (CBC) • Federación Patronal De Empresarios De Comercio De Baleares (AFEDECO) • Confederación de Asociaciones de Empresarios de Baleares (CAEB) • Confederación Empresarios Galicia (CEG) | <ul style="list-style-type: none"> • Confederación Empresarios Coruña (CEC) • Asociación de Empresarios AGRELA • Asociación de Empresarios del Polígono de Sabón - Arteixo • Confederación de Empresarios de Orense (CEO) • Confederación de Empresarios de Ferrolterra, Eume y Ortegal • Federación Asturiana de Empresarios (FADE) • Asociación Empresarios Hostelería A Coruña • Asociación Polígono de o Ceao (Lugo) • Club financiero de Vigo (Círculo de Empresarios de Galicia) • Club financiero de A Coruña (Club Financiero Atlántico) • Cámara de Comercio de Álava • Cámara de Comercio de Bilbao • Confederación de Empresarios de Navarra (CEN) • Cambra de Comerç Barcelona • Cámara de Comercio de Mallorca | <ul style="list-style-type: none"> • Círculo de Economía de Barcelona • Red Española del Pacto Mundial • Retail Forum for Sustainability • Asociación de Empresas Vascas por la Sostenibilidad (IZAITE) • Basque Ecodesign Center • Fundación AZTI • Fundación Basque Culinary Center • 5 al día • ECOEMBES • ESADE (Universidad Ramon Llull) • IESE (Universidad de Navarra) • Escodi (Universidad de Barcelona) • ADP • Fundación Pasqual Maragall • Fundación Abadía de Montserrat • Fundación Impulsa Balears • Sport Cultura Barcelona |
|--|--|--|

Compromiso co desenvolvemento sustentable

Para equilibrar a nosa actividade comercial e as necesidades económicas, sociais e ambientais do noso contorno, incorporamos na nosa organización e de xeito integral o criterio de desenvolvemento sustentable. Para iso, o Departamento de Saúde e Sustentabilidade realiza o labor de coordinación coas demais áreas da empresa para asegurarnos o aliñamento dos nosos Plans de Xestión e Estratéxicos coa minimización e a mitigación dos impactos negativos e coa promoción dos positivos. Así,

desde unha actitude proactiva, traballamos transversalmente nos aspectos da nosa actividade como distribuidores que poidan afectar o medio natural e os grupos sociais cos que interactuamos. Ademais, fomentamos este comportamento responsable entre as persoas consumidoras para colaborar na mellora da sociedade tanto no ámbito local como global. O noso compromiso co desenvolvemento sostible desprégase nas áreas económica, social e ambiental.

As nosas liñas de traballo nos tres alicerces da sustentabilidade



Económico

- A nosa proposta de valor basease na alimentación equilibrada e saudable [Capítulo 2]
- Contamos cunha oferta comercial e unha atención individualizadas aos nosos clientes e clientas para dar resposta ás súas necesidades específicas [Capítulo 2]
- A nosa política comercial dá protagonismo aos produtos locais e rexionais [Capítulo 4]
- Xeramos e distribuímos riqueza entre os nosos grupos de interese [Capítulos 1, 2, 4, 6]



Social

- Informamos e formamos as persoas consumidoras para promover un modelo de consumo responsable [Capítulo 2]
- Xeramos emprego estable e de calidade [Capítulo 3]
- Desenvolvemos e promovemos a solidariedade e o apoio á cultura e aos contornos locais [Capítulo 6]



Ambiental

[Capítulo 5]

- Ampliamos a nosa gama de produtos cunha orixe sostible certificada
- Apostamos polo ecodiseño dos nosos envases de produtos de marca propia
- Incluímos criterios de construción sostible nas nosas tendas
- Optimizamos a nosa rede lóxística reducindo as nosas emisións por transporte
- Apoiamos campañas de sensibilización ambiental

FUNDACIÓN EROSKI

Para materializar as accións en favor da sustentabilidade, dedicamos un mínimo do 10 % dos nosos beneficios ao Fondo de Contribución Obrigatoria para a Educación e a Promoción Cooperativa e a outros fins de interese público (COFIP). Estes recursos económicos canalízanse a través da FUNDACIÓN EROSKI, entidade nada en 1997, que desenvolve a súa actividade de conformidade con catro grandes eixes.

Para facelo, conta cun equipo técnico multidisciplinar que promove accións a prol das persoas consumidoras, realiza campañas de divulgación, edita revistas e guías, ofrece bolsas e axudas e colabora con organizacións sociais. O Padroado da Fundación, nomeado pola Dirección Xeral de EROSKI, garante que o Plan de Actuación definido anualmente se desenvolve consonte os principios de imparcialidade, independencia, transparencia, eficiencia e responsabilidade.

Eixes de actividade de la FUNDACIÓN EROSKI



1

A formación e a información das persoas consumidoras.

2

A promoción educativa, cultural e profesional, especialmente en materia consumerista e de compromiso coa contorna e co ambiente.

3

A solidariedade e a promoción asistencial.

4

A investigación, o desenvolvemento e a innovación en relación co consumerismo, a alimentación, o ambiente e os hábitos de vida saudables.

EROSKI cos Obxectivos de Desenvolvemento Sustentable das Nacións Unidas

Creemos que a única vía para acadar o obxectivo global de desenvolvemento sustentable é traballar conxuntamente co resto dos axentes económicos, sociais e ambientais. Por esta razón somos membros fundadores do Pacto Mundial, unha iniciativa internacional proposta polas Nacións Unidas en 2002, que promove implantar 10 Principios universalmente aceptados para fomentar a responsabilidade socioempresarial nas áreas de Dereitos Humanos e Empresa, Normas Laborais, Ambiente e Loita contra a Corrupción nas actividades e na estratexia de negocio. Cada ano reafirmamos o noso compromiso con estes catro puntos que son inherentes ás decisións que tomamos nos Plans Estratéxicos e nos Plans de Xestión Anuais. Ademais, o Pacto Mundial é catalizador dos esforzos de empresas e organizacións na consecución dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS). Desde EROSKI traballamos para que, por medio das nosas accións, se poidan acadar as 17 metas globais fixadas para 2030, o que permitirá xerar un impacto positivo no planeta.



17 obxectivos para transformar o noso mundo



Capítulos 3, 4 e 6

Traballamos para atinxir este obxectivo transversalmente na nosa organización: desde a nosa política de compras, coa comercialización de produtos de Comercio Xusto e a esixencia aos nosos provedores de cumprir cunha xestión responsable das súas persoas traballadoras, ata o desenvolvemento e o apoio a iniciativas solidarias e de cooperación internacional.



Capítulo 6

Despregamos a solidariedade alimentaria con aquelas persoas en risco de exclusión social en tres grandes eixes: o programa de "Desperdicio cero", as campañas de recollida de alimentos nas que participa a nosa clientela e os vales de alimentación.



Capítulos 2, 3 e 6

Formamos a escolares de toda España en hábitos de consumo e alimentación saudables a través da Escola de Alimentación da Fundación EROSKI. Ademais, colaboramos na formación de mozos e mozas en risco de exclusión social en oficios das nosas tendas.



Capítulo 3

Consideramos a igualdade de oportunidades entre mulleres e homes un principio básico e estratéxico da xestión da organización. O noso Observatorio de Igualdade vela polo seu cumprimento en toda a organización e contamos cun Plan de Igualdade que inclúe 58 medidas en seis áreas de traballo.



Capítulo 5

Abastecemos de auga procedente de redes de abastecemento municipais que deben cumprir coa lexislación existente nesta materia. Do mesmo xeito, estamos conectados a redes de saneamento públicas que se encargan do tratamento adecuado das augas residuais que xera a nosa actividade.



Capítulo 5

Investimos en proxectos de investigación e desenvolvemento para conseguir tendas autosuficientes enerxeticamente e cun balance de CO₂ neutro. Por exemplo, a LifeZeroStore que se está a desenvolver en Vitoria-Gasteiz aspira a xerar toda a enerxía que precisa para a súa actividade mediante un sistema de trixeración alimentado por biomasa.



Capítulos 1 e 3

Xeramos traballo de calidade e que cumpre con todos os criterios da Organización Internacional do Traballo, que tamén esiximos aos nosos provedores. Ademais, promovemos un modelo empresarial inclusivo mediante proxectos con colectivos de persoas con discapacidade e apoiamos iniciativas para impulsar o desenvolvemento socioeconómico e cooperativo en países ou zonas en desenvolvemento.



Capítulos 5 e 6

Promovemos a innovación no sector da alimentación e a construción sostible formando parte de distintos proxectos de I+D+i. Ademais, colaboramos con entidades sociais especializadas na cooperación internacional para axudar no desenvolvemento de infraestruturas en caso de emerxencia humanitaria.



Capítulos 2 e 6

Apostamos por unha oferta comercial baseada en produtos en equilibrio e seguros, e pola información e a formación do consumidor para que leve unha vida saudable. Ademais, contamos con produtos aptos para persoas con necesidades especiais derivadas dunha enfermidade, con cuxos colectivos tamén colaboramos.

Ademais, informamos e formamos ás persoas consumidoras para que leven unha vida saudable. Para iso, incorporamos o semáforo nutricional a todos os alimentos da nosa marca e contamos coa revista EROSKI CONSUMER e coa web www.consumer.es, así como coa Escola de Alimentación da FUNDACIÓN EROSKI. E, dende xaneiro de 2017, atópase ao servizo dos nosos socios/as e clientes EKILIBRIA, unha completa ferramenta de información sobre os costumes de compra dende o punto de vista da saúde.

ODS prioritario



Capítulos 3 e 6

Aplicamos o principio de solidariedade retributiva en toda a organización, o que resulta nun estreito abano salarial entre os postos con menor responsabilidade e os de alta dirección. Ademais, colaboramos con distintas organizacións sociais que traballan en países con maiores desigualdades como Cruz Vermella, UNICEF, Mundukide ou Aldeas Infantiles.



Capítulo 5

Contribuímos a conseguir cidades sostibles a través da construción e a renovación das nosas tendas considerando criterios ambientais. Ademais, promovemos a economía circular mediante a reciclaxe dos residuos que xeramos e o ecodiseño dos nosos envases.



Capítulos 2, 4 e 5

A nosa política de compras busca conseguir un sector agroalimentario sostible e de calidade. Mostra de iso é que mais da metade dos nosos subministradores comerciais son pequenos produtores locais e que apostamos por comercializar produtos cunha orixe sostible garantida, como peixe MSC ou produtos ecolóxicos. En 2017 dimos un paso mais para que os consumidores poidan atopar facilmente produtos e servizos sostibles, impulsando e participando no novo escaparate porelclima.es da Comunidade #PorElClima.

Ademais, estamos firmemente comprometidos coa loita contra o desperdicio alimentario que se materializa, entre outras accións, no Programa "Desperdicio cero", que evitou tirar mais de 4.750 toneladas de alimentos en 2017. Tamén apostamos polas estratexias de economía circular na

valorización e minimización dos residuos que xeramos, evitando así o consumo de materias primas noutros procesos produtivos.

Por outra parte, fomentamos o consumo responsable con múltiples iniciativas: a nosa Escola de Alimentación, que xa formou a máis de 760.000 escolares en hábitos de consumo saudables e responsables; a revista EROSKI CONSUMER, cuns 279.000 lectores ao mes, e a web www.consumer.es, con 60 millóns de visitas ao ano; ou a través de colaboracións con programas como Activate+ ou organizacións como WWF, entre outras.



Capítulo 5

Loitamos contra o cambio climático a través de medidas de eficiencia enerxética, optimización lóxística e ecodiseño de produtos e envases. Ademais, realizamos campañas de sensibilización neste eido entre as persoas consumidoras.



Capítulo 5

Despregamos a nosa Política de Pesca Sustentable apostando por un peixe con garantía de conservación da biodiversidade en mares e océanos mediante o selo MSC (Consello de Administración Mariña) ou cumprindo os principios da ISSF (Fundación Internacional para a Pesca Sustentable).



Capítulo 5

Ampliamos o número de produtos que comercializamos con selos que garanten a orixe sostible das materias primas. Por exemplo, contamos con referencias de produción ecolóxica ou, entre outros, co selo FSC® (Forest Stewardship Council®). Ademais, colaboramos desde hai anos con WWF (World Wide Foundation).



Capítulos 1 e 5

Somos membro fundador do Pacto Mundial. Ademais, somos socios do Basque Ecodesign Center, European Retail Forum e Izaite, todos eles convenios colaborativos entre empresas para fomentar e intercambiar boas prácticas en sustentabilidade.

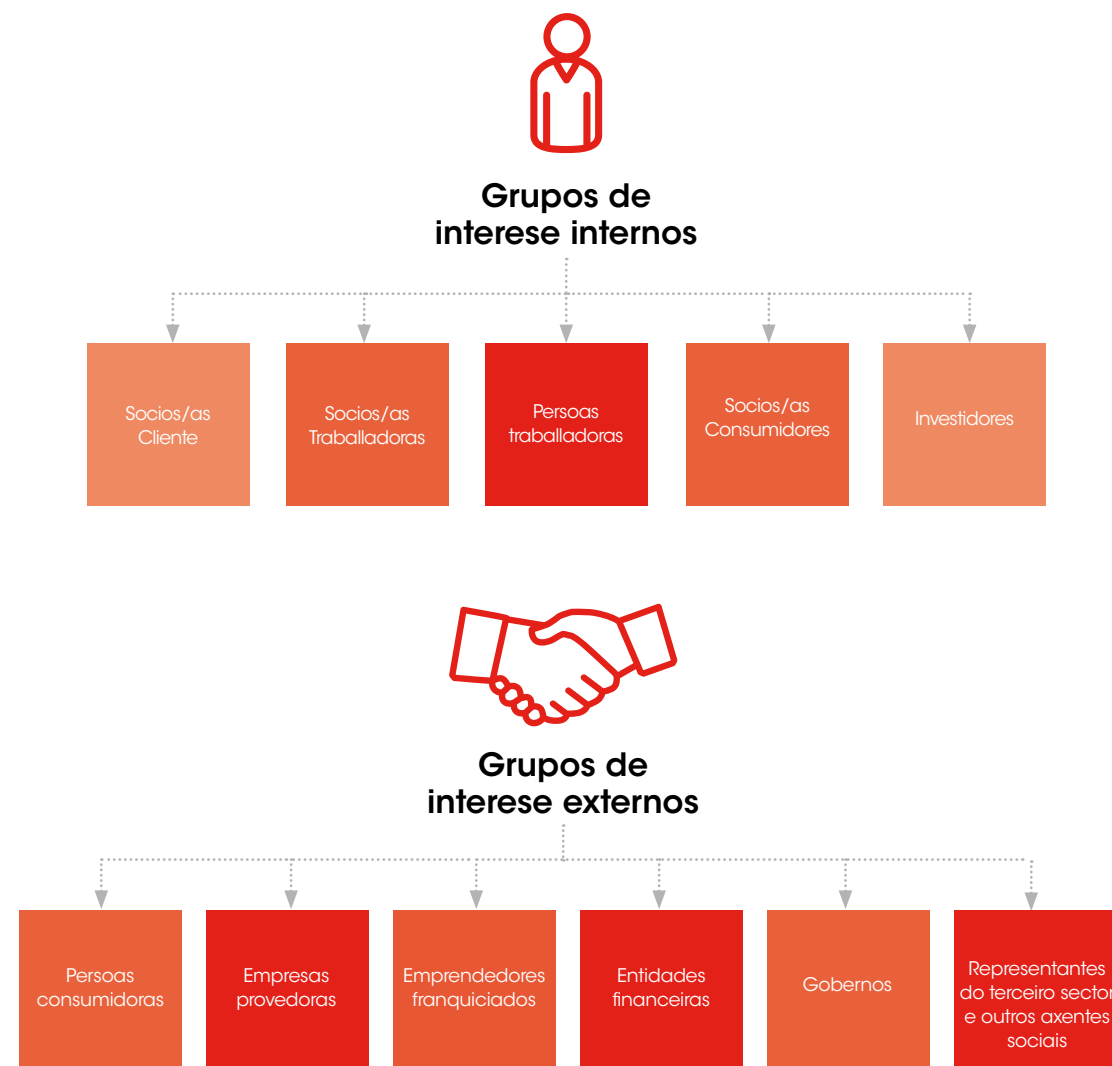
Os nosos grupos de interese

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

Por iso, levamos a cabo un labor de identificación daqueles colectivos que:

- teñen un impacto directo ou indirecto na nosa organización
- se ven afectados polas nosas actividades, servizos ou produtos
- se interesan pola nosa actividade

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



Canles de comunicación cos nosos grupos de interese

Tentamos manter canles abertas con todos os colectivos nos que impactamos para estar ao tanto das súas inquedanzas e manter firme o noso compromiso coa transparencia. Así, dispomos de medios de comunicación comúns para distintos grupos sociais, como son a nosa Memoria corporativa anual e a Memoria de Sustentabilidade. Tamén contamos cunha páxina web propia de EROSKI e outras para distintos negocios e sociedades do Grupo. En concreto:

- www.eroski.es
- www.compraonline.grupoeroski.com
- www.caprabo.com
- www.capraboacasa.com
- www.vegalsa.es
- www.viajeseroski.es
- www.forumsport.com
- www.eroskiasegura.es



50.618
seguidores en Twitter



1.792
seguidores en Instagram



14.166
seguidores en LinkedIn

Escoita dos grupos de interese para a definición dos nosos 10 compromisos pola saúde e a sustentabilidade

Co obxectivo de aliñar a nosa estratexia coas necesidades e preocupacións dos nosos grupos de interese, durante o 2017 máis de 7.800 persoas compartiron as súas opinións connosco a través de xornadas presenciais e enquisas en liña sobre a temática de “saúde e sustentabilidade”. Toda a información recollida nestes exercicios de escoita tivémola en conta á hora de definir as nosas liñas de traballo para

Tamén abrimos novas vías de comunicación xerais a través da nosa canle en YouTube (eroski) e das redes sociais nas que estamos presentes, como é o caso de Facebook (@Eroski), Google+ (eroski) e Twitter (@EROSKI). Nesta última plataforma cómpre destacar un aumento do 15,4% no número de seguidores con respecto ao 2016.

Entre todas as plataformas xeramos máis de **1 millón de interaccións** dos usuarios con contidos da nosa marca e máis de **66 millóns de impresións**.

Sumados a estas canles, contamos tamén con mecanismos de comunicación específicos para cada grupo de interese.

os próximos anos que se recollen nos dez compromisos pola saúde e a sustentabilidade presentados previamente neste capítulo. Ademais, en todo o ano collemos máis de 14.596 opinións dos nosos Socios/as Cliente sobre os nosos produtos de marca propia. Estas opinións son coidadosamente analizadas para poder mellorar as nosas actuacións.

7.051
Socias/os
Cliente

418
Socias/os
Traballadores

293
Persoas
representantes
dos órganos
societarios e
de goberno

35
Persoas
expertas de
organismos
públicos, do
terceiro sector
e entidades
sociais

8
Persoas
pertencentes
ao Padroado
da FUNDACIÓN
EROSKI

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

Grupo de interese	Mecanismos de comunicación específicos	Principais cuestións e preocupacións
 Cientes e Socios/as Cliente	Servizo de atención ao cliente (en tenda, teléfono e web) Revista EROSKI Club Revista Sabor de CAPRABO Estudos de satisfacción de clientes Programas de Escoita a la clientela Folletos promocionais App EROSKI Club Newsletters	Alimentación saudable e equilibrada Atención en tenda Calidade e variedade de produtos/servizos Consumo de produtos locais Opcións de compra (localización de tendas e canles múltiples) Prezo e aforro transferido Sustentabilidade ambiental e social de produtos/servizos
 Persoas consumidoras	Revista EROSKI CONSUMER e www.consumer.es Escola de Alimentación (www.escueladealimentacion.es) Enquisa Nutricional da Poboación Española (ENPE) Campañas de sensibilización (saúde, solidariedade e medio) Institucións públicas e organizacións que velan polos intereses dos consumidores (Kontsumobide, Consello de Consumidores e Usuarios, AECOSAN etc.) Notas e roldas de prensa	Alimentación saudable e equilibrada Calidade de produtos/servizos Información e formación ao consumidor Consumo de produtos locais Seguridade alimentaria Sustentabilidade ambiental e social dos produtos/servizos
 Persoas traballadoras	Publicacións: Nexo, Néctar, La Parrapla, intranets (Prisma, ForumNet), actas, comunicacións en sede Entrevistas de avaliación Enquisas de cultura laboral Auditorías (código ético) Canle de denuncia	Calidade e estabilidade do emprego Gobernanza e xestión ética Normas laborais Reestruturación da rede comercial Valoración da clientela
 Socios/as traballadoras	Órganos de participación societaria Manual de acoillida Mecanismos propios de persoas traballadoras	Xestión económica Gobernanza e xestión ética Reestruturación da rede comercial Estratexia empresarial Cumprimento socioeconómico
 Socios/as consumidoras	Órganos de participación societaria Newsletters Mecanismos propios de Socios/as Cliente e persoas consumidoras	Cuestións inherentes a persoas consumidoras e Socios/as Cliente Localización de tenda
 Empresas proveedoras	Servizo de Información a Proveedores Publicacións: Nexo Logística EROSKI Acordos con pemes Convenios de colaboración Mesas sectoriais Campañas promocionais de produtos locais Auditorías (control de calidade, SA 8000) Foros permanentes e ocasionais	Xestión económica Política de compras Procesos lóxicos Trazabilidade da cadea de subministro Sustentabilidade do sector agroalimentario
 Entidades financeiras/Investidores	Informe de Goberno Corporativo Informe Contas Anuais Consolidadas Notas e roldas de prensa Páxina web de la CNMV e EROSKI	Xestión económica Gobernanza e xestión ética Reestruturación da rede comercial Estratexia empresarial Cumprimento socioeconómico
 Emprendedoras/es franquiciados	Programa “contigo en franquía” Comunicacións directas co persoal da Dirección de Franquías da Dirección Xeral de Rede	Xestión económica Reestruturación da rede comercial Política de compras Procesos lóxicos
 Gobernos	Acordos e convenios de colaboración Xuntanzas con representantes públicos Asociacións empresariais e de cooperativas de consumidores (ACES, ANGED, AECOC etc.)	Cumprimento socioeconómico e ambiental Xestión económica Gobernanza Impacto ambiental da organización Saúde dos consumidores (produto seguro, alimentación equilibrada) Sustentabilidade do sector agroalimentario
 Terceiro sector e outros axentes sociais	Reunións con representantes de distintas organizacións Comité Científico da FUNDACIÓN EROSKI Universidades: convenios, bolsas ONG: convenios de colaboración, patrocinios, xornadas, stands	Cumprimento socioeconómico e ambiental Gobernanza Impacto ambiental da organización Investimentos en I+D+i Sustentabilidade ambiental e social de produtos/servizos



2

Pessoas
consumidoras

Compromiso coa saúde e co benestar

As persoas consumidoras son protagonistas en EROSKI, xa que desde a nosa orixe como cooperativa de consumo integramos as súas necesidades e demandas na nosa proposta comercial. Grazas a que máis dun millón de consumidores son socios da cooperativa, dispoñemos dunha canle directa e continua de comunicación que nos permite identificar as súas preocupacións e intereses en cada momento. Este exercicio de escoita tamén o realizamos diariamente coa nosa clientela nos puntos de venda e a través do Servizo de Atención ao Cliente. Todo isto axúdanos a desenvolver o noso compromiso no relativo a intereses chave das persoas consumidoras, como son a súa saúde e o seu benestar.

Hoxe, un dos problemas máis importantes que afrontamos desde o punto de vista do consumo é o cambio drástico dos nosos hábitos alimentarios, o que pode derivar nun problema de saúde pública relacionado, por exemplo, coas

taxas de sobrepeso ou obesidade. Por iso, a alimentación equilibrada e os hábitos de vida saudables xogan na actualidade un papel fundamental para o benestar individual e colectivo na nosa sociedade.

Para garantir que as nosas propostas en saúde e alimentación responden ás necesidades e prioridades que os estudos científicos establecen, contamos con ferramentas e alianzas que nos permiten incorporar na nosa oferta os coñecementos sobre saúde e alimentación da comunidade investigadora e académica.

Unha vez detectadas as necesidades en alimentación saudable das persoas consumidoras, executamos o noso compromiso pola súa saúde e benestar a través de varias liñas de traballo:

Eliminamos nos produtos das marcas EROSKI: 325 toneladas de sal, graxas e azucres

As graxas vexetais parcialmente hidroxenadas

Os parabenos, o triclosán, os transxénicos e outros aditivos a debate na sociedade

Produto máis saudable e en equilibrio

15.862 controis analíticos de produtos e servizos

304 auditorías a provedores

1.816 auditorías a puntos de venda e plataformas

Produto seguro

530 produtos das nosas marcas sen glute

53 produtos das nosas marcas sen lactosa

Produto para públicos con necesidades especiais

Comunicación e promoción de hábitos e dietas saudables

1.956 produtos de marca propia con semáforo nutricional

Innovación: Programa "Ekilibria"

Campañas de sensibilización en relación coa saúde

Colaboración en varias iniciativas para a sensibilización das persoas consumidoras

Formación e capacitación das persoas consumidoras

374.322 participantes nas iniciativas impulsadas pola Escola de Alimentación EROSKI

Máis de 60 millóns de visitas a www.consumer.es



Necesidades e achegas da comunidade

O mantemento dunha relación continua e fluída cos consumidores, a comunidade científica e organizacións e institucións relacionadas coa saúde permítenos incorporar

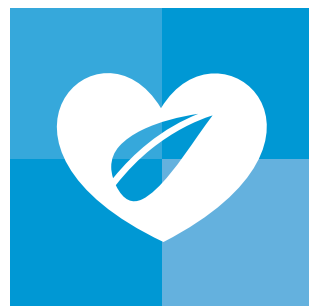
as achegas destes tres grupos de interese ao desenvolvemento dunha oferta diferenciada en saúde e benestar. Así, o noso posicionamento neste eido fundaméntase en:



O coñecemento científico



As demandas e inquedanzas das persoas consumidoras



As necesidades especiais de colectivos afectados por doenzas

Coñecemento científico

Consideramos que a alíñación co consenso da comunidade científica internacional e o coñecemento dos actuais hábitos alimentarios e do estado de saúde da poboación son fundamentais para poder ofrecer escollos alimentarias máis saudables e equilibradas aos nosos clientes. Para conseguilo, contamos con dúas ferramentas fundamentais:

Comité Científico da FUNDACIÓN EROSKI

O Comité Científico creouse hai máis dunha década co obxectivo de guiar e orientar na definición da estratexia a medio e longo prazo do compromiso de EROSKI e a FUNDACIÓN EROSKI coa alimentación saudable. Este órgano asesor, formado por profesionais especializados en distintas disciplinas relacionadas coa saúde, a nutrición, a alimentación e as artes culinarias e gastronómicas, aporta evidencia científica, experta e independente á nosa proposta desde unha visión externa enriquecedora.

Así, por exemplo, decisións como a implantación do semáforo nutricional, a eliminación das graxas vexetais parcialmente hidroxenadas ou o programa de redución de graxas, azucres e sal nos produtos de marca propia son decisións tomadas por EROSKI que contaron coa achega deste asesoramento científico.

Enquisa Nutricional da Poboación Española (ENPE) da FUNDACIÓN EROSKI

Para impulsar medidas acertadas na promoción da saúde neste eido é fundamental ter unha visión axeitada, actualizada e completa do estado nutricional e os hábitos alimenticios da poboación española. En ausencia de estudos coa validez científica que a nosa existencia require, a FUNDACIÓN EROSKI, co asesoramento do seu Comité Científico, impulsou o estudo ENPE xunto coa Sociedade Española de Nutrición Comunitaria (SENC) e a coordinación técnica de SPRIM.

Entre os realizados ata o momento en España, ENPE é o estudo cun maior número de enquisados (6.800), xa que inclúe todas as idades (entre 3 e 90 anos) e todas as comunidades autónomas, o que o converte no máis exhaustivo no tocante á información recompilada. Os datos obtidos están clasificados por idade, sexo, nivel sociocultural, localización xeográfica e outros factores sociodemográficos que permiten un coñecemento preciso e de gran utilidade como ferramenta de análise para o mundo académico e as institucións responsables da saúde.

Demandas e inquedanzas das persoas consumidoras

As persoas consumidoras participan de forma activa na definición da estratexia da cooperativa. Contamos con 21 Comités Locais de Consumidores que defenden os intereses das persoas socias e as consumidoras en xeral de cada localidade na que EROSKI leva a cabo a súa actividade. Están formados por Socias e Socios Consumidores que trasladan as súas preocupacións, debaten, se manifestan e definen directrices para a cooperativa.

Consideramos que a mellora continua da nosa actividade comercial é posible tamén grazas á participación constan-

te da nosa clientela. Por iso, en 2017 organizamos distintos exercicios de escoita de clientes e persoas consumidoras en xeral para identificar as súas preocupacións clave relacionadas coa saúde e a sustentabilidade. Máis de 7.200 persoas participaron mediante enquisas en liña ou encontros presenciais. Ademais, 14.596 Socios e Socias Cliente participaron coas súas valoracións, opinións e suxestións sobre os produtos de marca propia e en mellorar propostas para a súa tenda "contigo" habitual.



Necesidades especiais de colectivos afectados por doenzas

De forma especial, somos sensibles ás necesidades específicas en alimentación derivadas das doenzas que afectan a algunhas persoas. Por iso, mantemos unha comunicación fluída con diferentes entidades e colectivos que as representan. Deste xeito, podemos coñecer de primeira man as

súas demandas e preocupacións e ampliar a nosa gama de alimentos para dar unha resposta axeitada ás súas peticións. Ademais, colaboramos con estas entidades para dar visibilidade e concienciar sobre a súa doenza mediante distintas campañas de sensibilización.

Algunhas das entidades coas que colaboramos en 2017:



Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (SEEDO)



Associació Celíacs de Catalunya (SMAP)



Federación Española de Diabetes (FEDE)



Asociación de Diabéticos de Bizkaia (ASVIDIA)



Asociación Diabéticos Navarra (ANADI)



Fundación Retina +

Produto seguro

A aplicación rigorosa dos estándares de calidade e seguridade en produtos e servizos é un dos nosos alicerces básicos de actuación. O Modelo de Xestión de Calidade de EROSKI estrutúrase nun conxunto de normas, procesos, procedementos, ferramentas e definicións que, relacionados entre si ao longo de toda a cadea de valor, aseguran que

os produtos que comercializamos cumpren con todas as garantías en materia de seguridade alimentaria. Estamos convencidos de que o noso modelo ofrece unha forma óptima para alcanzar un alto nivel de competitividade ao mesmo tempo que garante a defensa dos dereitos e intereses das persoas consumidoras.



Auditorías a puntos de venda e plataformas

Garantimos a calidade e hixiene en todos os nosos puntos de venda e plataformas loxísticas mediante un protocolo exhaustivo de auditorías de calidade. **No exercicio 2017 leváronse a cabo 1.817 auditorías** que incluíron controis de:

- Mantemento da cadea de frío e calidade na cadea de subministro.
- Hixiene e limpeza das instalacións.
- Calidade microbiolóxica dos produtos.
- Sistemas e ferramentas de control da calidade.
- Sistemas de rastrexabilidade para todos os produtos.
- Sistema de Xestión de Alertas Alimentarias e Retirada de Produto.

Durante o 2017, o 100% das tendas foron auditadas e tiveron unha puntuación superior ao 50%. Todas as non conformidades detectadas xestionáronse para a súa resolución.



Auditorías a provedores

Todos os procesos e sistemas empregados polas empresas provedoras adaptanse aos requisitos de produto e de proceso establecidos para a marca propia. Así mesmo, impulsamos o cumprimento de estándares de calidade e seguridade a nivel europeo, como o certificado International Food Standard (IFS). No caso dos produtos frescos, o noso estándar é aínda máis rigoroso se cabe, pola especial importancia das súas condicións de produción, conservación e transporte.

No proceso de auditorías, créanse plans de acción para que o provedor implante medidas correctoras para corrir as desviacións detectadas. Despois de implantadas, vólvese realizar unha auditoría para verificar a súa corrección e homologar o provedor se a supera.

En 2017, auditamos 304 plantas de produción de provedores de marca propia. O 87 % de todos os nosos provedores auditados superaron satisfactoriamente a avaliación. O 13 % restante aplicou as medidas correctoras necesarias ou deixou de estar homologado como provedor de EROSKI.

Controis analíticos de produtos e servizos

Garantimos dobremente a calidade dos nosos produtos e servizos grazas á realización diaria de controis analíticos exhaustivos adicionais aos realizados polas empresas proveedoras e fabricantes. En 2017, no conxunto do grupo EROSKI realizáronse 15.862 analíticas. Pódense diferenciar tres tipos de análises:

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

Estes controis, que comprenden un total de 41 programas analíticos, están xestionados na cooperativa en colaboración co centro de tecnoloxía Azti-Tecnalia. Durante o exercicio, o 98,1 % das análises propias realizadas para a cooperativa ofreceron un resultado satisfactorio.



En caso de non-conformidade, esíxense accións correctoras ao provedor e contrólase despois que efectivamente se corrixiu a desviación. De poder existir risco para a seguridade alimentaria, aplicamos o principio de precaución e retirámolo inmediatamente da venda.

Análises por programa analítico realizados en EROSKI S. Coop. en 2017

Programas analíticos	Analíticas realizadas
Aceites	105
Ácidos graxos trans	25
Acrilamida	39
Aflatoxinas	40
Auga	197
Alérxenos	73
Basic	116
Bisfenol A	15
Campylobacter	180
Carburantes	166
Carne picada na tenda	423
Comparativos Frescos	24
Control de superficies	6.353
Drogaría e Cosmética	203
EROSKI prestacións	306
Estudos de vida útil	534
Glute	230
Xeo	152
Ovo Lactosa Leite	12
Ovos	22
Humidade xamóns	64
Identificación de especies	97
Lanzamento	89
Leite	36
Listeria en queixo	40
Locais de risco	1.370

Programas analíticos	Analíticas realizadas
Manipulados	2.265
Microbioloxía de vexetais	26
Microbioloxía Natur carne	62
Mel	7
Moluscos bivalvos	27
Non Alimentación	867
OXM	46
Patóxenos	320
Praguicidas	150
Plus nutricional	23
Porción consumidor pesca	63
Preparados de carne	476
Produtos ecolóxicos	5
Química pesca	27
Reclamacións	7
Residuos Natur carne	24
Riesgos emerxentes	24
Sannia	113
Sección cociña	201
SeleQitia	57
Sulfitos en desconxelados	7
Tendas de sushi	132
Triclosán ou parabenos	22
TOTAL	15.862
Total analíticas NON satisfactorias	299
% analíticas NON satisfactorias	1,9%

Produto máis saudable e en equilibrio

No noso compromiso irrenunciable coa saúde, en EROSKI non nos conformamos con garantir a seguridade alimentaria dos produtos que comercializamos. Por esta razón, traballamos diariamente para ofrecer opcións máis equilibradas e saudables de consumo. O noso afán é que os produtos das nosas marcas encaixen doadamente nunha dieta equilibrada e que favorezan un hábito alimentario saudable. Con este fin, revisamos e melloramos constantemente a súa ficha técnica seguindo as recomendacións establecidas polos expertos en saúde.

Mellora nutricional do produto

Intervimos na composición de todos os nosos produtos para mellorar permanentemente o seu perfil nutricional. Esta busca de produtos máis equilibrados levounos a reducir a presenza daqueles nutrientes relacionados coas patoloxías máis xeneradas na nosa sociedade, como son as doenzas cardiovasculares e a obesidade.

Hai xa unha década que decidimos mellorar o perfil lipídico de todos os nosos produtos de alimentación e frescos eliminando as graxas vexetais parcialmente hidroxenadas (fonte das graxas trans). Este tipo de graxas industriais aumenta o nivel de colesterol malo (LDL), afectando á nosa saúde cardiovascular. Seguindo os consellos da comunidade científica e as peticións das nosas clientas e clientes, fomos a primeira empresa de distribución en España e das primeiras a nivel



Europeo en eliminálas dos seus produtos. Este complexo exercicio de reformulación ou substitución dos produtos incluíu un proceso de catas para asegurar que o sabor dos produtos era percibido igual ou resultaba mellorado a respecto do anterior.

Con todo, non só nos preocupamos por reducir nutrientes que non favorecen unha dieta equilibrada, senón que fomentamos a presenza daqueles outros que en ocasións teñen unha presenza inferior á recomendada. Así, incorporamos á nosa oferta produtos enriquecidos en calcio, omega 3 ou fibra.

Ademais de poñelas en práctica, esforzámonos por comunicar todas estas melloras ás persoas consumidoras, incluíndo información a respecto das etiquetas dos nosos produtos.

Indicadores destacados sobre melloras nutricionais en produtos de marca propia en 2017

197.000 kg
de graxas
eliminados



115.000 kg
de azucres
eliminados



13.000 kg
de sal
eliminados



Produtos reformulados dispoñibles en 2017

281
produtos

BAIXOS
en graxa

45
produtos

BAIXOS
en azucres

53
produtos

BAIXOS
en sal

468
produtos

ALTOS EN
FIBRA

EROSKI Sannia

En liña con este obxectivo de proporcionar alimentos máis equilibrados aos nosos clientes e clientas, en 2011 lanzamos unha nova gama de produtos que representa a opción máis saudable dentro da mesma categoría, EROSKI Sannia.

Esta marca, facilmente identificable polo seu envase azul, está destinada a aquelas persoas que buscan un perfil nutricional mellorado para distintos produtos de consumo diario. No exercicio 2017 ofrecéronse 141 produtos EROSKI Sannia, aos que lles reducimos entre o 25% e o 30% das cantidades de sal, azucre ou graxas (especialmente a graxa saturada), con respecto ao seu equivalente da media do mercado. Vixiamos estes tres nutrientes (sal, azucre e graxa) polo seu elevado consumo na sociedade, o que os fai potencialmente prexudiciais. Ademais, tamén incluímos produtos enriquecidos con fibra, omega 3 e fitoesteróis (que axudan a reducir o colesterol).



Sannia



Menos
azucre
Doce e
lixeiro



Menos
graxas
reducimos
as graxas
saturadas



Menos
sal
Tiramos o
sal para
coidar o
teu corazón



Enriquecidos
Melloramos para
achegarte máis

O proceso de reformulación implica un estudo de composición do produto para identificar os nutrientes que pode ter en exceso. Unha vez establecido o perfil nutricional, traballamos xunto coas nosas empresas proveedoras para reformular a receita, que pasa unha tripla validación:

- Unha cata de persoas consumidoras para valorar a súa calidade gustativa.
- Unha análise técnica nutricional que certifique a composición do novo produto.
- Validación da etiqueta do novo produto EROSKI Sannia para axustala á normativa europea que regula as declaracións de saúde e nutrición.

Reformulacións dos nosos produtos

Como parte do noso exercicio de escoita ás persoas consumidoras, identificamos aqueles aspectos que lles xeran preocupación e adaptamos os nosos produtos de maneira acorde. Ademais, seguimos de preto aqueles debates que poidan existir na comunidade científica sobre determinadas substancias e incorporamos as achegas desta ao deseño da nosa oferta comercial. Por iso, entre os nosos novos compromisos pola saúde e a sustentabilidade está eliminar a graxa de palma e de coco dos nosos produtos antes do 2020.



Os nosos produtos de marca propia están "libres de"

- **Antioxidantes BHA-BHT (antioxidantes E-321 e E-320):**
Eliminados entre 2013 e 2014, estes antioxidantes utilizados para prolongar a vida útil dos alimentos xeraban controversia pola súa acción cancerígena a doses elevadas en animais de experimentación.
- **Parabenos:**
Entre 2012 e 2014 eliminamos este grupo de conservantes que xera controversia entre a comunidade científica e a poboación.
- **Triclosán:**
A petición da clientela, eliminamos este ingrediente cosmético, conservante e desodorizante.
- **Ingredientes OXM (transxénicos):**
Os produtos de marca propia non conteñen ingredientes procedentes dos organismos xeneticamente modificados.
- **Colorantes artificiais:**
Eliminamos os colorantes azoicos de todos os nosos produtos entre 2013 e 2015.

Produto para públicos con necesidades especiais

En EROSKI temos en conta aquelas persoas con necesidades especiais e facilitámoslles unha ampla gama de produtos que lles permiten levar unha dieta equilibrada a pesar de sufrir unha doenza como a celiaquía, as alerxias ou as intolerancias alimentarias.



Colaboramos coa Federación de Asociacións de Celíacos de España (FACE) no lanzamento progresivo dunha gama de produtos de marca propia aptos para celíacos a prezos moi competitivos. En 2016, contamos cun total de 523 produtos das nosas marcas sen glute entre un 20 % e un 50 % máis económicos ca os de outros fabricantes. Ademais, ofrecemos un 10 % de desconto nos produtos sen glute sinalados na sección de dietéticos para os nosos Socios Cliente. Na etiqueta de cada produto destacamos a mensaxe "sen glute" en cor vermella, de xeito que resulte doadamente identificable. Neste mesmo sentido, a nosa tenda en liña permite seleccionar a nosa gama de produtos de marca propia e outras específicas sen glute, facilitando a súa compra por Internet.

En febreiro de 2017, CAPRABO realizou unha proba piloto para felicitar o aniversario aos clientes/as Ouro que non poden comer glute, substituíndo o regalo habitual que se lles fai, por unhas galletas especiais sen glute. 493 clientes recibiron este detalle e valoraron moi positivamente a iniciativa.



A lactosa é o azucre que se atopa de forma natural no leite, para cuxa dixestión organismo humano precisa da enzima lactasa. As persoas intolerantes á lactosa están desprovistas desta enzima no seu conduto dixestivo ou téñena nunha cantidade moi baixa. Para lles dar unha resposta alimentaria axeitada, en EROSKI ofrecemos unha ampla gama de produtos sen lactosa. Así, só entre os produtos das marcas de EROSKI contamos con máis de 50 produtos sen lactosa.



Hai unha década que, máis aló das esixencias legais, EROSKI tomou a decisión de mellorar e clarificar a etiquetaxe dos seus produtos a respecto dos alérxenos.

Así, ademais de cumprir co Real Decreto 2220/2004 sobre declaracións de alérxenos, ofrece unha información adicional e inclúe nas etiquetas os textos de advertencia necesarios en mensaxes separadas de forma visible para indicar a potencial presenza de trazas de alérxenos.

Información sobre o contido e o equilibrio nutricional dos produtos

En EROSKI somos conscientes do valor da información ofrecida ás persoas consumidoras como un elemento esencial para a defensa e protección dos seus intereses, xa que só así poden tomar decisións acordes con estes. Por esta razón, ademais de levar a cabo diversas iniciativas para cumprir co noso compromiso coa saúde, tamén ofrecemos unha información ampla, completa e veraz sobre o contido dos produtos e a importancia de manter unha alimentación saudable.

Por unha banda, cumprimos coa lexislación existente en materia de etiquetaxe para cada tipo de produto e coas esixencias da nosa marca propia. Así, incluimos información adicional como atributos relacionados coa saúde (sen azucres, baixo en graxa, sen sal, etc.), pictogramas que faci-

litan a identificación de alérxenos ou o semáforo nutricional. Ademais, realizamos periodicamente comprobacións de cumprimento de ficha técnica. Grazas a estas tarefas, en 2017 detectamos 35 non conformidades nos 1.150 produtos revisados, todas elas corrixidas despois de contactar co proveedor e de requirir a composición actualizada do produto. Se coa falta de información se incorre nun risco sanitario, o produto refírase da venda de maneira inmediata. Ademais, estas revisións tamén nos permiten optimizar como se incorpora a información na etiqueta para que sexa máis facilmente comprendida pola clientela.

Por outra banda, creamos unha nova ferramenta, EKILIBRIA, que permite que as persoas consumidoras poidan ter un consumo alimentario equilibrado baseado na información.



Semáforo nutricional

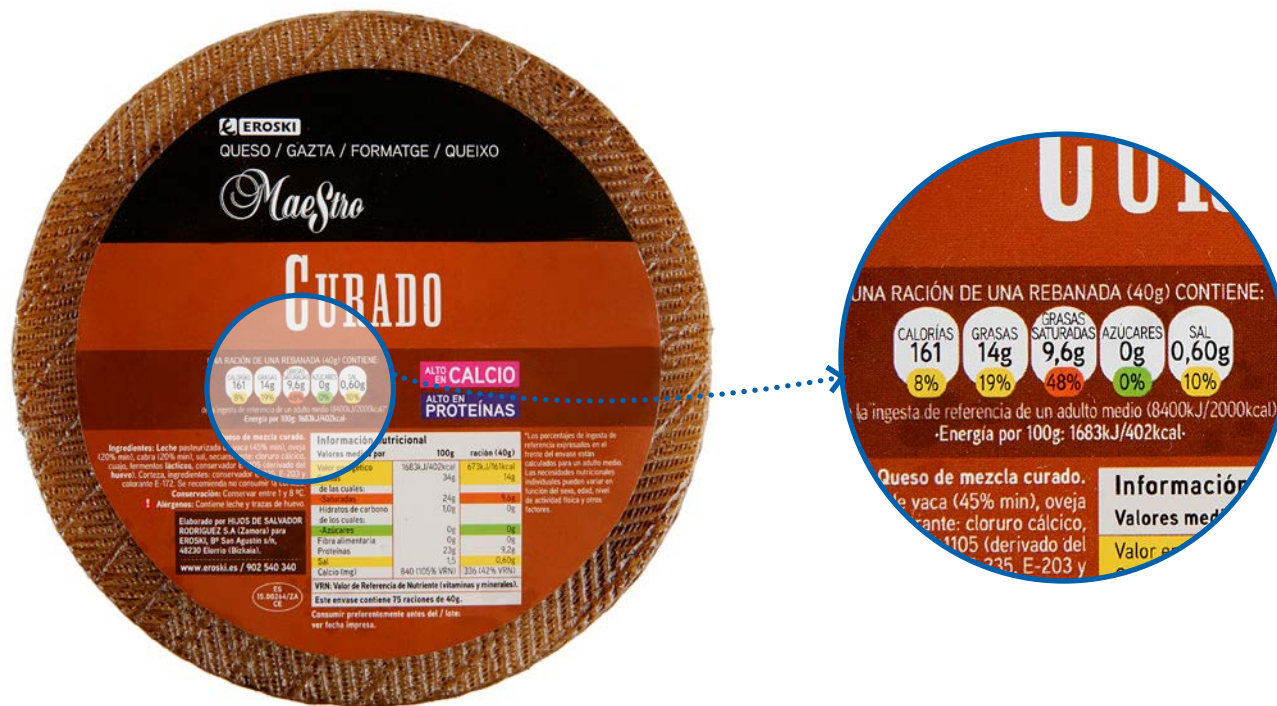
En 2007, como resposta a unha demanda societaria interna de proporcionar maior información nutricional dos produtos, puxemos en marcha unha ferramenta que aumenta a transparencia da etiquetaxe: o semáforo nutricional.

Pola súa relevancia para unha compra máis saudable, este sistema de cores sempre está na parte frontal do envase, proporcionando información sobre a cantidade de calorías e sobre os catro nutrientes máis relevantes en relación coa saúde (graxa, graxa saturada, azucre e sal) por cada ración de consumo. Ademais, baixo cada nutriente, indícase en cifras a porcentaxe que esa cantidade supón sobre a necesidade diaria (Inxestión de

Referencia ou IR). Utilizamos como referente a dieta diaria de 2.000 kcal. Para alimentos infantís utilizamos unha dieta de 1.800 kcal. O sistema de cores pon á vista se esa ración achega unha cantidade baixa (verde), media (amarelo) ou significativa (laranja) de cada nutriente. Isto facilita que poidamos combinar os alimentos intentando non exceder a inxestión recomendada de cada un deles para levar unha alimentación máis equilibrada.

A totalidade dos milleiros de produtos das marcas de EROSKI en alimentación e frescos inclúen o semáforo nutricional na súa etiqueta.

En total, 1.956 produtos contan co semáforo nutricional.



Código de colores

A cor laranxa: unha ración supón unha porcentaxe alta da inxestión diaria recomendada para ese nutriente.

A cor amarela: unha ración supón unha porcentaxe algo menor, mais aínda significativa, da inxestión diaria recomendada para ese nutriente.

A cor verde: unha ración supón unha porcentaxe baixa da inxestión diaria recomendada para ese nutriente.

RACIÓN: a porción de alimento que inxerimos habitualmente.

ACHEGA DE NUTRIENTES: información sobre a cantidade de calorías e nutrientes que achega cada ración de alimento inxerido.

INXESTIÓN DE REFERENCIA (IR): a comunidade científica recomenda unha cantidade diaria de calorías e nutrientes que deberemos inxerir para manter unha dieta equilibrada.



EKILIBRIA

O noso compromiso coa formación e a información das persoas consumidoras fíxonos traballar na mellora de EKILIBRIA, o programa pioneiro de saúde de EROSKI Club, que ofrece gratuitamente información personalizada e incentivos para unha alimentación e unha compra máis saudable e equilibrada a todos os nosos Socios e Socias Cliente.

A través de EKILIBRIA pódese acceder a información de actualidade e a un receptorio no que hai dispoñibles menús recomendados para unha dieta equilibrada. Tamén se proporciona un servizo de asesoramento nutricional grazas a un equipo de nutricionistas que responde ás preguntas persoais realizadas no sitio web.

As novidades desta ferramenta que permite ofrecer máis información personalizada para toda a familia son:

- Un **informe personalizado** máis completo. O informe nutricional ofrece unha análise detallada de como se axustan as compras do fogar ás recomendacións da dieta mediterránea a partir das compras que se rexistran na tarxeta EROSKI Club. Agora, ademais, proporciona información sobre as calorías e os nutrientes da cesta da compra con recomendacións e comparativas para axudar a mellorar.
- Unha **calculadora nutricional** que permite coñecer o índice de masa corporal, o gasto enerxético total e outros indicadores para obter unha valoración completa do estado nutricional. Para realizar estes cálculos utilízanse fórmulas e cuestionarios avalados pola comunidade científica.
- Coñecer o **gasto calórico** segundo a actividade física que se practica. Tamén indica o tempo que lle hai que dedicar á actividade física se se quere aumentar ese gasto.

As persoas consumidoras poden acceder ao programa EKILIBRIA a través da páxina web de EROSKI www.eroski.es/ekilibria.



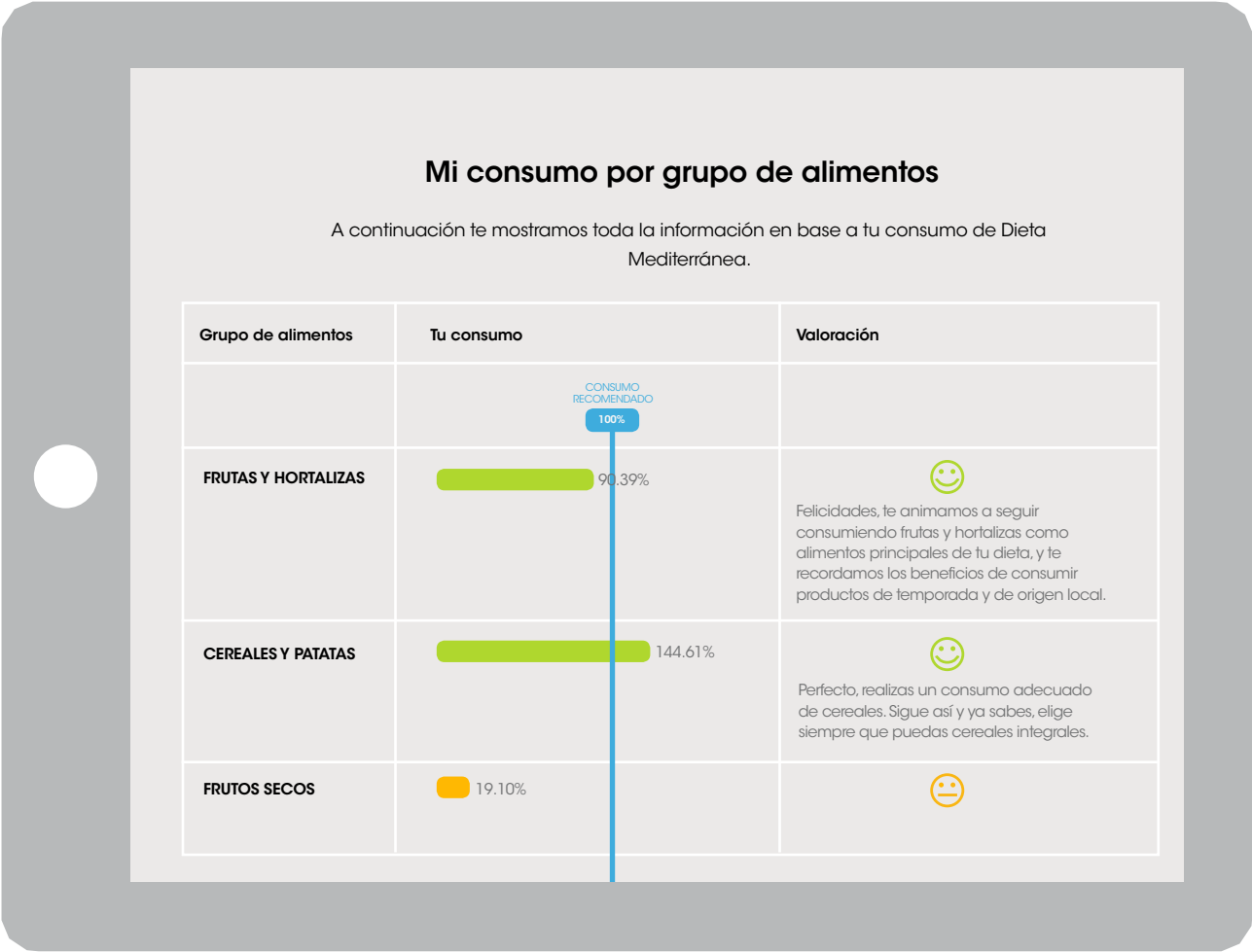
EKILIBRIA conta co apoio da Sociedade Científica Española de Dietética e Nutrición (SEDYN), a Sociedade Española de Dietética e Ciencias da Alimentación (SEDECA), a Asociación "5 ao día" que ten como obxectivo promover o consumo de froitas e verduras frescas, a Fundación de Hipercolesterolemia Familiar (FHF) e a Fundación Española do Corazón (FEC), o Basque Culinary Center (BCC) e o Fondo Mundial para a Natureza (WWF).



Novos informes máis completos de EKILIBRIA

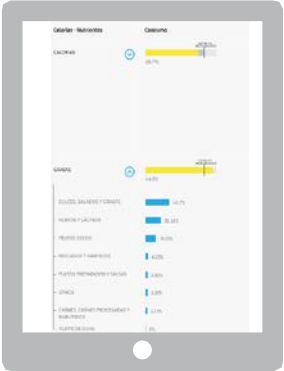
Informe Nutricional Grupos de alimentos

O Informe Nutricional ofréceche unha valoración por grupo de alimentos, moi fácil e visual, coas mesmas cores que o noso semáforo nutricional.



Informe Nutricional Nutrientes

Ao mostrarche os alimentos dos que proveñen os teus nutrientes, aprendes onde se atopa cada nutriente e se os obtés dos alimentos recomendados.



Informe de resultados de la Calculadora Nutricional

A calculadora nutricional mostra resultados do índice de masa corporal (IMC), o diámetro da cintura, o risco cardiovascular e de sufrir diabetes de tipo 2, así como o gasto enerxético total diario.



Campañas de sensibilización en relación coa saúde

O fomento dun consumo responsable impúlsanos non só a mellorar os produtos e a comunicar mellor sobre eles, senón a participar activamente en todo tipo de campañas de sensibilización relacionadas coa saúde. Algunhas das destacadas en 2017 foron:

Prevención da Obesidade. Alixeira a túa Vida

En VEGALSA-EROSKI sumámonos como patrocinadores oficiais do proxecto "Prevención da Obesidade. Alixeira a túa Vida", liderado pola Sociedade Española para o Estudo da Obesidade (SEEDO), e considerado "acontecemento de excepcional interese público" polo Goberno de España. Unha iniciativa de relevancia excepcional, coa que se busca deter e reverter a epidemia da obesidade no noso país.



Promoción da alimentación sa entre o público infantil

A través da Escola de Alimentación da FUNDACIÓN EROSKI, instalamos espazos de xogos didácticos en eventos con participación infantil para que as nenas e os nenos poidan adquirir dun xeito lúdico coñecementos sobre bos hábitos alimentarios.

Loita contra o cancro de mama

EROSKI participou un ano máis en distintas Carreiras da Muller organizadas en España pola Asociación Española Contra o Cancro (AECC). Ademais, por terceiro ano consecutivo, desde VEGALSA-EROSKI realizamos a campaña "Preparadas para gañar" co obxectivo de recadar fondos para a AECC e repartimos folletos informativos sobre a detección do cancro de mama e os hábitos para reducir o risco de desenvolvelo.

Campaña de sensibilización contra o cancro de pel

Colaboramos cada ano coa Asociación Española Contra o Cancro (AECC) para sensibilizar á poboación sobre o cancro de pel. Durante a campaña, os nosos supermercados acolleron casetas nas que se ofreceron consellos sobre como tomar o sol con precaución e regras básicas de como revisar a pel e poder detectar posibles signos de alarma. Ademais, coincidindo co Día do Cancro de Pel, en CAPRABO realizamos un sorteo de produtos de protección solar nas redes sociais e acollemos unha charla organizada pola AECC de Cataluña para concienciar ás persoas traballadoras.

Día Internacional de la Celiaquía

CAPRABO colaborou coa xornada organizada pola Associació Celiacs de Catalunya para celebrar o Día Internacional da Celiaquía repartindo información e máis de 600 mochilas con produtos aptos para celíacos entre as nenas e os nenos que participaron na xornada. Ademais, organizouse un obradoiro práctico para cocinar sen glute, sorteáronse produtos e ofrecéronse descontos nos supermercados.

2017. Ano da Retina en España

Colaboramos na iniciativa da Fundación Retinaplus+, "2017. Ano da Retina en España", coa que se busca loitar contra a cegueira evitable por doenzas da retina no noso país. Desde VEGALSA-EROSKI sumamos forzas co Instituto Oftalmológico Gómez-Ulla e puxemos en marcha unha campaña conxunta de Saúde Visual para velar pola correcta saúde ocular das traballadoras e traballadores da compañía maiores de 55 anos.

I Semana Saudable en Chef CAPRABO

Desenvolvemos sete obradoiros de cociña saudable no noso espazo gastronómico Chef CAPRABO relacionados con cociña macrobiótica, cociña vegana saudable, comedelas para deportistas, sobremesas, almorzos e merendas saudables, cociña natural e enerxética e hortas urbanas. Desde a súa posta en marcha en 2014, desenvóléronse máis de 100 obradoiros que contaron con máis de 1.000 participantes.

Día Mundial da Froita e das Hortalizas

En CAPRABO regalamos 30.000 pezas de froita de tempada aos nenos e nenas que se achegaron ata os nosos supermercados de Cataluña, Andorra e Navarra para celebrar o Día Mundial da Froita e das Hortalizas. Con esta acción, CAPRABO, xunto coa Asociación "5 ao día" e "MM Iberia Fresh and Natural Food" quere fomentar o consumo de froita entre os máis pequenos e educar sobre os hábitos saudables na alimentación.

Formación e capacitación das persoas consumidoras

En EROSKI cremos que unha cidadanía informada e formada está empoderada nos seus hábitos de consumo e que coas súas escollos diarias ten a capacidade de influír moi positivamente nas prácticas dos sectores produtivos e nas súas canles de distribución. Por esta razón, proporcionámoslle toda a información e as ferramentas necesarias para que se comprometa e sensibilice en materia de saúde, así como en sustentabilidade e solidariedade, os tres grandes eixos de acción sobre os que se concentran as iniciativas de responsabilidade social de EROSKI.

A través da FUNDACIÓN EROSKI desenvolvemos dous proxectos referentes na capacitación das persoas consumidoras: a Escola de Alimentación e EROSKI CONSUMER.

Escola de alimentación

Esta iniciativa da FUNDACIÓN EROSKI naceu en 2013 coa vocación de fomentar unha alimentación equilibrada e uns hábitos de vida saudables entre a cidadanía. É punto de encontro de profesionais da saúde, da educación, proxenitores, escolares e resto de cidadanía comprometida coa mellora da súa alimentación e estilo de vida. A Escola de Alimentación ofrece información actual e de calidade, froito do coñecemento científico e das investigacións que desenvolve. O reto definido é "movernos xuntos cara a unha sociedade máis sa e, por tanto, máis feliz".

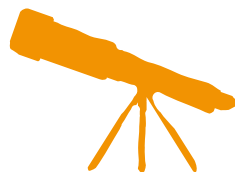


Para desenvolver o programa educativo en alimentación e hábitos saudables e o resto de iniciativas da Escola de Alimentación, colaboramos tamén con gobernos autonómicos e distintas organizacións relacionadas coa saúde e o consumo responsable.

A Escola de Alimentación está formada por estas iniciativas:



ENERXÍA para MEDRAR



OBSERVATORIO de ALIMENTACIÓN



PASAPORTE SAUDABLE



www.escueladealimentacion.es/gl



ENERXÍA PARA MEDRAR Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS)

Escola de Alimentación creouse tras o éxito de Enerxía para Medrar, o noso programa educativo en alimentación e hábitos saudables (PEAHS), iniciativa posta en marcha en 2012 pola FUNDACIÓN EROSKI para frear a tendencia crecente da taxa de obesidade infantil en España. O obxectivo primordial deste

proxecto é a sensibilización escolar sobre a importancia de seguir unha alimentación equilibrada e ter un estilo de vida saudable. Este programa educativo está formado por 10 sesións lectivas e tres obradoiros prácticos:



10 sesións lectivas:

Creamos materiais educativos nos catro idiomas oficiais (castelán, éuscaro, galego e catalán) sobre alimentación equilibrada e hábitos saudables para que os centros escolares poidan impartilo en horas lectivas. Con eles fórmase o alumnado en alimentación equilibrada, hábitos de vida saudables, o coñecemento dos produtos locais, as dietas doutros lugares do mundo e a sustentabilidade do planeta.

Os contidos foron elaborados por un Comité Científico formado por profesionais da medicina, nutrición e dietética, psicopedagogía e pedagogía. Ademais, contamos coa colaboración de Unicef, WWF, Fundación Española do Corazón e Basque Culinary Center.



Talleres prácticos:

Mediante tres obradoiros prácticos o alumnado experimenta o aprendido nun ambiente real e cotiá.

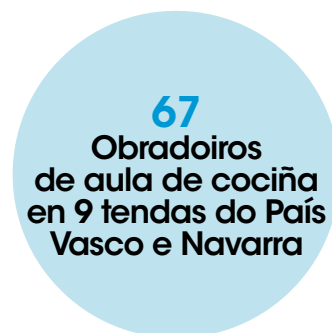
- **Visita a unha tenda:** o alumnado revisa con produtos reais a etiquetaxe nutricional dos produtos e a súa localización na pirámide nutricional. Da man da persoa responsable do obradoiro, aprende a compor unha cesta saudable e a construír unha pirámide nutricional.
- **Visita a un produtor ou fabricante agroalimentario local ou rexional:** o alumnado visita un centro de produción de alimentos e aprende, dun xeito didáctico e lúdico, a importancia da produción local de alimentos como eixo de valor en materia de sustentabilidade ambiental, cultural e social.
- **Aula de cociña:** esta novidade do curso 2016-2017 consiste en elaborar e cociñar o menú para un día completo co asesoramento dun profesional do Basque Culinary Center (BCC), centro mundial de referencia en gastronomía e cociña.

energiaparacrecer.escueladealimentacion.es/gl

Programa educativo CAPRABO

En Cataluña, o noso Programa Educativo para unha alimentación saudable materialízase a través do programa "Elixo bo, Elixo san", posto en marcha por CAPRABO en 2009. Acompañados por un profesional da nutrición, o alumnado participante adquire coñecementos teóricos e prácticos para levar unha dieta sa e equilibrada. O exercicio divídese en tres partes: a primeira ten lugar na aula, onde os alumnos coñecen os beneficios dunha dieta saudable a través da pirámide nutricional; a segunda no supermercado, onde elixen alimentos para realizar unha compra saudable segundo o aprendido na aula; e a terceira consiste nun concurso no que, xunto cos seus pais, desenvolven un menú dun día e o compromiso dun bo hábito familiar. Ademais, o programa tamén fomenta a aprendizaxe de hábitos de alimentación saudables durante os primeiros anos de vida, xa que tamén conta cun curso dirixido a nenos e nenas de 2 e 3 anos, froito da colaboración entre CAPRABO e a cooperativa Encís.

Indicadores principais dos programas educativos del Grupo EROSKI para os cursos 2016/17 e 2017/18



Programa educativo VEGALSA-EROSKI

En Galicia, o noso Programa Educativo para unha alimentación saudable materialízase a través dos programas "Visita o teu súper" e "Mates no teu súper" que leva a cabo VEGALSA-EROSKI.

- **Mates no teu súper.** Durante a visita á tenda, realízanse exercicios de cálculo, estimación, observación, recollida de datos, etc. así como o exercicio de realizar a compra, por equipos, dun almuerzo saudable, tendo en conta unha serie de indicacións, para despois pasar por caixa e realizar o labor de caixeiro/a e posteriormente analizar coa monitora se a compra cumpriu cos requisitos establecidos e se foi saudable.
- **Visita o teu súper.** O seu obxectivo é fomentar hábitos de vida saudables e comportamentos responsables, así como a promoción e a defensa dos intereses e dereitos das consumidoras e consumidores.



Observatorio de alimentación

Mediante a Escola de Alimentación colaboramos activamente con profesionais da saúde e a alimentación para fomentar o intercambio de información rigorosa e actual do seu interese. Con este fin, elabóranse diversos contidos e organízanse eventos que apoian a difusión do coñecemento en ambas materias:

- Artigos de actualidade, investigacións e entrevistas sobre nutrición básica, alimentación e saúde, innovación alimentaria, lexislación alimentaria e eventos científicos máis importantes.
- Eventos: desde 2009, a FUNDACIÓN EROSKI promoveu encontros con profesionais sanitarios e cidadáns e cidadáns con preocupacións e necesidades en materia de saúde. O obxectivo é sempre ofrecer un espazo de reflexión ao redor de asuntos relevantes e actuais relacionados coa saúde da poboación.

observatorio.escueladealimentacion.es



Pasaporte saludable

O "Pasaporte saludable" é un documento virtual no que participa alumnado de primaria en diferentes retos mensuais dunha proposta de camiño cara á saúde. O obxectivo é fomentar os hábitos saudables de forma amena e interactiva. O pasaporte serve para demostrar que se completaron as etapas ou actividades propostas na web da Escola de Alimentación e participar en sorteos de distintos premios.

pasaportesaludable.escueladealimentacion.es

Premian o Programa Educativo da FUNDACIÓN EROSKI

O labor realizado por Enerxía Para Medrar foi recoñecido en numerosas ocasións. Concretamente, en novembro de 2017, o Programa Educativo da FUNDACIÓN EROSKI obtivo o premio á "Mellor campaña de comunicación de RSC coa sociedade civil" da II Edición dos Premios OCARE (Observatorio da Comunicación e a Acción da Responsabilidade Empresarial) que ten como obxectivo recoñecer as mellores iniciativas e accións da Comunicación en materia de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).



EROSKI CONSUMER

EROSKI CONSUMER é un proxecto informativo que a FUNDACIÓN EROSKI desenvolve desde hai máis de 40 anos co obxectivo de proporcionar á persoa consumidora información práctica sobre materias relacionadas co consumo.

Na creación dos contidos participa un amplo grupo de técnicos en distintas áreas (alimentación, saúde, seguridade alimentaria, medio, novas tecnoloxías, bebé, mascotas, solidariedade, educación, bricolaxe e leis), así como profesionais do xornalismo, o deseño e a programación.

Ademais, contamos coa colaboración de varias entidades, como a Federación de Diabéticos Españóis (FEDE), a Fundación Española do Corazón (FEC), o centro tecnolóxico Azti-Tecnalia e a Asociación Española de Pediatras de Atención Primaria (AEPap). Ademais, o proxecto informativo EROSKI CONSUMER é cuadrilingüe: castelán, catalán, éuscaro e galego.

Na súa edición impresa, a publicación EROSKI CONSUMER, de periodicidade mensual, ten unha tiraxe de 111.680 exemplares ao mes e distribúese gratuitamente por toda España. Tamén está dispoñible na súa edición dixital en www.consumer.es, sitio web nacido en 1998 que conta aproximadamente con 60 millóns de visitas anuais. A web dispón dunha sección con información útil sobre o Camiño de Santiago, doutra con máis de 4.600 receitas culinarias e de 16 guías especializadas en temas relacionados coa saúde, a alimentación, os hábitos de vida, a cultura e o ambiente.

En liña con esta aposta polas novas tecnoloxías, ofrecemos tamén 3 aplicacións para móbil sobre Receitas, o Camiño de Santiago e Novas, que incorporan os últimos artigos de EROSKI CONSUMER, e estamos presentes nas plataformas sociais Twitter, Facebook, Google+ e YouTube.



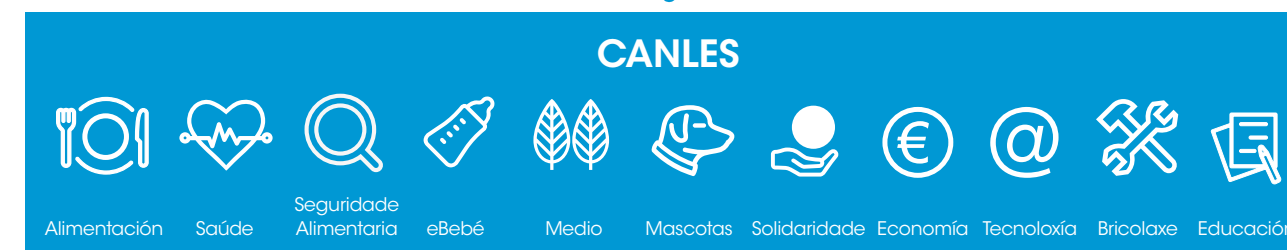
Proxecto informativo EROSKI CONSUMER



4 PRINCIPIOS:
información veraz,
independiente,
útil e práctica

**EROSKI
CONSUMER**

ANALIZA
INFORMA
DEFENDE
COMPROMÉTESE



Edición impresa:

- 279.200 persoas lectoras ao mes en 2017
- Máis de 225 guías de compra e análises comparativas en toda a nosa traxectoria
- Máis de 225 temas de portada en toda a nosa traxectoria
- Máis de 1.700 persoas expertas entrevistadas en toda a nosa traxectoria
- Máis de 225 artigos de fondo publicados ao ano

Edición dixital:

- Case 60 millóns de visitas en 2017
- 11 canles de contidos específicos
- Máis de 4.600 receitas culinarias
- 16 guías especializadas
- Máis de 22 millóns de visitas anuais á Guía do Camiño de Santiago
- Máis de 700.000 descargas das APPS nun ano

Redes sociais:

- Twitter: Máis de 36.000 seguidores
- Facebook: Máis de 45.000 seguidores
- Google+: Máis de 1.300 seguidores
- YouTube: Máis de 18.000 subscritores

Compromiso coa satisfacción dos nosos clientes

O modelo "contigo", ademais do claro obxectivo de promover a saúde e o benestar das persoas consumidoras, tamén pretende xerar un pulo de aforro e unha experiencia de compra positiva. Nesta liña, cada día suscitamos o reto de facilitar unha compra máis racional que destaque a relación entre a calidade e o prezo no contorno dunha cadea alimentaria



A atención personalizada das tendas "contigo"

Conseguimos que as tendas "contigo" sexan un lugar privilexiado de relación coas Socias e Socios Cliente. Para logralo, baseámonos en detalles que poden xerar unha sorpresa enriquecedora para a persoa atendida grazas a un trato individualizado que revirte nunha positiva experiencia de compra. Con este fin, por unha banda, poñemos en práctica os valores de proximidade, empatía e participación, inherentes á cultura cooperativa e, por outra, facemos uso da innovación como fórmula para resaltar a nosa proposta.

Estas son as razóns polas que en 2017 investimos en máis de 206.000 horas de formación dos nosos equipos de traballo e lanzamos 381 novos produtos de marca propia, ata dispoñer dunha oferta de 4.226 produtos.

Así mesmo, practicamos unha destacada sensibilidade cara á identidade lingüística dos nosos clientes. Por iso, esforzámonos por ofrecer unha atención no seu idioma e, en consecuencia, trasladamos esta política aos envases da nosa marca propia.

máis sustentable, de xeito que xere riqueza localmente e refórce o valor da nosa cultura gastronómica.

Mediante as tendas "contigo" tamén procuramos a máxima satisfacción do colectivo Socio-Cliente, ofrecendo un trato persoal máis individualizado e ofertas deseñadas especialmente para cada persoa Socia.



EROSKI Club: os socios Cliente no centro da nosa estratexia

Durante os seus dous anos de vixencia, o programa EROSKI Club redefiniu por completo a nosa relación coa persoa consumidora e reinventou, desde a perspectiva tecnolóxica do século XXI, a nosa identidade como cooperativa de consumo. A chave que revoluciona a relación é que a clientela de EROSKI se converteu en socia. Os máis de 6 millóns de titulares das tarxetas EROSKI, CAPRABO, IF e FORUM SPORT son socios e, ao mesmo tempo, o eixo central da estratexia comercial, xa que xeran o 76 % das vendas.

A persoa consumidora recibe propostas de aforro cada vez máis personalizadas, adaptadas a cada perfil de Socio/a Cliente e á evolución dos seus hábitos de consumo. EROSKI Club vela por unha oferta de aforro relevante sen que isto afecte en absoluto á calidade dos alimentos frescos, ao compromiso cos produtos locais e á amplitude do abastecemento para unha maior liberdade de elección.

Co obxectivo de ofrecer servizos cada vez máis personalizados, lanzamos unha nova tarxeta de crédito, en colaboración con Mastercard e Santander Consumer Finance, para os nosos Socios e Socias clientes, que suma máis vantaxes ao programa EROSKI e ofrece novas posibilidades de aforro ás persoas consumidoras. Durante o 2017 entregáronse máis de 150.000 tarxetas Mastercard.

Protección de datos en EROSKI

Consideramos os datos de carácter persoal dos nosos clientes como un dos nosos activos máis críticos que debemos protexer. Por iso, contamos cun Sistema de Xestión de Protección de Datos baseado na mellora continua e que conta cunha metodoloxía propia. Vixiamos o seu cumprimento desde a análise e a xestión do risco de forma coordinada en toda a organización. Prova disto é que non tivemos ningunha fuga de datos nin reclamación.



Apostamos pola multicanalidade

EROSKI aposta por seguir avanzando na transformación dixital cara a unha proposta multicanle para conseguir unha experiencia positiva global. Este ano puxéronse en marcha varias iniciativas.

- **Nova versión da App EROSKI:** Esta nova versión permite que a comunidade usuaria poida personalizala e identificarse como socia ou socio EROSKI Club nas tendas sen levar a súa tarxeta física. Ademais de poder personalizar a páxina e as funcións, incorpora un enlace con EROSKI Club Mastercard para realizar consultas referidas á tarxeta de pagamento. Todas esas funcións engádense ás xa existentes para conseguir unha App eficiente, áxil e sinxela que en 2017 sumou máis de 100.000 descargas.
- **51 puntos de entrega de pedidos en liña:** EROSKI estreou unha nova modalidade de entrega a domicilio en Bilbao, Vitoria, San Sebastián e Pamplona. De xeito gratuíto, a clientela pode recibir no seu domicilio os pedidos realizados en EROSKI Online nunhas horas. Esta modalidade súmase a Click&Drive e Click&Collect.

Ademais, a tenda en internet de EROSKI foi elixida como o **mellor supermercado en liña do ano segundo os Premios Comercio do Ano 2017-2018**. O galardón é a mostra dun recoñecemento ao avance tecnolóxico para conseguir que a compra en liña sexa cada vez máis rápida, cómoda e sinxela.

Mellor servizo de atención ao cliente do noso sector



A busca dunha atención máis personalizada ás persoas consumidoras e a crenza de que todas as súas opinións nos axudan a mellorar fixo que, por quinto ano consecutivo, EROSKI fose recoñecida como a empresa do sector da gran distribución con mellor servizo de atención ao cliente, galardón outorgado pola consultora Sotto Tempo Advertising, que mide o grao de satisfacción deste en distintos sectores.

En 2017 atendemos 433.636 consultas no Servizo de Atención ao Cliente. As canles de comunicación son o correo electrónico e as diferentes redes sociais nas que estamos presentes. Temos o compromiso de dar resposta ás consultas en menos de 48 horas. En 2017 logrouse resolver o 94% das consultas recibidas a través das distintas canles. Ademais, cómpre destacar o alto índice de resolución no primeiro contacto. Así, se consideramos a actividade do centro de contacto do teléfono de atención ao cliente de EROSKI, o 89% das consultas conseguíronse resolver na primeira chamada.



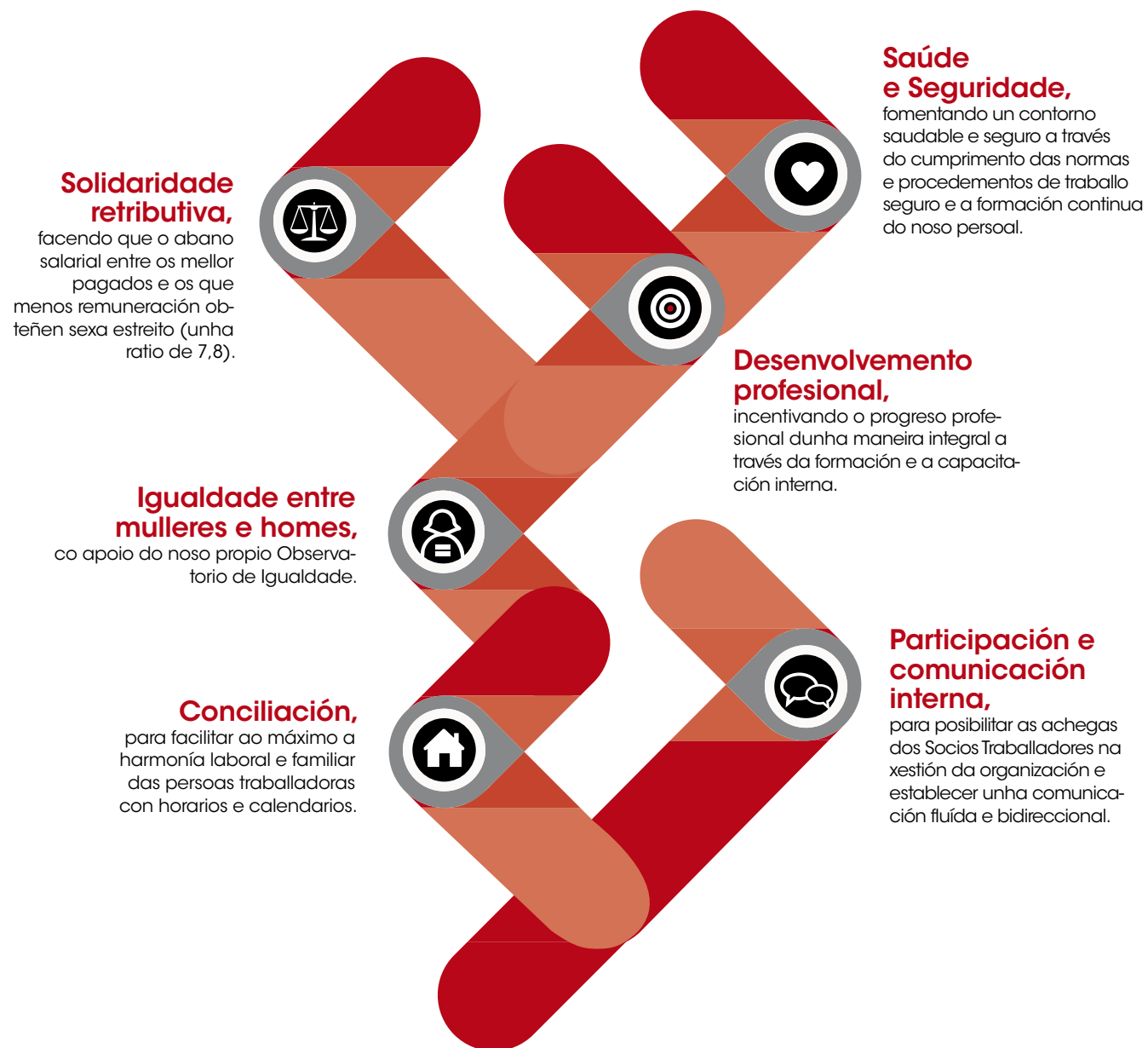
Persoas traballadoras

Modelo de compromiso integrador

A xestión de persoas na nosa organización caracterízase pola particularidade de que somos traballadores e, ademais, somos propietarios: 10.017 persoas do cadro de persoal de EROSKI somos Socias e Socios Traballadores (o 32,8 % do total), o que nos converte en participantes na xestión cooperativa da empresa. E esta condición tradúcese nun elemento diferencial do grupo EROSKI fronte a outras empresas de distribución: unha actitude proactiva e un elevado nivel de compromiso co proxecto que se reflicte no desempeño en todos os niveis da organización.

O emprego que creamos segue o noso modelo de xestión e o noso compromiso con traballadores, clientes e a propia sociedade, e por iso esforzámonos porque sexa estable e de calidade. Así, cómpre destacar que o 76,3 % do emprego creado por EROSKI en 2017 foi de carácter fixo.

No tocante á calidade do emprego, en EROSKI traballamos nos seguintes eidos para facer realidade este concepto:



Unha empresa socialmente responsable

En EROSKI cumprimos con diversos criterios internacionais de Responsabilidade Social no traballo:

A nosa misión recolle, entre outros, dous aspectos relevantes:

- A creación dun proxecto e modelo de empresa que integre as persoas e propicie o seu desenvolvemento persoal e profesional, e
- O compromiso coa defensa dos consumidores e do ambiente, contribuíndo á mellora da comunidade na que actuamos, como expresión da nosa responsabilidade social.

Para EROSKI, a Responsabilidade Social é un valor compartido por toda a organización e atópase baixo a responsabilidade directa da Presidencia. Ao incluímos a xestión ética entre os obxectivos principais da Dirección, acadamos os nosos compromisos de:

- cumprir coa lexislación e coa normativa laboral e cooperativa vixente, así como cos compromisos propios de EROSKI,
- implantar un Sistema de Xestión Ética eficaz,
- mellorar continuamente o comportamento ético da organización,
- apoiar e respectar a protección dos dereitos humanos proclamados no ámbito internacional.

Nos nosos Estatutos Sociais, no Regulamento de Réxime Interno Cooperativo e no Manual de Xestión Ética recóllense os nosos compromisos en materia laboral, tanto con respecto ás nosas persoas traballadoras propias como ás subcontratadas e aos provedores. Entre eles, están os seguintes principios:

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

O 100 % das nosas empresas subministradoras están sometidas a estas esixencias e condicionamos a nosa relación comercial con elas ao cumprimento, pola súa parte, dos dereitos humanos e laborais. Realizamos un seguimento especial a aquelas empresas subministradoras con maior risco, que son as que pertencen ao sector téxtil e de produtos de non alimentación localizadas en Asia. Ademais, ratificamos o noso compromiso cos dereitos laborais e humanos per-

tencendo á Rede Española do Pacto Mundial. EROSKI foi un dos primeiros fundadores, no ano 2002, e dende entón participa nesta iniciativa para implantar principios básicos de conduta e acción en materia de dereitos humanos, traballo, medio ambiente e loita contra a corrupción, na estratexia e nas operacións diarias da empresa.

Os 10 valores esenciais do noso traballo

1

Fomentamos a
participación

2

Promovemos o
desenvolvemento persoal e profesional
a través da mellora dos coñecementos, aptitudes e habilidades

3

Sentimento de pertenza:
orgullosos/as de pertencer a EROSKI e procurando áreas de mellora

4

Impulsamos a **información e a comunicación** de xeito bidireccional dentro da organización

5

Grazas á **solidariedade interna**, primamos o colectivo sobre o individual e o longo sobre o curto prazo



Os 10 valores esenciais do noso traballo

6

Dinamismo
para se adaptar ao cambio e promover a innovación

7

Orientados á clientela
para adaptármolos e anticipar as súas necesidades

8

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

9

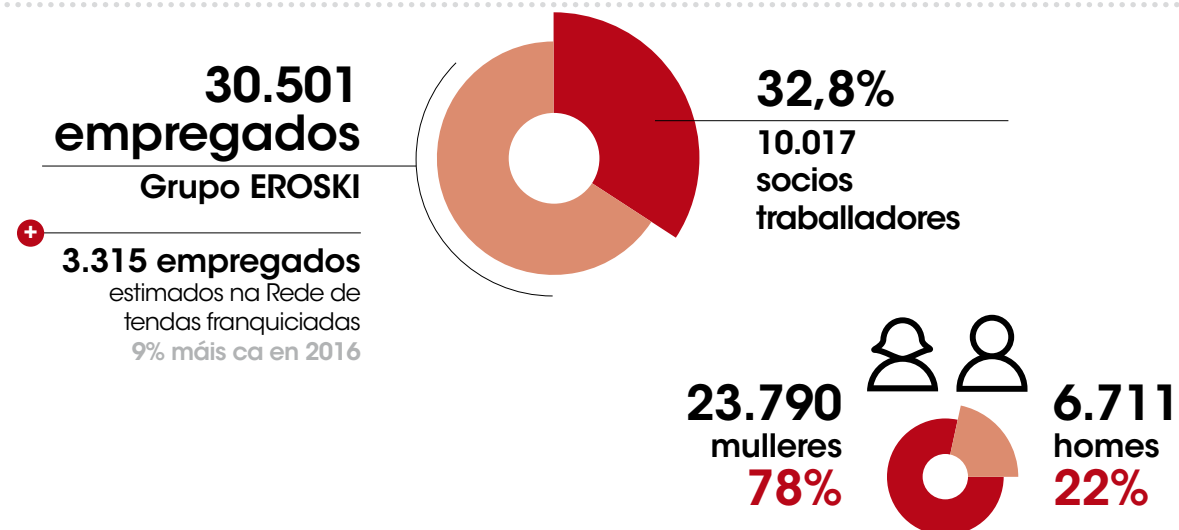
Solidariedade externa
para retornar á sociedade o que nos achega

10

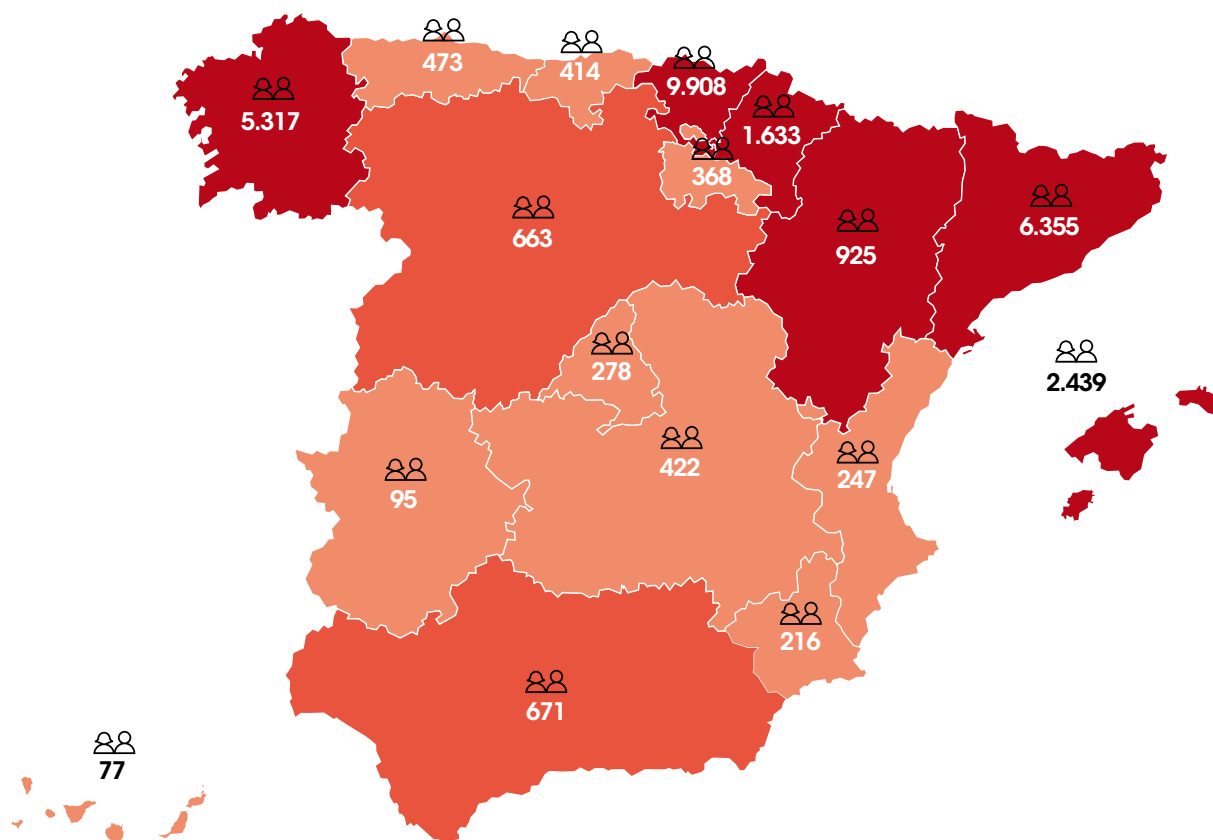
As persoas que traballamos na cooperativa aspiramos ao máximo nivel de **profesionalización**

Principais indicadores

Número total de persoas empregadas

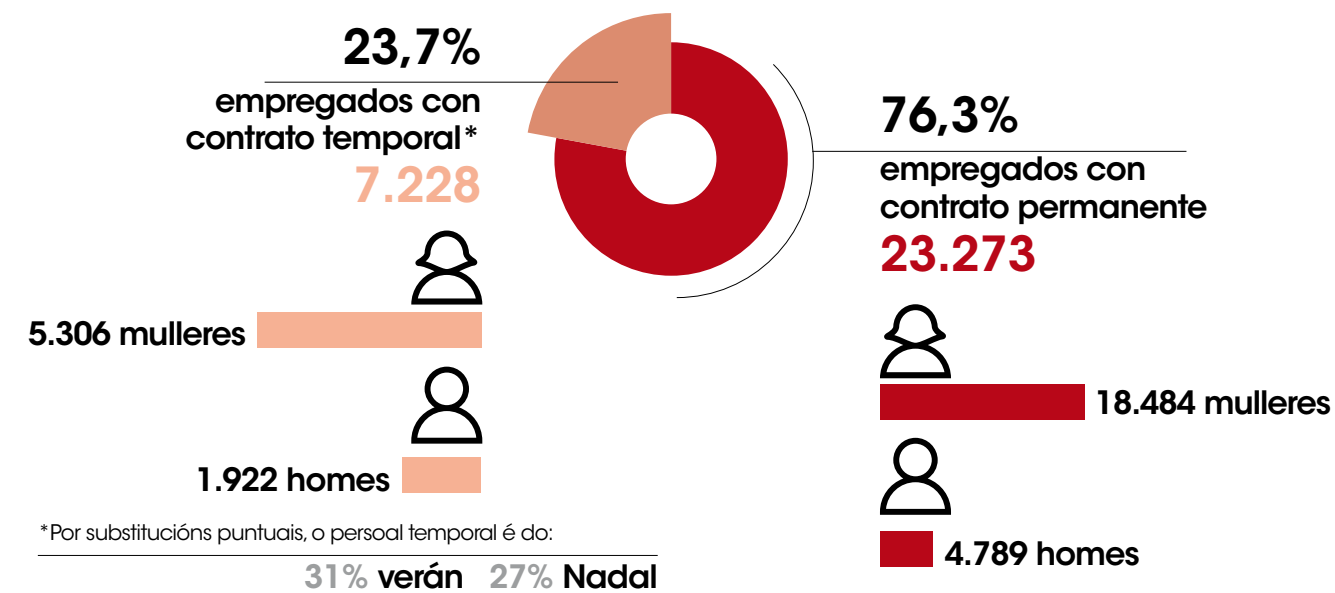


Número total de persoas empregadas por comunidade autónoma

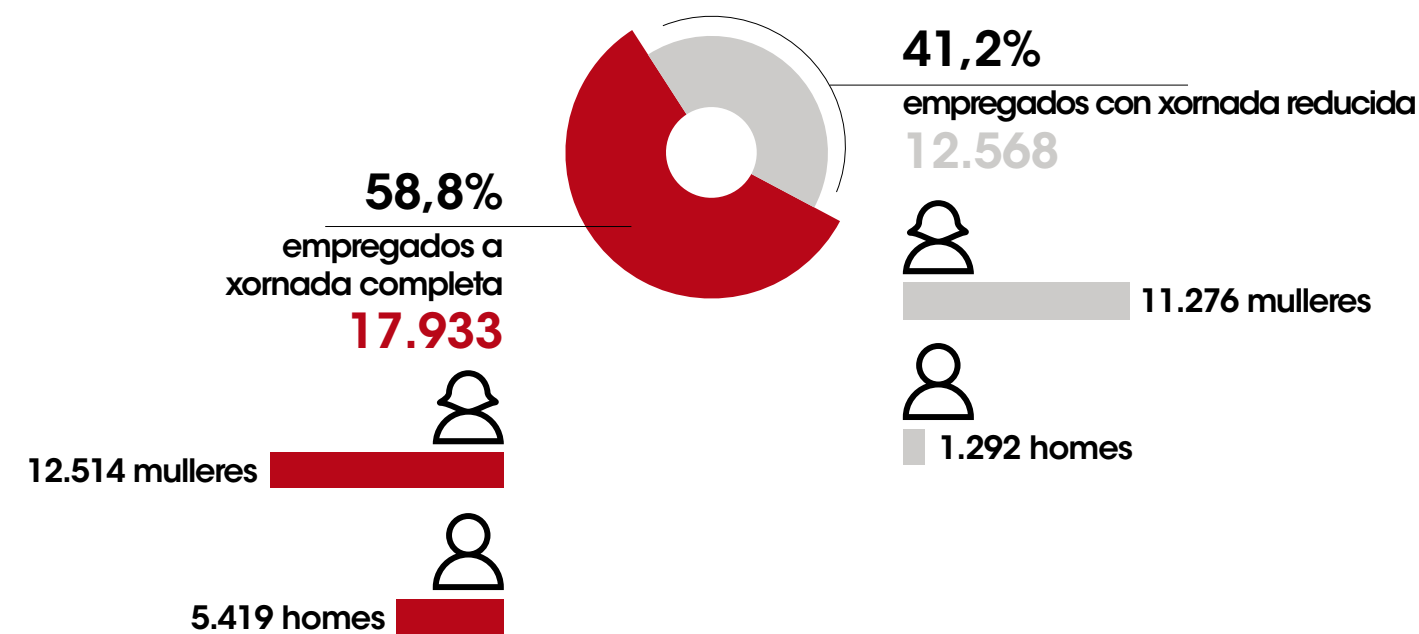


Todo o persoal directo de EROSKI opera en España.

Número total de persoas empregadas por tipo de contrato

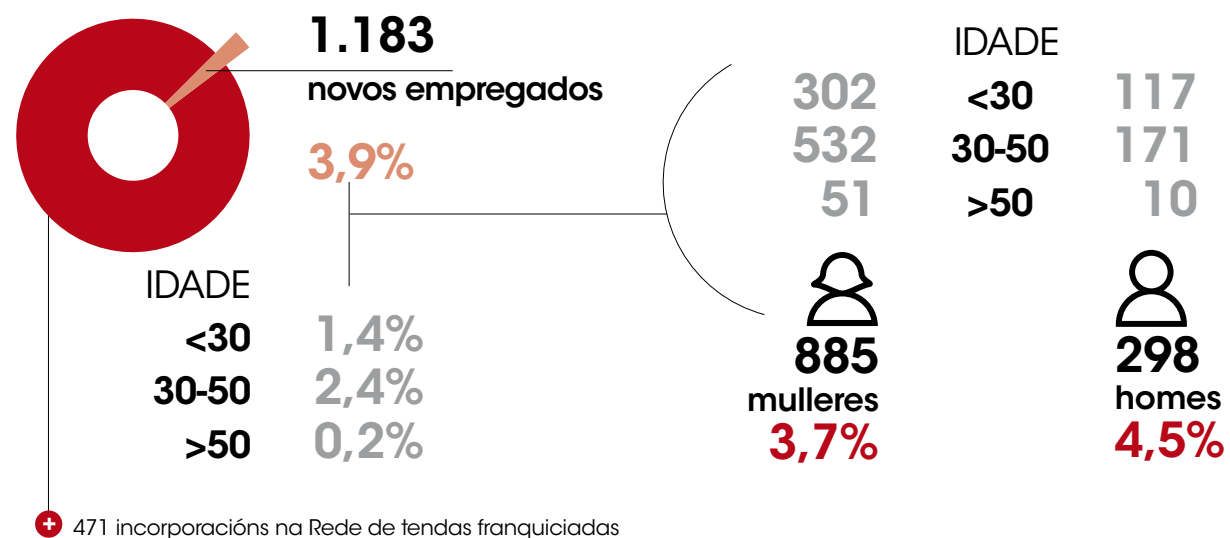


Número total de persoas empregadas por tipo de xornada

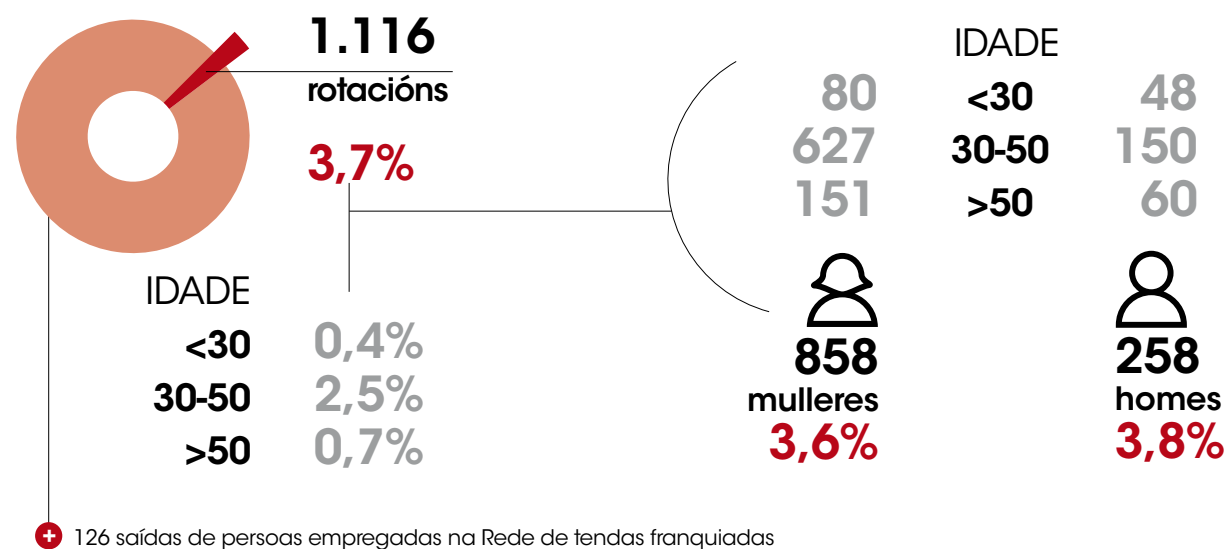


Principais indicadores

Número e índice de contratacións



Número e índice de rotacións (saídas de persoas empregadas)



Persoas promocionadas



Negociación colectiva



Os 6 eixes da nosa xestión

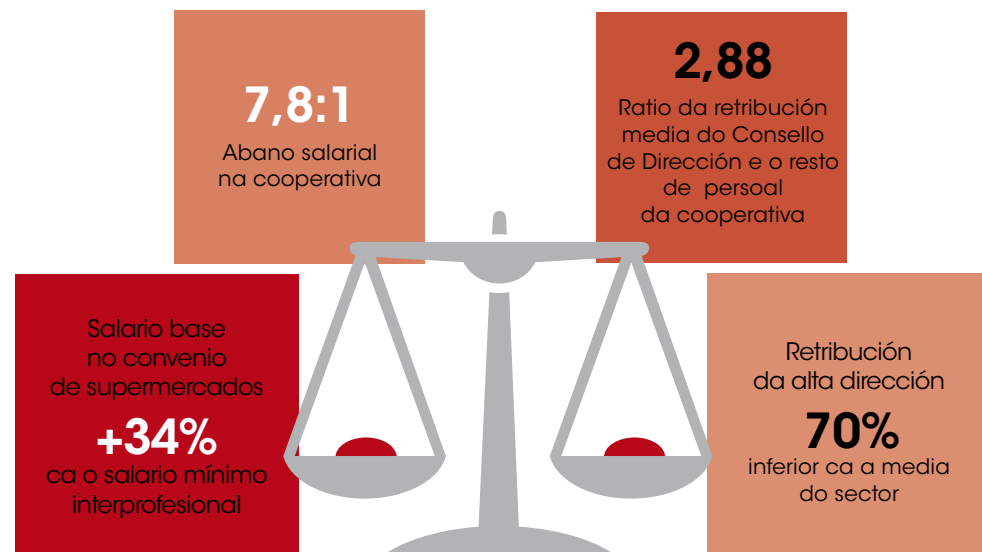
Solidaridade retributiva

EROSKI, seguindo os seus valores corporativos, aplica o principio de solidariedade retributiva en toda a organización, o que se traduce, a nivel interno, nun estreito abano salarial entre os postos con menor responsabilidade e os de alta dirección: en concreto, a ratio non pode ser maior de 7,8. Así, a relación entre a compensación total que recibe a persoa con maior retribución e a mediana da compensación do resto do persoal na cooperativa é de 6,68 e de 6,78 con respecto á media. Esta ratio é moi inferior á das empresas do IBEX 35, onde, segundo datos do 2015, as primeiras persoas executivas perciben de media 116 veces máis retribución que a media do resto do cadro de persoal. Ademais, o incremento da compensación anual foi **o mesmo para todo o persoal (un 1%)**, sen excepción.

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

A retribución en EROSKI é pública, igualitaria entre homes e mulleres, e depende do posto e non doutros factores como a antigüidade ou a negociación individual. Ademais, para permitir a captación e retención dos recursos humanos necesarios, aplícase o principio de competitividade externa, adecuando a retribución aos niveis máis xeneralizados nas empresas do sector. Así, no caso do convenio de supermercados, o salario base mínimo **é un 31 % superior ao salario mínimo interprofesional** en España.

Por outra banda, a nivel externo, a solidariedade retributiva implica que **a remuneración da dirección é aproximadamente un 70 % inferior a respecto do valor do mercado.** Así, durante 2017, a remuneración total do Presidente e dos membros do Consello de Dirección foi, en conxunto, de 888.010 euros. Isto difire enormemente da realidade das empresas do IBEX 35, nas que a retribución media por conselleiro é un 72% do que percibiu todo o Consello de Dirección de EROSKI. Ademais, os membros do Consello Reitor, o noso órgano superior de goberno, non perciben ningunha retribución fixa nin variable por este labor (agás as axudas de custo de asistencia ás xuntanzas do devandito órgano).



Retribución base anual en EROSKI S. Coop. para cada categoría laboral

	EROSKI S. Coop. (2017)		
	Anual con pagas extras (Euros)	Hora (1.837,5h de traballo efectivo al año) %	% incremento respecto do salario mínimo interprofesional de España (707,60 euros)
Profesionais	15.299	8,33	154%
Responsables	16.799	9,14	170%
Técnicos/as	25.180	13,70	254%
Mandos	28.232	15,36	285%
Xestores/as	39.591	21,55	400%
Directivos/as	48.080	26,17	485%

Igualdade e conciliação

En EROSKI consideramos que a igualdade de oportunidades entre mulleres e homes é un principio básico e estratéxico da xestión da organización. Acabar coa desigualdade supón un proceso de cambio directamente relacionado coa nosa cultura cooperativa e igualitaria. Neste sentido, EROSKI réxese polo principio de non-discriminación xa contemplado nos seus estatutos fundacionais, non só no relativo ao xénero, senón tamén á raza, a orientación sexual, as crenzas relixiosas, as opinións políticas, a nacionalidade, a orixe social, a discapacidade ou calquera outra característica que puidese orixinala.

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

Representantes dos socios e socias traballadoras da cooperativa compoñen este organismo, que conta con seis áreas de traballo: uso da linguaxe, eliminación de barreiras físicas e de saúde, eliminación de barreiras sociais, desenvolvemento persoal e profesional, e conciliación da vida persoal e profesional.

Ademais, contamos cunha canle de denuncia e, desde 2015, cun servizo de asesoría confidencial para evitar posibles casos de acoso no traballo e canalizar calquera incidencia.

En 2017 elaboramos o plan estratéxico de igualdade 2017-2020. "Implantamos o plan de seguridade nos supermercados con enfoque de xénero. Actualizamos a web para dar visibilidade ao compromiso de EROSKI coa igualdade de xénero".

Outras actuacións destacadas levadas a cabo durante o 2017 foron:



Linguaxe igualitaria

Realización dunha xornada de sensibilización/formación sobre linguaxe igualitaria.

Violencia de xénero

Definición dun protocolo de actuación con vítimas de violencia de xénero, mellorando o que recolle a lei, e difusión interna deste.

Realización dunha campaña de concienciación para as vítimas e para os compañeiros/as das devanditas vítimas.

Conciliación

Asimilación de parentes de primeiro grao a padrasto/madrasta/ fillastro e os correspondentes para segundo grao.

Modificación da normativa de redución de xornada voluntaria flexibilizando o acceso a esta.

Campañas de sensibilización interna

Xornada "Escoitar para educar en valores de Igualdade" dentro do Foro de Igualdade de Emakunde.

Campaña interna de
apoio ao Día Interna-
cional contra a Homo-
fobia, a Transfobia e a
Lesbofobia.

Colaboraciones

Participación en
xornadas e colabora-
ción con asociacións
e administracións que
promoven a igualda-
de, a conciliación e a
corresponsabilidade.

Proxecto "Lidera" de AED (Asociación de Empresarias e Directivas de Biscaia) sobre liderado feminino.

Xornada de corresponsabilidade coa Deputación Foral de Guipúzcoa.

Campañas contra a violencia sobre a muller do Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade.

"Rede DenBBora" que traballa para favorecer a conciliación e a igualdade de xénero.

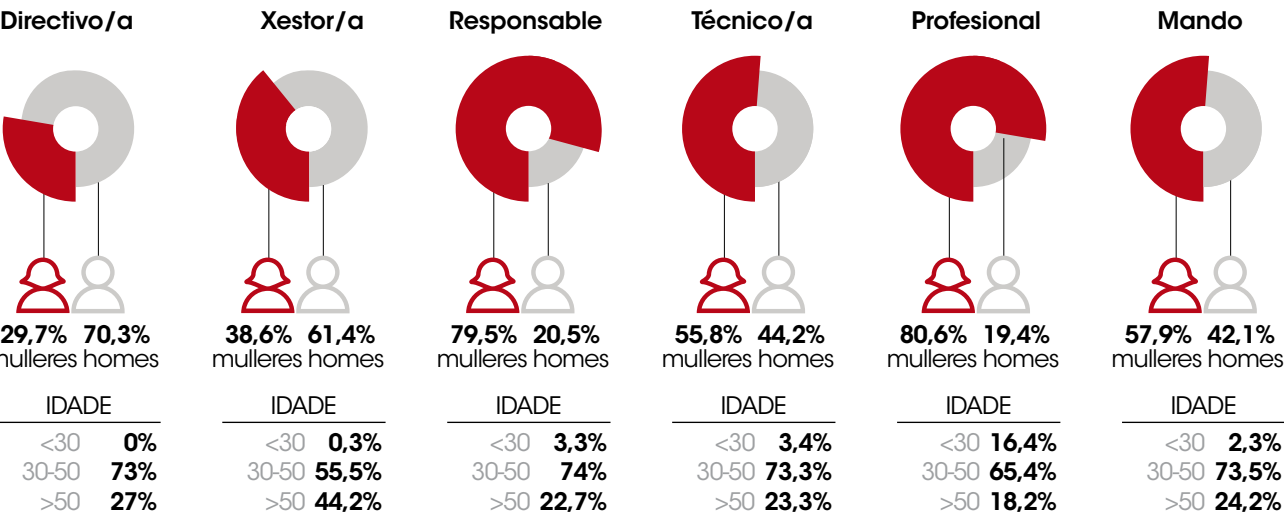
IV Carreira "Hai Saída"
contra a violencia de
xénero.

Indicadores de igualdade

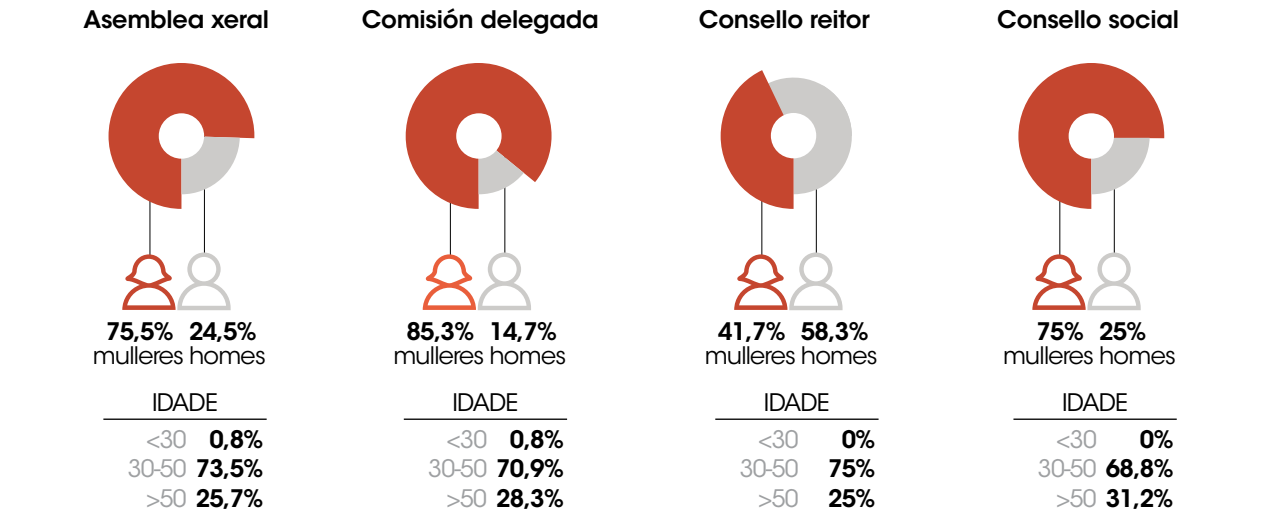
Como proba do noso compromiso coa igualdade, podemos destacar que o **78% do noso persoal son mulleres e que son elas as que ocuparon o 69,8 % dos postos de responsabilidade** en 2017, porcentaxe moi superior á media do sector. Ademais, a comezos de 2017 renovouse o Consello de Dirección de EROSKI S. Coop., acadando nel

unha presenza paritaria de mulleres e homes. Do mesmo xeito, a presenza de mulleres é tamén maioritaria nos **órganos de goberno corporativo**, cuxos principais órganos, o **Consello Reitor e o Consello Social**, están ocupados por un **61 % de mulleres**.

Distribución por xénero e franxas de idade das persoas empregadas por categoría profesional



Distribución por xénero e franxas de idade dos órganos de goberno



Indicadores de conciliación da vida persoal e profesional

En materia de conciliación, EROSKI conta con permisos adicionais aos que a lexislación establece e impulsa espazos e horarios de traballo que permitan un equilibrio entre a vida persoal e profesional. Por exemplo, en 2017 un **13,8 % das persoas empregadas traballaron con redución de xornada ou estiveron de excedencia** por garda legal ou por coidado de familiares.

Así mesmo, EROSKI atende tamén as particularidades doutros proxectos persoais das súas traballadoras e traballado-

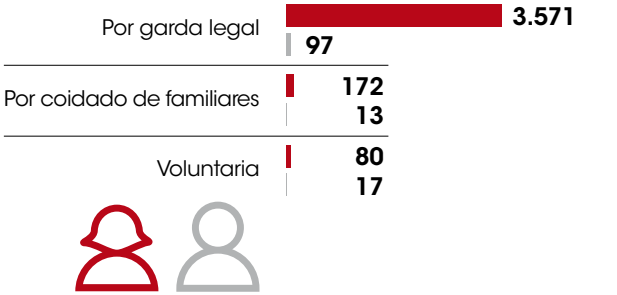
res, ofrecéndolles a posibilidade de reducir a súa xornada sen causa manifesta e mantendo o dereito a recuperar a xornada laboral completa despois de finalizado o período de redución, ou concedendo excedencias temporais voluntarias con reserva de postos de traballo para proxectos de colaboración con ONG ou outros plans de desenvolvemento persoal. Así, durante o pasado exercicio, **876 persoas acolléronse a unha redución de xornada ou excedencia voluntaria**.



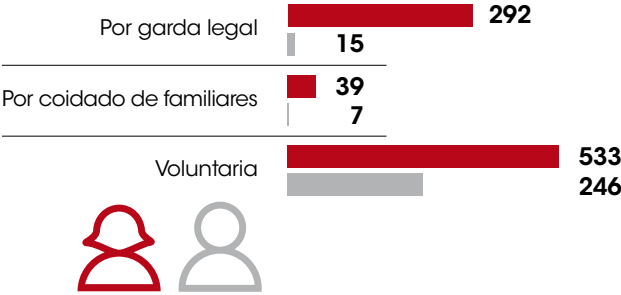
Distribución por xénero de permisos parentais

	Mulleres	Homes	Total
N.º total de persoas que se acolleron ao permiso parental en 2017	494	163	657
N.º total de persoas que regresaron ao traballo en 2017 despois de rematar o permiso parental	396	39	435
Taxa de retorno ao traballo (% de persoas que regresaron tras finalizar o seu permiso en 2017)	73,5%	22,3%	60,9%
N.º de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso parental en 2016	147	18	165
Taxa de retención (% de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso en 2016)	78,6%	94,7%	80,1%

Distribución por xénero de persoas empregadas con redución de xornada por causa



Distribución por xénero de persoas empregadas con excedencia por causa



Saúde e seguridade no traballo

En EROSKI desenvolvemos un labor proactivo para materializar o noso compromiso coa seguridade e a saúde de todo o noso persoal. Melloramos de forma continua as medidas de prevención de riscos laborais e de fomento da saúde no traballo mediante unha integración real da prevención no sistema xeral de xestión da empresa.

Contamos con dous servizos de prevención de riscos laborais propios con carácter mancomunado, un para CAPRABO e outro para o resto de sociedades do grupo. As especialidades das que se ocupan son: seguridade no traballo, hixiene industrial e ergonomía, psicoloxía aplicada e, no caso de EROSKI S. Coop, tamén vixilancia da saúde. No

resto de sociedades, esta especialidade realízana servizos de prevención externos.

Ademais, as traballadoras e traballadores participamos na identificación de riscos e melloras das condicións laborais con propostas aos Comités de Saúde e Seguridade (que operan en diferentes ámbitos, desde o propio centro de traballo a toda a organización) e outros órganos de representación societaria, nos que todas as persoas empregadas por EROSKI están representadas a través dos seus delegados e cóbrese o 100% dos temas relacionados coa saúde e a seguridade no traballo.



Prevención de Riscos Laborais

Algunhas das actuacións máis significativas en prevención de riscos laborais (PRL) de 2017 foron:

- ✓ Revisión e actualización dos plans de prevención dos distintos negocios do grupo, así como as avaliacións xerais de riscos e a avaliación de riscos psicosociais.
- ✓ Auditorías internas de prevención e inspeccións programadas, estas últimas realizadas por equipos inspectores dos propios centros e cun seguimento posterior por parte destes das accións correctoras propostas para corrixir as anomalías detectadas.
- ✓ Simulacros de emerxencia con ou sen evacuación.
- ✓ Investimento de máis de 39.000 horas en cursos básicos de prevención e en formacións específicas sobre riscos no posto de traballo ou de actuación en emerxencias.

Vixilancia da saúde

Ademais, como parte do servizo de vixilancia da saúde que proporcionamos aos nosos empregados, realizamos recoñcementos médicos específicos en función do risco do posto e un seguimento do persoal especialmente sensible, revisamos e coordinamos coa mutua todos os casos considerados como enfermidades profesionais, e levamos a cabo unha vixilancia da saúde colectiva.

Ademais, coordinamos e impartimos actividades formativas de Primeiros Auxilios.

Nos lugares nos que non se dispón de medios humanos propios, as actuacións realízanse a través de Servizos de Prevención Alleos.

Taxa de accidentes laborais

32,2 accidentes leves
con baixa por cada
millón de horas traballadas

Causas:
47,3% sobreesforzos
11,7% caídas de persoas ao mesmo nivel
10,2% cortaduras
30,8% outras causas

Axente material:
42,6% aixas e obxectos
7,2% produtos metálicos e ferramentas
6,9% carretas ou similares
43,3% outros axentes materiais



70% 30%
mulleres homes

5,4 accidentes in itinere
con baixa por cada millón
de horas traballadas



80% 20%
mulleres homes

Taxa de formación en PRL

39.478 horas
1,3 horas

de media de formación por cada empregado:

Tipos de formación:
48,1% Inicial
21,1% Manejo de equipos de traballo
6,7% Emerxencias
24,1% Outros programas formativos en PRL

Taxa de absentismo

5,8% de absentismo laboral
(porcentaxe de horas de ausencia por
enfermidade, enfermidade laboral e
accidente laboral/horas teóricas de
traballo)



6,4% 3,8%
mulleres homes

Taxa de enfermidades profesionais

1,2 enfermidade profesional
con baixa por cada millón de horas
traballadas



96% 4%
mulleres homes

**Ningún
accidente
laboral
fatal**

Desenvolvemento profesional

Potenciar o desenvolvemento profesional e persoal dos equipos de EROSKI constitúe un dos tres piares do Plan Estratégico para o 2020, polo que situamos a formación das persoas como unha das claves na mellora competitiva. A través da capacitación do noso cadro de persoal buscamos constituír equipos de traballo de alto rendemento, incentivar o crecemento profesional e fomentar a cultura cooperativa de autoxestión.

Así, en 2017 investimos case 2 millóns de euros na formación das nosas persoas traballadoras, **acadando as 207.000 horas impartidas**. Os programas de capacitación centráronse un ano máis no liderado e na profesionalización do persoal de frescos. Á parte disto, continuamos apostando por un programa de talento para desenvolver o potencial dentro da organización.

Ademais, desde EROSKI contribuímos á recolocación de socios e socias da Cooperativa Mondragón que están en situación de desemprego. En concreto, recolocamos 27 persoas, das que 17 xa están nun posto definitivo.

Os programas de formación destacados en 2017:

Escola de frescos. En 2017 continuamos co programa formativo das escolas de carnicaría, peixaría, panadaría, chacinería e froitaría. Para iso, contamos coas ferramentas de xestión e os centros de formación desenvolvidos en 2016, así coma con 50 monitores que impartiron a formación. Participaron máis de 467 persoas e impartíronse 49.859 horas de formación.

Programa de atención aos clientes. Centrado en optimizar a capacitación do noso persoal na atención e o servizo avanzado á clientela en tenda. Durante 2017 impartíronse máis de 5.748 horas sobre esta materia.

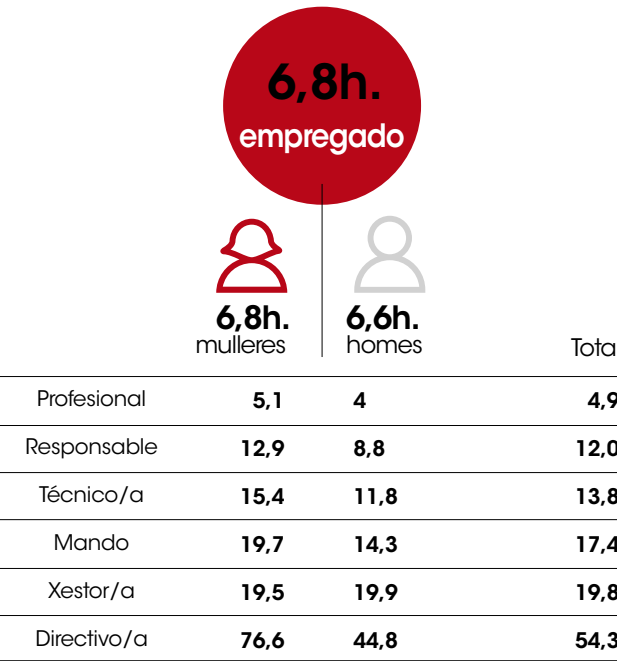
Orain Campus. Espazo de aprendizaxe e desenvolvemento, dentro do marco do Modelo de Talento e Desenvolvemento Directivo de EROSKI, para impulsar a innovación, o liderado, o fomento do espírito cooperativo e a profesionalidade, elementos necesarios para enfrontar os retos da nosa organización. O Campus acolle 4 facultades (Comercial e Marketing, Rede, Xenio e Enxeño, e Sociolaboral) polas que en 2017 pasaron 691 persoas, impartíndose 13.080 horas de formación.

SUMMA. Proxecto que, desde 2015 e en colaboración con Mondragon Unibertsitatea, procura desenvolver as habilidades directivas e de xestión organizativa das socias e socios traballadores. Nel préstase unha atención especial á promoción profesional das mulleres no eido dos postos de mando e directivos. En 2017 finalizou a primeira promoción de SUMMA, na que participaron 20 persoas.

Formación on-line. "ENFORMA" é a plataforma de e-learning de EROSKI que contou con 2.344 usuarios en 2017.

Idiomas. Con obxecto de impulsar o noso compromiso co entorno e de mellorar a atención diferencial ao cliente, investimos máis de 11.200 euros en axudas á aprendizaxe da lingua local de máis de 30 persoas.

Horas medias de formación dos empregados de EROSKI por xéneros e categoría profesional



Novo Plan de Transferencia de Talento Universidade – Empresa

En 2017 asinamos un convenio de colaboración con Mondragon Unibertsitatea para a incorporación de novos profesionais a EROSKI e para a transferencia de talento entre ambas as organizacións. Para iso, realizaranse programas de formación continua, innovación metodolóxica en xestión empresarial, transferencia de coñecemento técnico e creación dun novo ecosistema para novos proxectos de intraemprendemento en EROSKI. O plan de transferencia de talento Universidade-Empresa céntrase en áreas como a xestión de proxectos de innovación, metodoloxías "design thinking" ou plataformas de innovación aberta "open innovation".

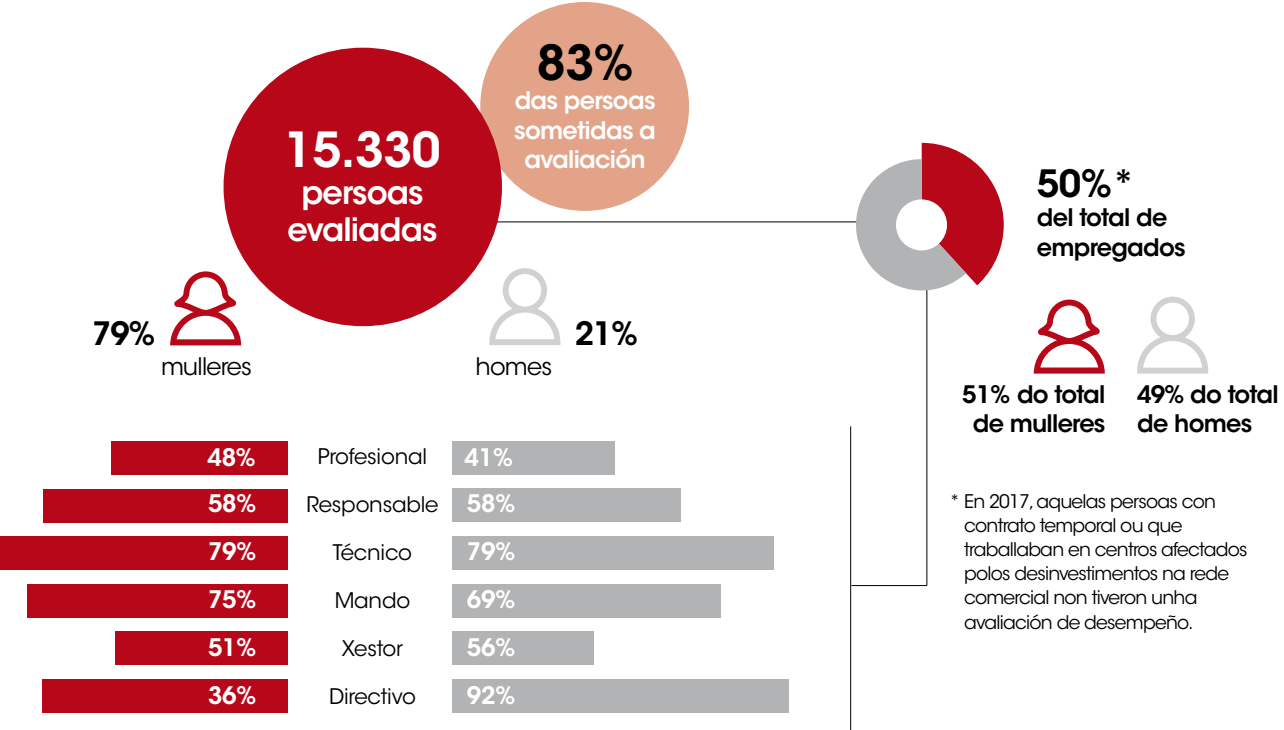
Buscamos traballar conxuntamente no deseño de novas canles de participación das Socias e Socios Clientes para a mellora continua da atención prestada nas tendas de nova xeración "contigo". Ademais, a través de equipos duais Universidade-Empresa abordaremos distintos proxectos de innovación entre os que destacan os definidos nas áreas de Comercio Electrónico, Sistemas de Recomendacións e Suxestións de produtos relacionados, a frescura extrema na sección de Froitas e Hortalizas e as melloras operativas nas liñas de caixa das súas tendas.

Promoción profesional

Xunto coa formación, outro dos elementos que definen a xestión das persoas en EROSKI é a promoción, entendida como un proceso natural na vida profesional das nosas traballadoras e traballadores, que se basea na capacitación

profesional e na calidade do desempeño. Neste sentido, en 2017 promocionouse ao 0,9% do noso persoal, o que equivale a 262 persoas, das que máis dun 80% son mulleres.

Porcentaxe de empregados con avaliación periódica do desempeño e do desenvolvemento profesional



Emprendedores/as franquidados/das

Todas as aperturas de supermercados franquidados responden actualmente ao novo modelo comercial "contigo" promovido pola cooperativa.

Así, aquelas socias e socios traballadores que desexen ter o seu propio negocio, pódense acoller ao noso programa "contigo en franquía", no que lles ofrecemos formación especializada, servizos e vantaxes personalizadas, así como ferramentas avanzadas para a xestión das súas tendas, ademais do apoio dunha marca de confianza como EROSKI.

Para avanzar no noso soporte ao colectivo franquizador, asinamos acordos con Cajasur e Kutxabank para apoialos con condicións vantaxosas de financiamento. Ademais, tamén asinamos un acordo de colaboración coa Confederación Española de Asociacións de Empresarios Mozos (CEAJE) para apoiar e impulsar o emprendemento.

EROSKI recibiu dous premios durante o 2017 que recoñecen este modelo de franquía altamente competitivo e rendible, apoiado por unha estreita relación colaborativa co franquizado/a:

- Premio Nacional de Franquía na categoría Retailing/Comercio outorgado pola Asociación Española de Franquidadores.
- Premio FIFSUR (Feira de Franquías e Negocios do Sur) á franquía máis destacada no sector Comercio/Retail.

Na rede de tendas franquidadas EROSKI traballan 3.315 persoas, despois das **471** incorporacións de 2017.

Promoción da cultura cooperativa de autoxestión

Da nosa cultura cooperativa deriva o noso interese por promover un maior grao de autonomía nos equipos de profesionais de cada unha das tendas. Traballamos para proporcionarlles todas as ferramentas necesarias que lles permitan lograr a autoxestión. É a filosofía do noso modelo "contigo".

As persoas profesionais de cada unha das tendas forman un equipo independente que, ao traballaren cunha perspectiva de persoa propietaria máis ca de traballadora, participan no deseño e na organización do seu traballo, facendo da tenda "contigo" unha tenda diferencial. Toman as súas propias decisións en moitos ámbitos:

- Xestión interna: horarios, quendas de traballo, organización do traballo no día a día, vacacións, días libres, permisos e libranzas, etc.
- Proposta de valor da súa tenda, xestión de gamas locais e rexionais, adecuación ao mercado e competidores locais, actividades de implicación social coa comunidade, etc.

Todo iso, impulsa o compromiso interno de todo o equipo cun proxecto empresarial que fan seu, o que á súa vez fortalece o conxunto do grupo.

Recoñecementos: Premios KREA

Os Premios KREA de Recoñecemento Corporativo do Grupo EROSKI recompensan as mellores iniciativas do ano no ámbito da autoxestión dos equipos das tendas EROSKI.

En 2017 celebrouse a IV edición destes premios, na que foron galardoadas 18 das 120 candidaturas.

Categoría "Os nosos clientes"

Centros grandes:
"Plan Cliente" (EROSKI Bilbondo).

Centros pequenos:
"Obradoiro de pesca sostible" (EROSKI Center Avenida América).

Categoría "Somos de aquí"

Centros grandes:
"Contigo, coidando o produtor; Con eles, coidando o cliente; e Nós, coidando o produto" (EROSKI Berango)

Centros pequenos:
"Cedeira, sabemos a mar" (EROSKI Center Cedeira)

Categoría "Somos una piña"

Centros grandes:
"O almacén nas nosas mans" (EROSKI Tudela)

Centros pequenos:
"No les falte ni les sobre de nada" (FAMILIA Monforte)



Comunicación interna

O modelo cooperativo de EROSKI caracterízase por unha alta implicación das persoas traballadoras en toda a organización.

Para facer isto posible, contamos cun modelo de xestión que favorece a participación e a comunicación interna. Consideramos que estes son dous elementos chave para garantir a información, promoción e motivación do noso persoal e para potenciar a mellora continua na nosa organización.

En 2017 elaboramos o Plan de comunicación interna 2017 e contamos coa participación de arredor de 5.000 socios/

as de traballo que asistiron á reunión anual de todo o colectivo en grupos de 150 persoas e liderados pola Alta Dirección.

A comunicación en EROSKI esténdese de xeito individualizado a todos os niveis dos diferentes negocios e adapta-se ás características de cada unha das sociedades que conforman o grupo.

Para iso, contamos con distintas ferramentas e publicacións que fortalecen e promoven unha comunicación fluída entre as persoas traballadoras e a organización:

NEXO

Publicación en liña, actualizada a diario, que ofrece información sobre todas as áreas da empresa, pondo o acento nos datos económicos, sociais e nos eixes comerciais nos que se basea o modelo EROSKI "contigo". Ademais, Nexo realiza monográficos de forma regular.



NÉCTAR

Revista de periodicidade mensual centrada nos novos lanzamentos das marcas propias de EROSKI, que por menoriza as características organolépticas, de calidade e de envasado dos novos produtos. A información relativa aos eixes estratéxicos de EROSKI é outra das temáticas informativas que aborda.



La Parrapla

Boletín mensual dirixido á Sede Social, no que se ofrece un compendio das noticias máis relevantes da vida societaria.



Intranets corporativas:

Ofrecen contidos de utilidade profesional e de interese societario. Ademais, algunhas intranets, como Forumnet en FORUM SPORT, funcionan tamén como repositorios documentais. Esta posibilidade de intercambio de información e cooperación entre equipos convértenas en ferramentas fundamentais para a comunicación interna.

Inserción laboral e innovación social

EROSKI, como cooperativa de consumo, é un proxecto colectivo centrado no consumidor e na sociedade. E, polo tanto, estamos comprometidos coa integración de persoas en situacións desfavorecidas e en risco de exclusión social. Con este fin, a través de convenios de formación ocupacional asinados cos servizos de emprego públicos ou con distintas organizacións como Cruz Vermella, establecemos anualmente programas formativos e prácticas non-laborais para aqueles colectivos con maiores dificultades de inser-

ción laboral. Isto permite a súa capacitación profesional e facilita a súa posterior incorporación laboral nos nosos puntos de venda. En 2017, en colaboración con 88 entidades, formáronse máis de 400 persoas, das que máis de 120 foron contratadas por EROSKI ao finalizaren os programas de capacitación.

Entre as distintas iniciativas para a inserción laboral levadas a cabo en 2017, cómpre destacar:



Cursos con compromiso de contratación

Durante o 2017 leváronse a cabo 8 cursos con compromiso de contratación, a través dos cales se realizaron 74 contratos de 139 alumnos. En función das convocatorias, a media do compromiso de contratación era do 57%, pero finalmente chegouse a contratar o 67%. Ademais, estanse impartindo dous cursos que rematarán en 2018: o curso para responsables de área e xefes e xefas de sección, para obter o certificado de profesionalidade C.P. de Xestión Comercial de Ventas, con 11 estudantes, e o curso polivalente en carne, pesca e chacinaría en Áraba, con 14 persoas.

Programa Inserta da Fundación ONCE

EROSKI é unha das 64 empresas líderes en España que forma parte do Programa e do Foro Inserta da Fundación ONCE. Como empresa Inserta manifestamos o noso compromiso coa responsabilidade social, a diversidade e a discapacidade e o noso afán de integrar esta variable de forma transversal na nosa cadea de valor e nas políticas de RSC que desenvolvemos, mellorando así a nosa competitividade. A Fundación ONCE colabora connosco no desenvolvemento de proxectos para potenciar o emprego das persoas con discapacidade e mellorar a súa calidade de vida, optimizando todas as oportunidades de innovación, diferenciación e creación de valor que estes proxectos nos ofrecen.

Formación Dual

En xuño de 2017 empezouse coa formación dual, que conta con 3 estudantes que teñen un contrato de formación e aprendizaxe dun ano que combina estudos con prácticas. Os postos nos que están desenvolvendo a formación son: responsable de área en supermercado, responsable de área en hipermercado e vendedor de viaxes.

Programa de prácticas non laborais en VEGALSA-EROSKI

En 2017, desde VEGALSA-EROSKI formalizamos 30 convenios de colaboración con 35 asociacións de interese social. Entre eles, está o programa "Aprender Traballando", impulsado pola Fundación Secretariado Xitano, que permite por os nosos establecementos á disposición do alumnado para favorecer a adquisición de competencias laborais ou a través de prácticas nun contorno laboral real. Ademais, durante o 2017 puxéronse en marcha convenios de colaboración de prácticas non laborais para favorecer a integración de colectivos vulnerables, como os colectivos en risco de exclusión social, as mulleres vítimas de violencia de xénero ou as persoas maiores de 45 anos. O 18% das persoas que realizaron estas prácticas en VEGALSA-EROSKI incorporáronse ao cadro de persoal da empresa.

Por outra banda, no Grupo EROSKI traballamos na innovación social para a integración de persoas con capacidades diferentes a través de distintos proxectos. Contamos con proxectos en carteira, en colaboración con organizacións da

Produtos inclusivos

"We, a alegría da horta" e "Galifresh" en VEGALSA-EROSKI

En VEGALSA-EROSKI apostamos pola capacitación e a incorporación de persoas con diversidade funcional na nosa actividade a través da activación de proxectos como o lanzamento en 2016 da marca de hortalizas "We, A Alegría da Horta" en colaboración coa Asociación Down Coruña, ou a incorporación de cinco persoas da Fundación Paideia á campaña de elaboración de Cestas de Nadal de 2017. Este ano tamén chegamos a un acordo coa firma viguesa Freshcut para incorporar os seus produtos de quinta gama nos nosos estantes. Esta empresa, co 80% do seu cadro de persoal composto por persoas con diversidade funcional, proverá produtos como cremas de verduras e purés de froita variada que se comercializarán baixo a marca Galifresh.

Supermercados inclusivos

CAPRABO e AMPANS: primeiro supermercado de Cataluña integralmente xestionado por persoas con discapacidade

O novo supermercado situado en Manresa emprega a 10 persoas con discapacidade e abre novas oportunidades para a inclusión laboral de persoas con discapacidade. Este proxecto requiriu un estudo previo das actividades, dos tempos e da complexidade da tenda para adecuar os procesos de traballo, as tarefas e as funcións que require a xestión dun supermercado aos perfís e ás capacidades diversas das persoas que compoñen o equipo de tenda. Trátase dunha iniciativa que, ademais de xerar emprego, permite avanzar na incorporación de diferentes perfís de persoas con discapacidade ao mercado laboral. É un paso importante na apertura do modelo franquiado de CAPRABO a empresas da economía social.

economía social e outras entidades con fins sociais, para estender a outras rexións a creación de emprego para persoas con discapacidade a través de supermercados franquitados.

Queixos Muntanyola e viños Urpina en CAPRABO

En CAPRABO iniciamos en 2017 a comercialización nos nosos supermercados dos queixos Muntanyola e dos viños Urpina que elabora a Fundación AMPANS. Esta organización cunha traxectoria de máis de 50 anos traballa para promover a educación, a calidade de vida e a inserción laboral das persoas con discapacidade intelectual, enfermidade mental e en situación de vulnerabilidade. En concreto, na queixería Muntanyola traballan 10 persoas con discapacidade intelectual e producen 14 variedades de queixo artesán de cabra, búfala, vaca e ovella, algunhas das cales foron premiadas nos certames máis recoñecidos do sector: World Cheeses Awards (Donosti), Gourmet Quesos (Madrid) e Fira Làtciium (Vic).

Terceiro supermercado inclusivo EROSKI e GUREAK

En EROSKI demos un novo paso na aposta por estender o modelo de empregabilidade para persoas con discapacidade, que desenvolvemos conxuntamente con GUREAK, coa inauguración en Vitoria-Gasteiz do terceiro supermercado xestionado integralmente por persoas con discapacidade. O balance positivo das dúas tendas anteriores, inauguradas en Azpeitia en 2015 e Vitoria-Gasteiz en 2016, impulsou este terceiro proxecto e confirma a competitividade do noso modelo de tenda franquizada, aberta a ser compartida con emprendedores, cooperativas e empresas da economía social co obxectivo de crear emprego e riqueza no noso contorno e de avanzar na diversificación do emprego social. A práctica nestes establecementos permitiunos ademais depurar a adaptación de todos os postos de traballo a distintas capacidades.

Distribución de persoas con discapacidade empregadas por categoría profesional

			Total	% respecto do número total de persoas discapacitadas en EROSKI	
Profesional	216	127	343	86,2%	
Responsable	16	9	25	6,3%	
Técnico	7	2	9	2,3%	
Mando	7	12	19	4,8%	
Xestor	0	2	2	0,5%	

EROSKI fiel ao seu compromiso coa igualdade de oportunidades de todas as persoas, conta entre os seus empregados directos con 398 persoas con discapacidade.



4

Empresas
proveedoras

Compromiso coa competitividade comercial

En 2017 continuamos cunha innovación integral que aposta pola optimización da cadea de valor, o desenvolvemento de novos modelos de tenda e unha nova forma de relacionarse coa clientela, impregnada do espírito “contigo” que inspira o noso día a día. A tenda “contigo” máis ca unha simple transformación física é un gran cambio cultural na nosa organización que pasa por situar as persoas consumidoras no centro de gravidade. O noso obxectivo non só consiste en orientar a organización cara ás tendas, senón en lograr que os nosos principais colaboradores, as nosas empresas proveedoras, tamén estean orientados cara a elas. Por iso queremos dar as grazas aos nosos provedores/as, xa que fan posible que as nosas tendas contén coa variedade necesaria para garantir que a clientela satisfaga todas as súas necesidades e goce dunha maior liberdade de elección nos nosos centros.

Unha gama de produtos cada vez máis ampla, personalizada e cun maior aforro: esta é a oferta de valor de EROSKI ás persoas que acoden ás súas tendas, nas que poden atopar mellores opcións para practicar unha alimentación máis saudable e un consumo máis sostible. Para logralo, **contamos cunha cadea de valor aberta á marca de fabricante, á nosa propia marca e á enorme diversidade dos alimentos de produción local na contorna de cada unha das nosas tendas.**

Ademais, seguimos mantendo as nosas alianzas comerciais para mellorar a nosa proposta á persoa consumidora en valor por prezo e reforzando a diversidade do tecido produtivo agroalimentario para acadar un sector local sostible a través dun compromiso compartido de EROSKI e a nosa clientela.

As chaves da nosa mellora en competitividade comercial



As nosas marcas

Durante o ano 2017 celebramos o 40 aniversario da nosa marca propia. Desde o seu nacemento, os produtos de marca EROSKI medraron ata converterse nun máis da

familia. Por iso, durante todo o ano celebramos esta data cos nosos clientes e seguimos traballando para ofrecerlles produtos de calidade que lles axuden a aforrar.

EROSKI SeleQtia 196 referencias		O mellor do mellor. Produtos probados polo Basque Culinary Center.
EROSKI 2.752 referencias		Ampla gama de produtos, todo o que necesitas coa mellor relación calidade-prezo garantida.
EROSKI Sannia 141 referencias		Produtos nutricionalmente equilibrados e mellorados con respecto ao seu igual ou á media do mercado, cun 25% menos de sal, un 30% menos de graxa e de azucres e/ou un 30% menos de graxas saturadas. Tamén ricos en fibra, Omega 3 e fitoesteróis, con todo o sabor e ao mellor prezo.
EROSKI Natur 369 referencias		Produtos frescos con todo o sabor, total rastrexabilidade e calidade controlada, das mellores orixes e no seu mellor momento.
Belle 426 referencias		Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatoloxicamente probados e ao mellor prezo.
EROSKI Basic 342 referencias		Produto de consumo ordinario, para todos os días, con todas as garantías de calidade de EROSKI ao prezo máis baixo.
Visto Bueno 1.739 referencias		Roupa e calzado con deseños propios e coa mellor relación calidade/prezo.
Romester 489 referencias		Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e coa mellor relación calidade/prezo.
Ecron 53 referencias		Aparatos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e coa mellor relación calidade/prezo.

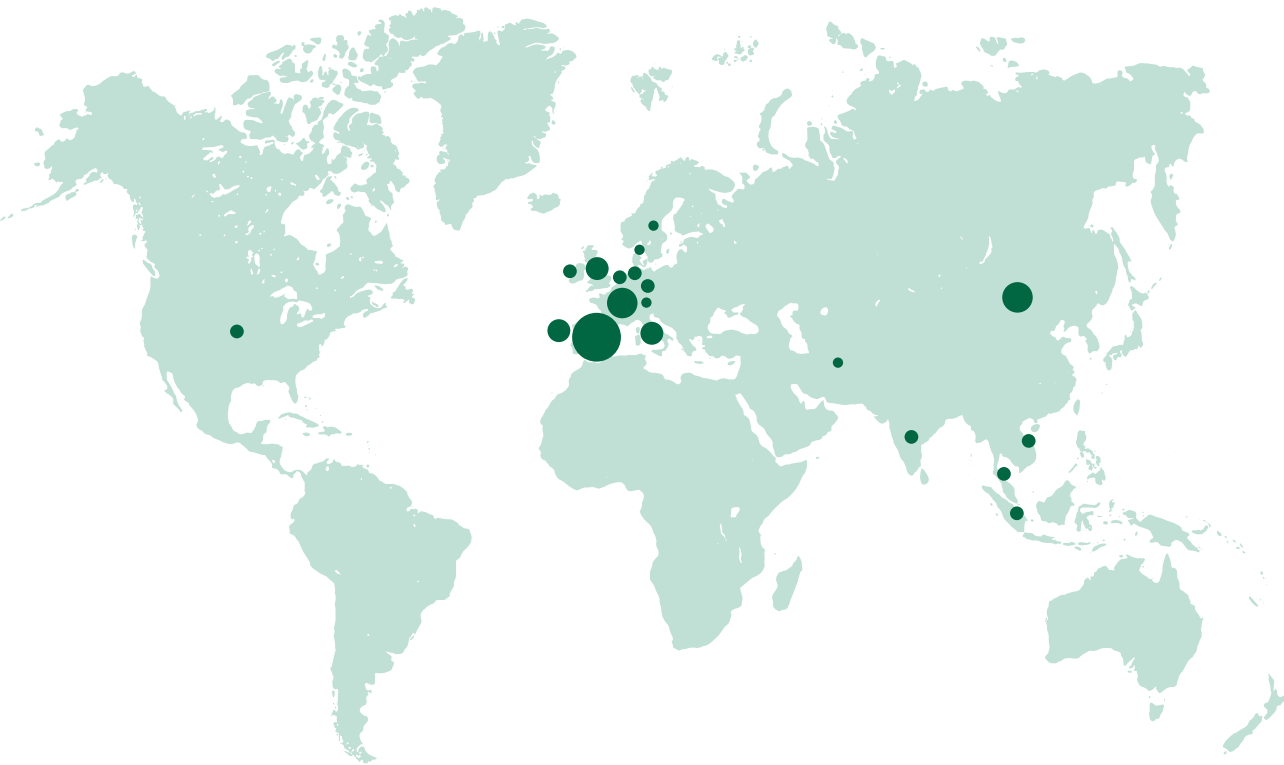
A nosa cadea de subministración

Nunha actividade como a distribución comercial, na que o prezo e a rapidez na dispoñibilidade dos produtos se converteu nun valor cada vez máis apreciado polas persoas consumidoras, a proximidade cos provedores, tanto xeográfica como á hora de abordar iniciativas conxuntas, pasou a ser un elemento crítico.

En EROSKI **traballamos con máis de 10.000 empresas proveedoras comerciais e de servizos**, coas que en 2017 realiza-

mos transaccións económicas por un importe superior aos 4.100 millóns de euros. Isto tradúcese na comercialización de máis de 110.000 artigos diferentes no último exercicio. O noso compromiso co tecido produtivo nacional materialízase en que o **98 % do gasto en provedores corresponde a empresas situadas no territorio español**. Ademais, tratamos de impulsar o consumo de proximidade colaborando con provedores locais e rexionais, que supoñen máis do 50 % da nosa cadea de subministración comercial.

Número de provedores comerciais e de servizos por país



País	Nº Empresas Proveedoras
España	10.079
China	83
Francia	66
Portugal	42
Reino Unido	33
Holanda	17
Bélxica	16
Alemaña	15
Italia	14
Bangladesh	13
Dinamarca	10

Os datos presentados non inclúen os provedores comerciais das gasoleneiras nin dos negocios diversificados, nin os provedores de servizos de CAPRABO e VEGALSA-EROSKI. Os datos destes incluíranse na memoria de 2018.

País	Nº Empresas Proveedoras
EEUU	7
Noruega	7
Pakistán	6
Andorra	5
Irlanda	5
Vietnam	5
Suíza	4
Tailandia	3
Grecia	2
Uotros países*	9

* Hai unha empresa provedora en cada un dos seguintes países: Canadá, Corea do Sur, Eslovaquia, India, Indonesia, Luxemburgo, Polonia, Taiwán e Túnez.

*En 2017 non se produciron cambios significativos na nosa cadea de subministración.

Alianzas comerciais

Nun contorno altamente competitivo, no que os mercados de materias primas son globais e no que as grandes marcas líderes teñen escala mundial, en EROSKI reforzamos as nosas alianzas no mercado internacional e no español. Son

elementos determinantes que sustentan o noso posicionamento competitivo e que permiten ofrecer novas posibilidades de aforro aos consumidores.

AGECORE, a maior central de negociación europea

A central AGECORE constitúe a maior alianza europea de compras. Esta formada por EROSKI e os Grupos ITM (Francia), EDEKA (Alemaña), COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza), que desde os valores de constituír empresas independentes, comparten unha visión estratéxica a longo prazo.

A facturación global de AGECORE acada os 140 mil millóns de euros e a súa actividade comercial desenvólvese en 8 países europeos (Alemaña, Bélxica, España, Francia, Italia, Suíza, Polonia e Portugal).

A alianza constitúe tamén un punto de encontro dos aliados para a busca de sinerxías a través do intercambio de coñecemento en ámbitos como o consumo sostible, a xestión da calidade, os formatos de tenda e os programas de colaboración con pequenos produtores locais.

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

Responsabilidade social e ambiental dos nosos provedores

A sustentabilidade, entendida como o balance nos aspectos económicos, sociais e ambientais, é tamén fundamental na selección das empresas que conforman a nosa cadea de subministración. Así, esiximos aos nosos provedores que man-

teñan unha xestión responsable das súas persoas traballadoras e potenciamos a aqueles que implantan sistemas de xestión ambiental nas súas empresas.

Comercio xusto

En EROSKI fomos a primeira empresa de distribución en España en incorporar produtos de Comercio Xusto na nosa oferta comercial e somos recoñecidos por Fairtrade International como operador lexitimado para a importación e distribución destes produtos coa súa propia marca comercial. A gama de produtos de Comercio Xusto que comercializamos está formada por café, cacao, té e azucre, ademais de distintos produtos téxtiles certificados.

Os produtos Fairtrade International contan coa certificación da súa cadea de subministración, desde o produto ata a consumidora e o consumidor final, o que garante o cumprimento dos criterios sociais, económicos e ambientais do Comercio Xusto: salarios para unha vida digna, non á explotación infantil, igualdade entre homes e mulleres, dereitos laborais e respecto do medio ambiente.

Responsabilidade social

Como se detalla no capítulo 3 dedicado ás Persoas Traballadoras, todas as nosas empresas proveedoras están sometidas aos requisitos internacionais de Responsabilidade Social no traballo. Desta maneira, en EROSKI condicionamos a relación comercial con elas ao cumprimento pola súa parte dos dereitos humanos e laborais. Ademais, contamos cun regulamento interno que promove medidas para previr calquera tipo de actividade corrupta na xestión de empresas proveedoras e contrataas.

Produtos con orixe sostible

Temos en conta criterios ambientais á hora de seleccionar as empresas proveedoras e potenciamos aqueles produtos cunha orixe sostible garantida. Este posicionamento tradúcese en que aumentamos a oferta de produtos con selos que certifican a rastrexabilidade e a conservación dos recursos naturais na súa cadea de subministración. Un bo exemplo disto é que en 2016 nos convertemos no primeiro distribuidor español certificado para a venda en peixaría dalgunhas especies de peixe co selo MSC (Marine Stewardship Council).

Ademais, fomentamos o consumo de proximidade e o ecodeseño como medidas para diminuír o impacto ambiental negativo dos produtos que comercializamos. O capítulo 5, dedicado ao medio ambiente, contén máis información sobre as distintas medidas ligadas a produtos e provedores que levamos a cabo neste ámbito.

A nosa rede loxística

Para dar cobertura e servizo aos máis de 1.600 establecementos do Grupo EROSKI, dispomos dunha rede loxística composta por **19 plataformas, 4 lanzadeiras de tránsito e 4 plataformas de consolidación**. En total, supoñen máis de 341.000 m2 de superficie, desde os que distribuímos ata un millón de caixas diariamente.

Co obxectivo de continuar optimizando os nosos procesos na cadea de subministración, durante o 2017 realizamos unha revisión completa da Cadea de Valor para identificar eficienciaas Empresa provedora-EROSKI en todos os ámbitos: compras-calidade-loxística. Ademais, continuamos avanzando na extensión da grella de descarga nos procesos de Refrixerado e Conxelado e implantámola no resto das plataformas pendentes, o que nos permitiu planificar e axilizar as

descargas nas nosas plataformas e evitar tempos de espera innecesarios.

Continuamos tamén coa implantación da nova forma de aprovisionamento do Proxecto Horizonte. O seu obxectivo é triplo:

- obter a visibilidade da cadea de subministración completa, mellorando a dispoñibilidade de información baseada nas previsións de oferta e continuidade;
- maximizar a venda e o nivel de servizo, así como minimizar as roturas e o stock; e
- automatizar a xestión do aprovisionamento baseando o traballo na xestión por excepción e reducindo o número e o volume das tarefas manuais.

Mapa de plataformas loxísticas do Grupo EROSKI



Proxecto de colaboración con provedores

A filosofía e a base do proxecto de colaboración coas empresas proveedoras mantense, xa que estamos convencidos das fortalezas e dos beneficios demostrados desde o seu inicio en 2014. Seguimos traballando nos elementos que definimos no seu día e focalizamos os esforzos naqueles aspectos que maior beneficio mutuo Empresa provedora-

EROSKI nos poden achegar. Por iso, durante o Plan Estratégico 2017-2020, estamos centrando os proxectos nestes tres ámbitos: eficiencia, demanda colaborativa e colaboración. Algúns dos avances no plan de colaboración durante o ano 2017 detállanse a continuación.



Pedido eficiente por referencia

Unha das demandas que nos chegaban por parte das empresas proveedoras era que os pedidos que recibían non eran os óptimos desde a súa perspectiva e en ocasións incorrían en custos loxísticos adicionais innecesarios. Por iso, desenvolvemos un modelo que garante o aprovisionamento e busca a rendibilidade económica de toda a cadea de subministración, tanto da empresa provedora como de EROSKI. Para solucionar as faltas de eficiencia nos casos das referencias de baixa rotación, na Área de Refrixerado e Conxelado, desenvolvemos unha ferramenta que ten en conta as necesidades e os obxectivos de aprovisionamento e mais o custo de mover cada unidade de expedición/recepción, ademais de manter o stock na plataforma. A ferramenta calcula o pedido mínimo óptimo para cada referencia e permite rendibilizar a preparación, xa que diminúe o picking e o custo en transporte debido á redución do número de entregas.

Implantamos o Electronic Data Interchange (EDI) en toda a cadea de subministración

A ferramenta xa está implantada en Refrixerado e Conxelado e, en 2017, empezamos a traballar na adecuación dos sistemas para implantala en Alimentación Seca durante o 2018. EDI é un sistema que permite o intercambio de documentos normalizados entre os sistemas informáticos dos que participan nunha relación comercial: empresas fabricantes e distribuidoras. O carácter normalizado dos documentos é o que distingue a EDI doutros sistemas de intercambio de información. A posta en funcionamento desta ferramenta xera eficiencia e beneficios tanto para as empresas distribuidoras como para as fabricantes.

Lanzamos o informe automático de incidencias de recepción para as nosas empresas proveedoras

O proxecto nace da necesidade das nosas empresas proveedoras de dispor da información correspondente aos rexeitamentos e incidencias de recepción de forma ordenada, simple e diaria. Co envío deste informe preténdese dispor desta información de forma automática, rápida, resumida e nun formato que permite traballalo conxuntamente co obxectivo de conseguir melloras nas nosas recepcións. Os desenvolvementos necesarios para a construción do informe e o envío automático xa remataron e estamos en fase de comunicación e extensión a todos os nosos provedores. O noso obxectivo é estendelo ao resto de provedores nos próximos meses.

Encontros con empresas proveedoras

Como unha panca máis dentro do eixe de colaboración, seguimos mantendo foros coas nosas empresas proveedoras nos que compartimos a evolución dos principais indicadores clave, a situación dos proxectos conxuntos e os novos proxectos que se han de abordar, como fixemos con Danone, Unilever, Procter&Gamble, Beiesdorf ou Arias.

Compromiso coa sustentabilidade do sector agroalimentario local

Ter a posibilidade de contar cun sector produtivo diverso e orientado cara ao desenvolvemento sostible a través das pemes do sector primario é o elemento máis relevantes na nosa relación co mundo agroalimentario local: está nos nosos "xenes cooperativos" comprometermos con esta diversidade, crear contornos colaborativos e traballar cun gran número de provedores.

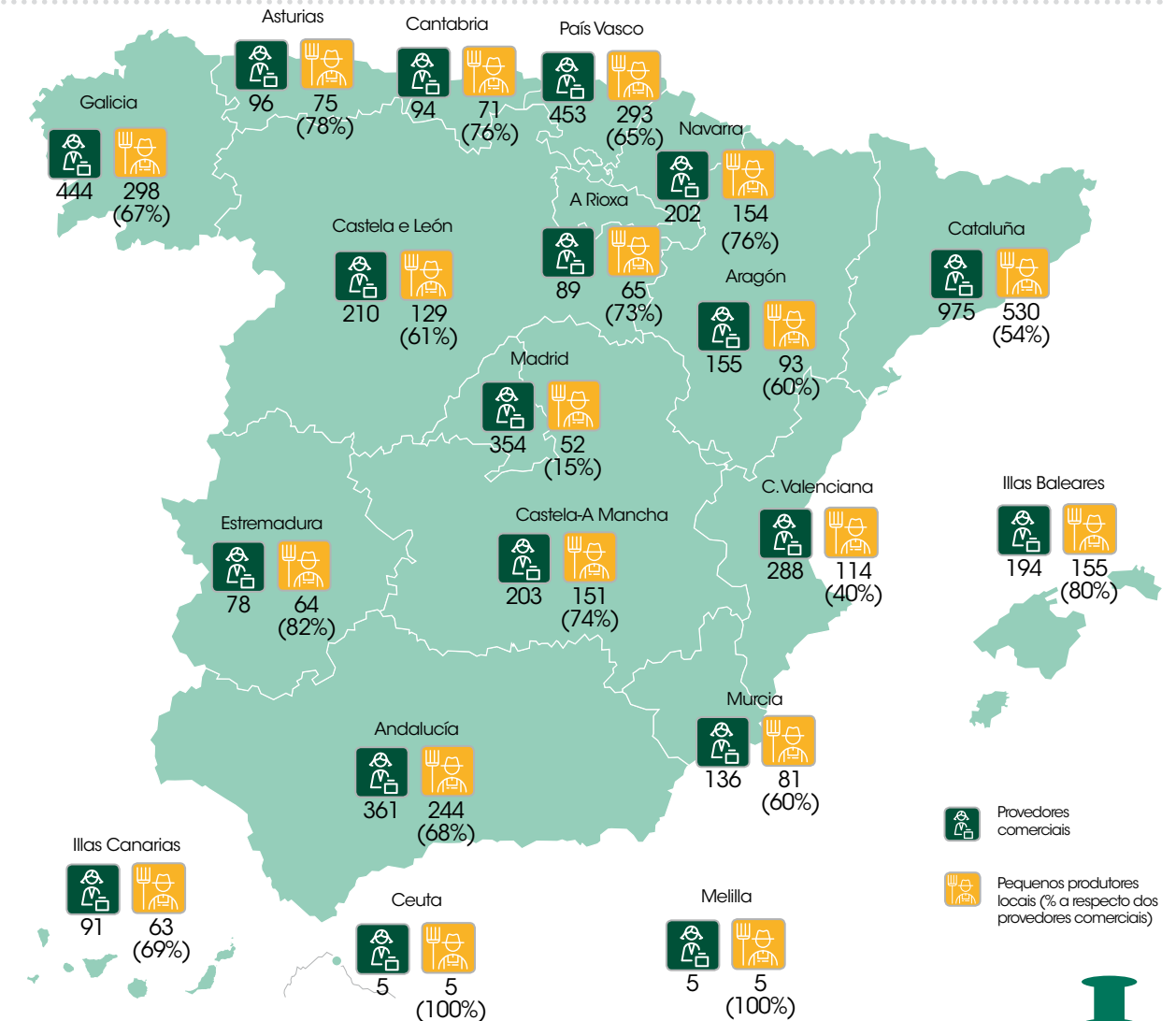
Os beneficios desta estratexia son varios. Dunha banda, os pequenos produtores dispoñen da canle de comercialización de EROSKI para distribuír as súas mercadorías, o que ten un alto impacto en termos de emprego, desenvolvemento rural e mantemento das paisaxes naturais.

Por outra, as persoas consumidoras atopan en EROSKI produtos máis frescos, máis sostibles, máis sans e de maior calidade. De feito, a orixe dos alimentos cada vez ten máis importancia para os nosos clientes, xa que os produtos locais tamén reflicten particularidades dunha rexión, modos de facer ancestrais, variedades autóctonas preservadas, receitas únicas etc. E é por iso que en a nosa proposta comercial e contribuímos activamente a valorizar a proposta local, evitando a estandarización e a banalización da comida.

Desde o punto de vista cuantitativo, o resumo do 2017 do noso compromiso co sector agroalimentario local é:



Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma



Programa de proximidade por comarcas de CAPRABO

Con esta iniciativa, en CAPRABO reforzamos o compromiso coa produción agroalimentaria local, a implicación co territorio e o apoio aos beneficios económicos, sociais e ambientais que implica o consumo de produtos de proximidade.

Hoxe nos supermercados de CAPRABO pódense atopar ata 2.400 produtos de proximidade das diferentes comarcas de Cataluña, procedentes dunhas 300 pequenas empresas produtoras e cooperativas agrícolas. Entre estes produtos, atópase a totalidade das Denominacións de Orixe Protexidas (D.O.P) e a maior parte das Indicacións Xeográficas Protexidas (I.X.P). No último exercicio desenvólense de maneira intensa os produtos frescos como chacinaria, tenreira, aña,

elaborados cárnicos e verdura de proximidade.

Ademais, en 2017 CAPRABO creou o primeiro **mapa dixital de produtos de proximidade de Cataluña**, baixo o nome "Próximo a ti", e converteuse na primeira compañía de supermercados que desenvolveu un mapa en liña con información detallada sobre os produtos agroalimentarios máis representativos e propios das 41 comarcas catalás.

En cada unha das comarcas ofrécese información sobre a oferta agroalimentaria máis representativa de cada zona e sobre os produtos que se poden encontrar nos supermercados CAPRABO de cada comarca, así como a historia e as singularidades dos produtores.

Ademais, co obxectivo de dar a coñecer e fomentar o consumo destes produtos en cada zona, en 2014 desde CAPRABO puxemos en marcha un programa de Feiras de Produtos de Proximidade. En 2017 un total de 125 pequenas empresas produtoras e cooperativas agroalimentarias de 25 comarcas catalás deron a coñecer os seus produtos a cerca de 10.000 persoas durante a celebración das 8 feiras. Ao longo destes últimos catro anos, CAPRABO organizou 23 feiras en todo o territorio catalán, nas que presentou preto de 160 pequenas empresas produtoras e cooperativas agroalimentarias de proximidade, chegou a cerca de 35.000 persoas e presentou máis de 1.700 produtos de 29 comarcas catalás.

Colaboración con produtores agroalimentarios locais

A política comercial de EROSKI potencia ao máximo as economías locais, creando riqueza na contorna, contribuíndo ao desenvolvemento agroalimentario, económico e social. Máis da metade dos 4.400 provedores que ten EROSKI en España son pequenos produtores locais.

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

- 1 Achegar os produtos dos pequenos produtores aos consumidores.
- 2 Desenvolver unha xestión comercial adaptada a microempresas, pemes e cooperativas.
- 3 Colaborar en plans para a súa profesionalización e crecemento empresarial.

Outro elemento distintivo na nosa relación con empresas proveedoras e produtoras é o establecemento de acordos de cooperación a longo prazo. Durante o exercicio 2017 chegamos a un total de **1.768 acordos con PEMES e Cooperativas** para incorporar novos produtos locais rexionais á nosa oferta comercial. Do total de referencias locais rexionais, 792 corresponden a seccións de frescos e 976 a alimentación. Esas novas altas xeraron unhas vendas de máis de 15 millóns de euros. Ademais, continuamos renovando e xerando novos convenios de colaboración con organizacións sectoriais para o impulso dos alimentos locais, das Denominacións de Orixe (D.O.) e das Indicacións Protexidas (I.X.P.). Por exemplo, en VEGALSA-EROSKI asinamos un acordo coa Indicación Xeográfica Protexida (I.X.P.) Pataca de Galicia, que reafirma o compromiso de comercialización e promoción das súas variedades nas nosas tendas e renovamos, por sexto ano consecutivo, o convenio coa Asociación Galega de Cooperativas Agrarias (AGACA) para a comercialización de produtos agrarios galegos de calidade.

Un dos momentos nos que se fai visible a importancia desta colaboración é nos encontros periódicos que mantemos cos produtores agroalimentarios locais, nos que actualizamos a estratexia compartida de fomentar a diversidade do sector primario. Proba disto foi o encontro que mantivemos en novembro de 2017 en Bilbao con máis de 200 empresas proveedoras da industria alimentaria para presentar as nosas liñas estratéxicas para os próximos anos.

Acordo con 20 apicultores vascos

En 2017 iniciamos a comercialización dun novo mel multifloral procedente de colmeas do País Vasco baixo a nosa marca para produtos gourmet "SeleQtia". O proxecto é froito dun acordo con 20 apicultores do País Vasco que se agrupan na asociación profesional Eztko e a envasadora Giez-Berri, a única acreditada para envasar mel certificado co Eusko Label.

Este mel EROSKI SeleQtia-Eztiona foi producido e envasado cumprindo rigorosamente todos os requisitos da certificación Eusko Label, que abranguen desde a localización e a identificación das colmeas ata a etiquetaxe do produto final, ademais das boas prácticas apícolas, a extracción e o envasado.

Ademais, o novo mel logrou unha alta valoración en cata por expertos profesionais e conta co aval do Basque Culinary Center (BCC).

Reunimos a frota atuneira española con ISSF e AZTI

Na nosa sede central tivo lugar un encontro que reuniu a representantes da frota atuneira española, as asociacións sectoriais ANABAC e OPAGAC, a Fundación Internacional para a Pesca Sostible (ISSF) e o centro tecnolóxico experto en investigación mariña e alimentaria AZTI, ademais de importantes empresas pesqueiras atuneiras, para analizar a situación dos caladoiros de atún a nivel mundial e as medidas que se están tomando para a súa sustentabilidade a medio e longo prazo.

Acordo para comercializar carne de coello "Euskal Untxia" baixo a marca EROSKI Natur

Asinamos un acordo de colaboración coa Federación de Cunicultores de Euskal Herria para impulsar a promoción e comercialización da carne de coello producido no País Vasco "Euskal Untxia". En EROSKI somos líderes na comercialización do coello que se produce na comunidade autónoma e con este acordo comprometémonos a potenciar e impulsar a comercialización deste coello baixo a nosa marca propia "EROSKI Natur".

A través do acordo, e como parte do compromiso pola estabilidade deste sector, fixamos para os 22 gandeiros e gandeiras que forman parte da Federación de Cunicultores de Euskal Herria un prezo de compra por encima do custo de produción actual.

Os produtos con orixes selectas como elemento diferenciado

Ao buscar ofrecer aos nosos clientes produtos locais e da máxima calidade, en EROSKI incorporamos hai tempo as indicacións xeográficas protexidas (I.X.P.) e as denominacións de orixe protexidas (D.O.P.) na nosa oferta comercial. Estas certificacións identifican aqueles alimentos cuxa calidade ou características especiais se deben, fundamental ou exclusivamente, ao medio xeográfico do que proveñen, tanto polos seus factores naturais como humanos. Ademais, no caso das D.O.P., garántese que a súa transformación e elaboración se realiza tamén na zona xeográfica delimitada.

Actualmente, contamos con máis de 2.000 produtos con D.O.P. ou I.X.P.: máis de 1.400 viños con D.O.P, máis de 125 queixos con D.O.P, máis de 100 produtos de conservas

vexetais, aceites, legumes e arroz con D.O.P, máis de 300 produtos cárnicos con I.X.P. e máis de 100 froitas e hortalizas con D.O.P e I.X.P.

A nosa aposta por este tipo de produtos, tamén baixo a marca EROSKI Natur, ponse de manifesto coa incorporación, en 2017, de 14 referencias novas de queixos, 5 de conservas vexetais, 1 de especias e 57 de viños con D.O. ou I.X.P. Algúns exemplos son as peras conferencia con D.O.P. Rincón de Soto ou a pataca de Árbata certificada pola Fundación HAZI do Goberno Vasco, organismo que controla os campos de cultivo e outorga o "K" de Eusko-label.



Algunhas das Denominacións de Orixe Protexidas (D.O.P.) e das Indicacións Xeográficas Protexidas (I.X.P.) comercializadas en EROSKI por comunidade autónoma.

Andalucía

DOP Jabugo
DOP Xamón de Serón
IXP Xamón de Trevélez
DOP Los Pedroches
DOP Mel de Granada
DOP Antequera
DOP Baena
DOP Estepa
DOP Aceite de Lucena
DOP Montes de Granada
DOP Montoro-Adamuz
DOP Poniente de Granada
DOP Priego de Córdoba
DOP Serra de Cádiz
DOP Serra de Cazorla
DOP Serra de Segura
DOP Serra de Mágina
DOP Oliva Aloreña de Málaga
IXP Berenxena de Almagro
DOP Chirimioia da Costa Tropical de Granada-Málaga
IXP Espárrago de Huétor-Tájar
IXP Garavanzo de Escacena
DOP Pasas de Málaga
IXP Tomate La Cañada-Níjar
IXP Xarda de Andalucía
IXP Zurdo Iiso de Andalucía
IXP Moxama de Barbate
IXP Moxama de Isla Cristina
DOP Vinagre de Xerez
DOP Vinagre do Condado de Huelva
DOP Vinagre de Montilla-Moriles
IXP Alfajor de Medina Sidonia
IXP Manteigados de Estepa
IXP Pan de Alfacar
IXP Polvoróns de Estepa
DOP Viño do Condado de Huelva
DOP Viño de Calidade Granada
DOP Xerez
DOP Viño de Calidade Lebrija
DOP Viño de Málaga
DOP Manzanilla
DOP Viño de Montilla – Moriles
DOP Viño das Serras de Málaga
Brandy de Xerez
IXP Año Segureño

Aragón

IXP Añagoto de Aragón
DOP Xamón de Teruel/Pa de Teruel
DOP Aceite do Baixo Aragón
DOP Aceite Serra do Moncayo
DOP Cebola de Fuentes de Ebro
DOP Melocotón de Calanda
DOP Viño de Pago de Aylés
DOP Viño de Calatayud
DOP Viño de Campo de Borja
DOP Viño de Cariñena
DOP Viño de Somontano

Asturias

IXP Tenreira Asturiana
IXP Chosco de Tineo
DOP Afuega'l Pitu
DOP Cibrales
DOP Queixo Casin
DOP Gamonedo
IXP Faba Asturiana
DOP Sidra de Asturias
DOP Viño de Calidade Cangas
Augardente de Sidra de Asturias
IXP Queixo Los Beyos

Cantabria

IXP Carne de Cantabria
DOP Quesucos de Liébana
DOP Queixo Nata de Cantabria
DOP Picón Bejés-Tresviso
DOP Mel de Campoo-Los Valles
DOP Mel de Liébana
IXP Sobao Pasiego
DOP Viño de Pago Casa del Blanco

Castela e León

IXP Carne de Ávila
IXP Carne de Morucha de Salamanca
IXP Año de leite de Castela e León
IXP Tenreira de Aliste
IXP Botelo do Bierzo
IXP Chacina de León
IXP Chourizo de Cantimpalos
DOP Guijuelo
IXP Queixo de Valdeón
DOP Queixo Zamorano
DOP Manteiga de Soria
IXP Feixóns da Bañeza-León
IXP Garavanzo de Fuentesauco
IXP Feixóns do Barco de Ávila
IXP Lentella da Armuña
IXP Lentella de Terra de Campos
DOP Mazá Reineta do Bierzo
IXP Pemento Asado do Bierzo
IXP Pemento de Fresno-Benavente
IXP Manteigadas de Astorga
DOP Viño de Arlanza
DOP Viño de Arribes
DOP Viño do Bierzo
DOP Viño de Cigales
DOP Viño da Ribeira do Douro
DOP Viño Rueda
DOP Viño de Calidade Serra de Salamanca
DOP Viño da Terra de León
DOP Viño da Terra do Viño de Zamora
DOP Viño de Toro
DOP Viño de Calidade Vales de Benavente
DOP Viño de Calidade Valtiendas
IXP Año Segureño
IXP Queixo Los Beyos

Extremadura

IXP Año de Extremadura
IXP Tenreira de Extremadura
DOP Devesa de Extremadura
DOP Queixo Iboreos
DOP Queixo de la Serena
DOP Torta do Casar
DOP Mel de Villuerca-Iboreos
DOP Gata-Hurdes
DOP Aceite Monterrubio
DOP Cereixa do Jerte
DOP Pemento de La Vera
DOP Viño da Ribeira do Guadiana

Castela-A Mancha

IXP Año Manchego
DOP Queixo Manchego
DOP Mel da Alcarria
DOP Aceite da Alcarria
DOP Aceite Campo de Calatrava
DOP Aceite Campo de Montiel
DOP Montes de Toledo
IXP Allo Morado de Las Pedroñeras
IXP Melón da Mancha
DOP Azafrán da Mancha
IXP Mazapán de Toledo
IXP Pan de Cruz de Ciudad Real
DOP Viño de Almansa
DOP Viño de Pago Campo de La Guardia
DOP Viño de Pago Dehesa del Carrizal
DOP Viño de Pago Dominio de Valdepusa
DOP Viño de Pago Finca Élez
DOP Viño de Pago Guijoso
DOP Viño da Mancha
DOP Viño de Manchuela
DOP Viño de Mérida
DOP Viño de Mondéjar
DOP Viño de Pago "Pago Calzadilla"
DOP Viño de Pago "Pago Florentino"
DOP Viño da Ribeira do Xúcar
DOP Viño de Uclés
DOP Viño de Valdepeñas
DOP (Arroz) Calasparra

Illas Canarias

DOP Queixo Majorero
DOP Queixo Flor de Guía e Queixo de Guía
DOP Queixo Palmeiro
DOP Mel de Tenerife
IXP Gofio Canario
DOP Patatas Antigas de Canarias
IXP Plátano de Canarias
DOP Cochinilla de Canarias
DOP Viño de Abona
DOP Viño de El Hierro
DOP Viño de Gran Canaria
DOP Viño de Calidade Illas Canarias
DOP Viño de La Gomera
DOP Viño de La Palma
DOP Viño de Lanzarote
DOP Viño de Tacoronte-Acentejo
DOP Viño do Val de Güimar
DOP Viño do Val da Orotava
DOP Viño de Ycoden – Daute – Isora
Ronmel de Canarias

Cataluña

IXP Gall del Penedès
IXP Polo e Capón do Prat
IXP Tenreira dos Pireneos Cataláns
IXP Salchichón de Vic
DOP Queixo do Alt Urgell i La Cerdanya
DOP Aceite do Baix Ebre-Montsià
DOP Aceite do Empordà
DOP Les Garrigues
DOP Siurana
DOP Aceite de Terra Alta
DOP Manteiga do Alt Urgell i La Cerdanya
DOP Arroz do Delta do Ebro
DOP Abelá de Reus
IXP Calçot de Valls
IXP Clementinas das Terras do Ebro
DOP Fesols de Santa Pau
IXP Mazá de Xirona
DOP Mongeta del Ganxet
IXP Pataca de Prades
DOP Pera de Lleida
IXP Pa de Pagès Català
IXP Turrón de Agramunt
DOP Viño de Alella
DOP Viño de Cataluña
DOP Cava
DOP Viño de Conca de Barberà
DOP Viño de Costers del Segre
DOP Viño de Empordà
DOP Viño de Montsant
DOP Viño de Penedés
DOP Viño de Pla de Bages
DOP Viño de Priorat
DOP Viño de Tarragona
DOP Viño de Terra Alta
Brandy do Penedés
Ratafia Catalá

Comunidade Valenciana

DOP Aceite da Comunidade Valenciana
DOP Alcachofa de Benicarló
DOP Arroz de Valencia
IXP Cereixas da Montaña de Alicante
IXP Cítricos Valencianos
IXP Milgranda de Mollar de Elche
DOP Caqui da Ribeira do Xúcar
DOP Néspers de Callosa d'En Sarrià
DOP Uva de Mesa Embolsada de Vinalopó
DOP Chufa de Valencia
IXP Xixona
IXP Turrón de Alicante
DOP Viño de Alicante
DOP Viño de Pago El Terrerazo
DOP Viño de Pago Los Balagüeses
DOP Viño de Utiel-Requena
DOP Viño de Valencia
Anís Paloma Monforte del Cid
Cantueso Alacantino
Aperitivo Café de Alcoy
Licor de Herbas da Serra de Mariola

Galicia

IXP Tenreira Galega
IXP Lacón Galego
DOP Arzúa-Ulloa
DOP Cebreiro
DOP San Simón da Costa
DOP Queixo Tetilla
IXP Mel de Galicia
IXP Castaña de Galicia
IXP Faba de Lourenzà
IXP Grelas de Galicia
IXP Pataca de Galicia
IXP Pemento da Arnoia
DOP Pemento de Herbón
IXP Pemento de Oimbra
IXP Pemento de Mougán
IXP Pemento do Couto
DOP Mexillón de Galicia
IXP Pan de Cea
IXP Torta de Santiago
DOP Viño de Monterrei
DOP Viño das Rías Baixas
DOP Viño da Ribeira Sacra
DOP Viño Ribeiro
DOP Viño de Valdeorras
Augardente de Herbas de Galicia
Licor Café de Galicia
Licor de Herbas de Galicia
Augardente de Galicia

Illas Balears

IXP Sobrasada de Mallorca
DOP Mahón-Menorca
DOP Aceite de Mallorca
DOP Oliva de Mallorca
IXP Améndoa de Mallorca
IXP Ensaïmada de Mallorca
DOP Viño de Binissalem
DOP Viño de Pla i Llevant
Xenebra de Mahón
Palo de Mallorca
Licor de Herbas de Mallorca
Licor de Herbas Eivissencas

Madrid

IXP Carne da Serra de Guadarrama
DOP Viños de Madrid
Chinchón

Murcia

DOP (Arroz) Calasparra
DOP Queixo de Murcia
DOP Queixo de Murcia ao Viño
IXP Melón de Torre Pacheco-Murcia
DOP Pera de Jumilla
DOP Pemento de Murcia
DOP Viño de Bullas
DOP Viño de Jumilla
DOP Viño de Yecla

Navarra

IXP Año de Navarra
IXP Tenreira de Navarra
DOP Roncal
DOP Aceite de Navarra
IXP Alcachofa de Tudela
IXP Espárrago de Navarra
DOP Pemento do Piquillo de Lodosa
DOP Viño de Navarra
DOP Viño de Pago "Pago de Arínzano"
DOP Viño de Pago "Pago de Otazu"
DOP Viño de Pago Prado de Irache
Pacharán Navarro

País Vasco

IXP Carne de Vacún do País Vasco
DOP Queixo Idiazábal
IXP Pemento de Guernika
DOP Arabako Txakolina
DOP Bizkaiko Txakolina
DOP Getariako Txakolina
DOP Viño Rioja

A Rioxa

IXP Chourizo Rioxano
DOP Queixo Camerano
DOP Aceite da Rioxa
IXP Coliflor de Calahorra
DOP Peras de Rincón de Soto
IXP Pemento Rioxano
DOP Viño Rioja

Promoción dos produtos locais

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

En 2017 realizamos máis de **30 campañas** locais para dar a coñecer e promover os alimentos procedentes de toda a nosa xeografía, privilexiando as rexións nas que se localizan as nosas tendas. Esta dinamización comercial focalízase en gran medida nos produtos frescos de tempada, especialmente apreciados polas persoas consumidoras.



VI edición do “Premio BCC-EROSKI Saria”

O premio BCC EROSKI Saria, organizado polo Basque Culinary Center e EROSKI, persegue recoñecer aquelas elaboracións culinarias que poñan en valor a innovación gastronómica de alimentos de tradición local. Concretamente, premia os cociñeiros e cociñeiras que promoven e utilizan variedades e especies que conforman a riqueza cultural e gastronómica dos diferentes territorios de España.

Esta edición fixo especial fincapé na saúde, na sustentabilidade e na innovación culinaria e demostrou un compromiso social coas empresas produtoras e coa preservación da biodiversidade de especies, variedades e sabores.

Paulo Airaud, do restaurante Amelia de San Sebastián, proclamouse gañador; Antonio Rodríguez, do restaurante Ispal de Sevilla, gañou o segundo premio e Laura Muñoz, do restaurante Urgora de Treviño, o terceiro premio.

Campaña de “Aposta polas conservas galegas”

En 2017, en VEGALSA-EROSKI realizamos unha campaña para pór en valor os produtos do sector conserveiro galego na nosa rede comercial. As conservas son unha das categorías máis representativas no que a compras a provedores locais de alimentación respecta, situándose nos 15,5 millóns de euros. A campaña, denominada “Aposta polas conservas galegas”, foi presentada xunto con representantes de Anfaco e do sector conserveiro de Grupo Calvo, Conservas Palacio de Oriente, Pescamar, Friscos, Conservas Orbe e Conservas Valcárcel, e contou cun “showcooking” con produtos conserveiros de peixes e mariscos.

VEGALSA-EROSKI e a Consellería do Mar coa dinamización do consumo do bonito fresco da costa galega

Fiel ao noso compromiso cos produtos frescos e coas empresas proveedoras galegas, desde VEGALSA-EROSKI colaboramos en 2017 coa Xunta de Galicia, a través da Consellería do Mar e do Fondo Europeo Marítimo e de Pesca, na campaña “Faino Bonito”, unha iniciativa de identificación e promoción do bonito do norte que se descarrega nos portos galegos.

Campaña “Productes de Sa Nostra Terra” en Balears

Como cada ano, lanzamos a campaña “Productes de Sa Nostra Terra” para destacar os artigos producidos, fabricados e envasados en Balears. Durante o pasado ano a facturación destes produtos locais superou os 78,25 millóns de euros en Balears, o que supuxo outro ano máis un incremento das cifras de venda de anos anteriores. Ademais, durante o 2017 tamén se levaron a cabo outros acordos e campañas dirixidas a produtos concretos, como a promoción do año balear, das empanadas e dos robiols en Semana Santa, campañas de promoción das sobrasades IXP de Mallorca e dos llonguets, ou da tenreira balear que comezou a comercializarse baixo a marca EROSKI Natur.

VI feira do produto local en Zaragoza

En 2017 organizamos, xunto con empresas proveedoras rexionais de Aragón, a VI Feira do Produto Local en Zaragoza, co obxectivo de dar a coñecer e pór en valor as características do produto local e de promover o seu consumo. Ademais da exposición e degustación de numerosos produtos locais, a Feira contou coa entrega do galardón “Premio EROSKI CONTIGO ao produto aragonés máis innovador” que recaeu nunhas migas aragonesas conxeladas listas para consumir de Migas Casa Antonio.

IV Jornada Gastronómica del Calçot de Valls

O evento celebrouse en novembro de 2017 na capital do Alt Camp. O calçot converteuse nun dos produtos da terra máis populares en Cataluña e son moi tradicionais as calçotadas de Valls e do Camp de Tarragona, onde se consolidou unha produción de calçots de gran calidade, recoñecida pola Indicación Xeográfica Protexida. Este ano, a xornada contou coa presenza de chefs de renome como Hideki Matsuhisa, cunha estrela Michelin no restaurante “Koy Shunka” de Barcelona, e os chefs do restaurante “Disfrutar” de Barcelona, distinguido tamén cunha estrela Michelin. CAPRABO rexistrou un incremento do 15% na venda de calçot de Valls con selo IXP durante o pasado exercicio.

EROSKI recibe o Premio Anuario de Ouro por unha campaña publicitaria inspirada en produtos locais

A campaña, que leva por slogan “O bo se é noso, dúas veces bo”, consiste nun xogo de metáforas visuais no que os alimentos frescos de produción local se amosan como parte integrante da cultura popular e que fai que o público acabe completando a mensaxe desde a complicidade. Trátase de alimentos locais de produción local como porros, leitugas, chiles ou cogomelos que se amosan como actores integrantes da riqueza cultural da contorna.

Campaña de promoción de alimentos locais navarros

En xuño de 2017 en EROSKI levamos a cabo unha campaña de apoio aos alimentos locais navarros para dar a coñecer e pór en valor 200 produtos de orixe navarra en colaboración con 80 empresas proveedoras da Comunidade Foral, 38 empresas produtoras de alimentos frescos e 49 de alimentos envasados. En total, EROSKI colaborou en Navarra con máis de 400 empresas proveedoras e realizou unhas compras por valor de 1.000 millóns ao sector agroalimentario nos últimos 5 anos.

Inauguración da tempada da D.O. Euskal Sagardoa

En xaneiro de 2018 inauguramos a tempada da sidra no noso hipermercado do Centro Comercial Urbil de Usurbil, capital da sidra guipuscoana situada preto de Hernani e Astigarraga. A apertura do “txotx” estivo a cargo do compositor e músico Kepa Junkera e do escritor guipuscoano Patxi Zubizarreta. Trátase do primeiro “txotx” coa nova D.O. Euskal Sagardoa que aborda a nosa segunda tempada e que introducimos paulatinamente en gran parte da nosa rede comercial.

Campaña anual de produtos cataláns de CAPRABO

Durante o mes de setembro de 2017, desde CAPRABO levamos a cabo a campaña anual de promoción de produtos cataláns, na que máis de 350 produtos de proximidade teñen descontos de ata o 50% nos supermercados da compañía. O obxectivo da campaña foi fomentar o coñecemento dos produtos cataláns e animar ao seu consumo.



Compromiso coa sustentabilidade ambiental

O compromiso de EROSKI co desenvolvemento sustentable implica inevitablemente mellorar o deseño e a execución da nosa actividade para ser máis respectuosos co medio e fomentar accións para a súa protección. Este modelo de comportamento en relación coa nosa contorna é, á súa vez, un dos principios do código de conduta da nosa organización, referendado tamén a través da nosa adhesión ao Pacto Mundial desde 2002.

En EROSKI traballamos para garantir o cumprimento da lexislación aplicable na materia en todos os seus ámbitos de actuación. Porén, ademais, engadimos un continuo

esfuerzo para mellorar na identificación, caracterización e minimización dos principais impactos negativos e na optimización dos impactos positivos que a nosa actividade ten no medio. Para facelo, consideramos todas as fases nas que, na nosa actividade como distribuidores, podemos afectar a contorna. É dicir, desde a fabricación de produtos coas empresas proveedoras ata a xestión do residuo final xerado nos fogares e nas nosas propias instalacións. Esta visión global dos nosos efectos no medio procura actuar sen transferir os impactos dunha fase a outra e transmitindo tamén ese compromiso coa protección da contorna a todos os nosos grupos de interese.



Política ambiental

Este compromiso intégrase de forma transversal en toda a organización a través dunha Política Ambiental que alía o respecto polo medio e o benestar social cos nosos obxectivos estratéxicos. Esta Política está dirixida a minimizar o noso

impacto sobre o cambio climático, a protexer e utilizar de xeito sostible os recursos naturais, a xestionar os residuos con modelos de economía circular e a preservar a biodiversidade. Os principios básicos da nosa política son:

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

Colaboración con institucións e organizacións ambientais

Colaboración con institucións e organizacións ambientais
Para a materialización desta Política Ambiental contamos co apoio de organizacións expertas en medio ambiente e con convenios de colaboración con outras empresas que, ao igual que EROSKI, procuran realizar a súa actividade dunha maneira sostible.

Así, contamos desde 2007 coa colaboración de **WWF** (World Wildlife Fund for Nature) como experto mundial en conservación ambiental. Entre as nosas accións conxuntas destacan a actualización da nosa política de sustentabilidade en produtos pesqueiros ou a promoción dun consumo máis responsable a través da nosa Escola de Alimentación.

Ademais, formamos parte do **European Retail Forum**, unha plataforma voluntaria para o intercambio de mellores prácticas en sustentabilidade entre empresas e organizacións do sector da distribución en Europa. Compartir as nosas experiencias e aprender das doutras entidades favorece a definición de novas accións de

mellora que permiten reducir a pegada ambiental do noso sector e mellorar a información nesta materia dos consumidores.

Nesta mesma liña, formamos parte de Izaiite, a Asociación de Empresas Vascas pola Sustentabilidade. Esta organización sen ánimo de lucro promove a formación e difusión en materia de desenvolvemento sostible e favorece a creación de alianzas entre administracións, centros formativos e empresas cun compromiso compartido coa sustentabilidade e a responsabilidade social.

Unha alianza deste tipo é a que levamos a cabo como membros do **Basque Ecodesign Center**, no que empresas privadas e a Sociedade Pública Vasca de Xestión Ambiental lhobe colaboramos na conceptualización e execución de proxectos innovadores de ecodeseño, tamén xunto coa Universidade do País Vasco (UPVEHU) e os centros de coñecemento líderes a nivel internacional.

Principais indicadores ambientais

Materiais

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



Envases e embalaxes

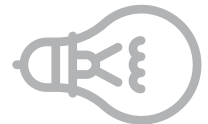
2.868 toneladas

Tipo de material	Toneladas
Non Renovable	1.209
Aceiro	239
Aluminio	45
Outros	26
Plástico	900
Renovable	1.659
Cerámica	5
Papel/Cartón/Madeira/Cortiza	1.570
Vidro	83



Pilas

68,9 toneladas



Lámpadas fluorescentes compactas

0,00048 toneladas



Aceite

0,5 toneladas



Aparatos eléctricos e electrónicos

1.341,1 toneladas

Papel consumido en publicidade e na sede social de EROSKI



4.707 toneladas de papel para folletos de publicidade

Todo o papel conta coa certificación PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) que garante que provén de bosques xestionados de forma sostible.

290 toneladas de papel para las revistas EROSKI CONSUMER e EROSKI Club

Todo o papel conta coa certificación FSC® (Forest Stewardship Council®) que garante unha xestión forestal responsable.

11 toneladas de papel consumido en la sede social de EROSKI

Usamos un papel ecoeficiente con menor gramaxe que permitiu reducir un 9 % as toneladas de papel consumidas en 2016.

Envases loxísticos reutilizados



5.490.795 Palés reutilizados

A % de rotura varía entre 0,2 % e 30 %, dependendo do tipo de envase loxístico. O total de roturas supoñen só un 2 % dos envases loxísticos.

Bolsas comercializadas na liña de caixas por tipo

89.444.934

Bolsas de plásticos reutilizables certificadas por AENOR

106.850

Bolsas solidaria reutilizable

41.823.759 Caixas plásticas reutilizadas

1.191.612

Bolsas de rafia reutilizables

66.107.753

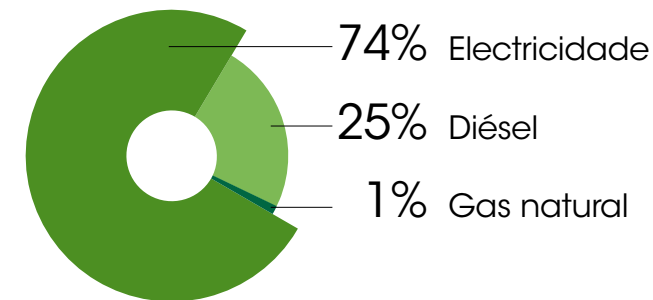
Bolsas de plástico dun só uso



Principais indicadores ambientais

Enerxía

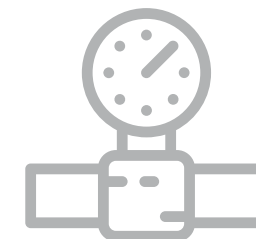
780.268.186 kWh consumidos en 2017 (2.808.965 GJ)



Ratio de intensidade enerxética en EROSKI:

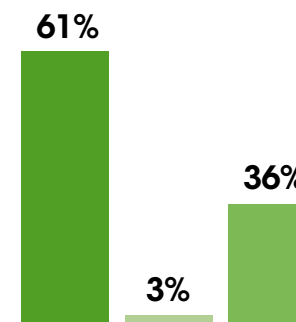
575 kWh/m² superficie comercial*
0,16 kWh/€ vendas netas

*O cálculo realízase segundo os m2 ao final do exercicio.



Gas natural

8.707.115 kWh
31.346 GJ



➤ Hipermercados
➤ Supermercados
➤ Plataformas

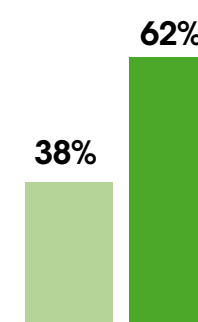
O consumo de gas natural corresponde ao uso para calefacción.

Redución no 35,35% respecto el 2016



Diésel

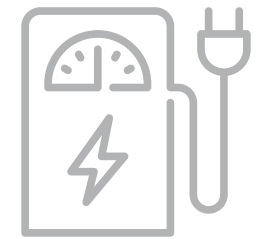
193.964.627 kWh
698.273 GJ



➤ Compra en orixe
➤ Distribución en tenda

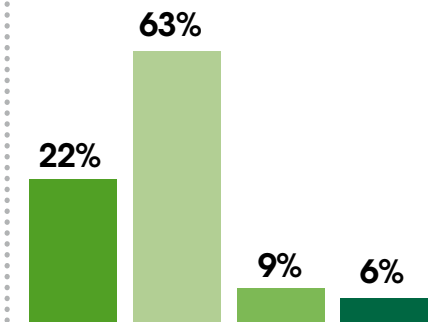
+ 9.668.183 kWh (34.805 gigajoules) estimados de consumo de diésel en desprazamentos por estrada en viaxes de traballo (consumo de enerxía fóra da organización).

Redución no 3,11% respecto el 2016



Electricidad

577.596.444 kWh
2.079.347 GJ



➤ Hipermercados
➤ Supermercados
➤ Plataformas
➤ Outros negocios

Redución no 13,01% respecto el 2016

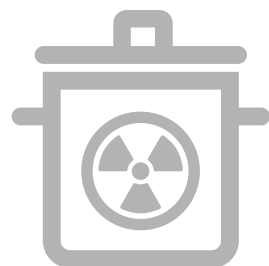
Principais indicadores ambientais

Residuos

40.807 toneladas de residuos tratadas

residuos
NON PERIGOSOS

40.749 tn

residuos
PERIGOSOS

58 tn

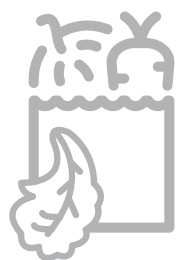
En EROSKI desenvolvemos procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as nosas plataformas, co obxectivo de asegurarnos a correcta xestión dos residuos que a nosa actividade xera e minimizar o impacto ambiental da fase de transporte dos residuos polo xestor autorizado. Porén, nalgúns casos existe tamén recollida do residuo directamente polo xestor nos nosos establecementos. Os datos presentados nesta memoria corresponden a todos os residuos xerados nos nosos negocios do dominio alimentario.

Reciclaxe **32.638 tn**
Vertedoiro **3.614 tn**
Valorización **4.498 tn**



Residuos reciclados

Material	Toneladas	%Total
Papel e Cartón	29.898	91,4%
Plástico	2.052	6,3%
Madeira	273	0,8%
POREX	263	0,8%
Outros	210	0,7%

Residuos orgánicos
valorizados

Producción de fariñas e aceites animais
e de pensos para alimentación animal

Residuo orgánico	Toneladas
Peixe	2.278
Carne	1.900
Pan	233
logures	54
Froitas e verduras	32
Total	4.498

Residuos depositados por clientes
nas nosas tendas para a súa reciclaxe

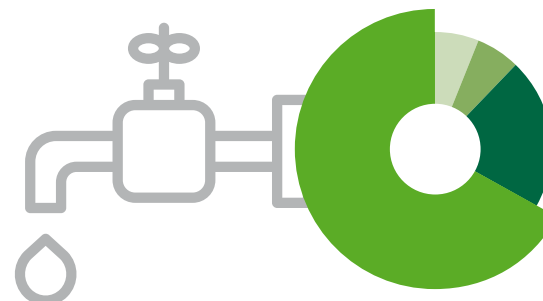
Residuo	Tipo de residuo	Toneladas
Aparatos eléctricos e electrónicos	Perigoso	1.559
Pilas e acumuladores de enerxía	Perigoso	95
Lámpadas e fluorescentes	Perigoso	13
Téxtil	Non-Perigoso	625
Aceite usado	Perigoso	69

EROSKI



Consumo de auga

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

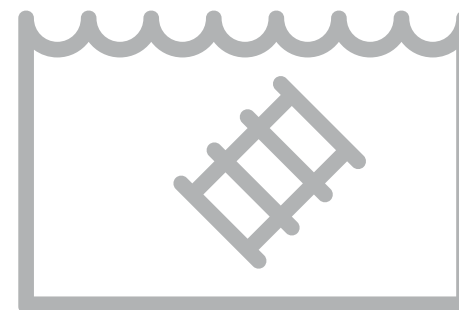
1.065.815 m³
de auga estimados

- Supermercados **67%**
- Hipermercados **21%**
- Plataformas **6%**
- Otros negocios **6%**

Realizouse unha mostraxe das facturas por tipo de negocio para calcular un prezo medio da auga. A media total é de 2,68 euros/m³.

Verteduras e derramentos

A auga residual que xeramos é tratada nas Estacións de Depuración de Auga Residual dos municipios nos que se desenvolve a nosa actividade. Calcúlase que o volume de auga residual xerado en 2017 foi de 1.055.157 m³. EROSKI cumpre coa legalidade vixente en materia de prevención e control de derramentos e verteduras incontroladas; non se detectou ningún significativo en 2017.



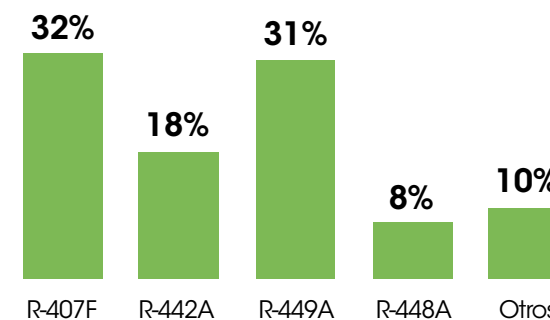
Principais indicadores ambientais

Refrigerantes consumidos para compensar fugas

Todos os refrigerantes consumidos por EROSKI en 2016 para compensar fugas teñen un potencial de esgotamento do ozono nulo (substancias non incluídas nos anexos A, B, C e E do Protocolo de Montreal).

36,3 tn

Refrigerantes consumidos



Produtos con certificacións ambientais

Incorporamos o obxectivo de preservación da biodiversidade terrestre e mariña na construción da nosa oferta comercial.



- ➔ 1.140 produtos **ecolóxicos**
- ➔ 348 mostradores e 6 plataformas loxísticas de pesca certificados por **MSC**
- ➔ 100% de nuestro atún en conserva cumple los principios de la **ISSF**
- ➔ 369 produtos **EROSKI NATUR**
- ➔ 45 produtos con selo **FSC®**
- ➔ 9 tipos de froitas e verduras con selo **Reserva de la Biosfera de Terres de l'Ebre**

Principais indicadores ambientais

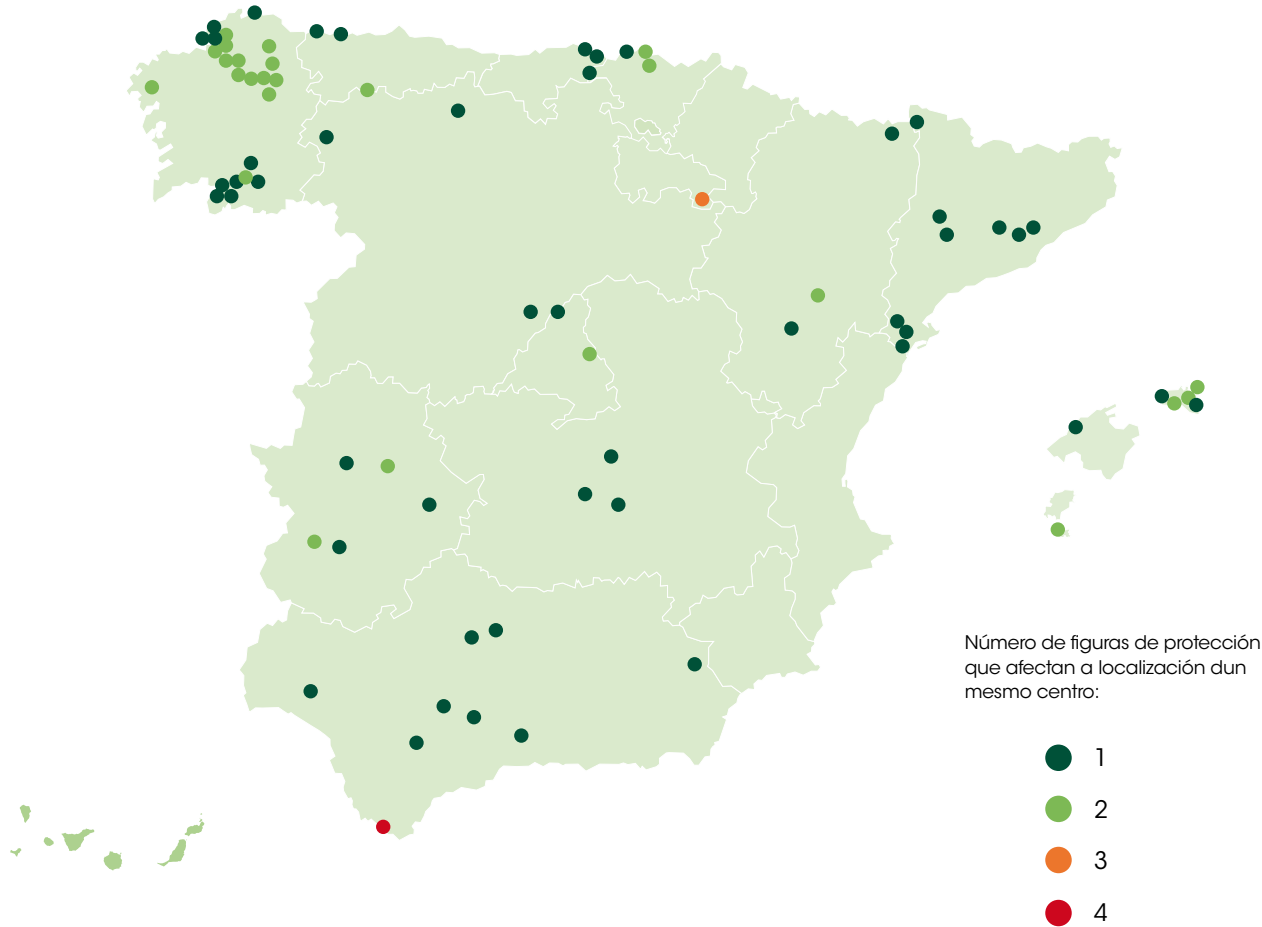
Localización dos nosos centros en zonas de gran valor para a biodiversidade

Do total dos nosos máis de 1.600 establecementos en España, 123 están situados dentro de zonas afectadas polas seguintes figuras de protección:

- ENP (Espazos Naturais Protexidos)
- IBAS (Áreas Importantes para a Conservación das Aves e a Biodiversidade en España)
- Rede Natura 2000 (LIC, ZEC e ZEPA)
- Reservas da Biosfera
- IEZH (Inventario Español de Zonas Húmidas)

Cómpre destacar que existen provincias ou comunidades autónomas nas que gran parte do seu territorio se considera espazo de gran valor para a biodiversidade, como Galicia ou Baleares.

EROSKI cumpre sempre coa lexislación en materia ambiental e de biodiversidade á hora de localizar e construír os seus centros. Ademais, traballa para minimizar o impacto ambiental e impulsar medidas que preserven a biodiversidade a través de accións como a pesca sustentable.



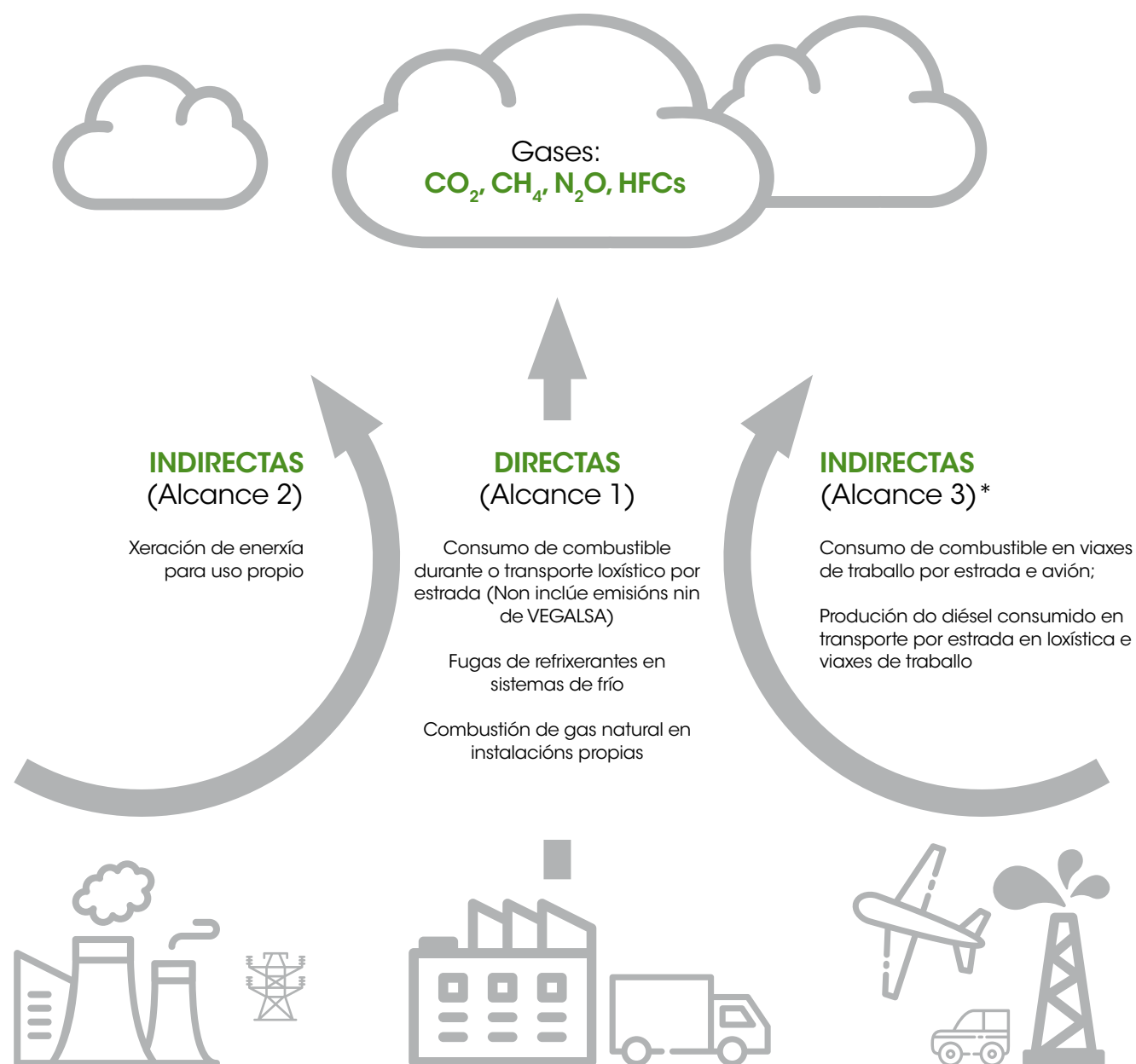
* Espazos como toda a superficie das illas Baleares ou zonas extensas de Galicia considéranse espazos de gran valor para a biodiversidade, polo que todas as construcións neses territorios se ven afectadas por estas figuras de protección aínda que estean en núcleos urbanos.



Principais indicadores ambientais

Emisións de gases de efecto invernadoiro (gei) - pegada de carbono de EROSKI

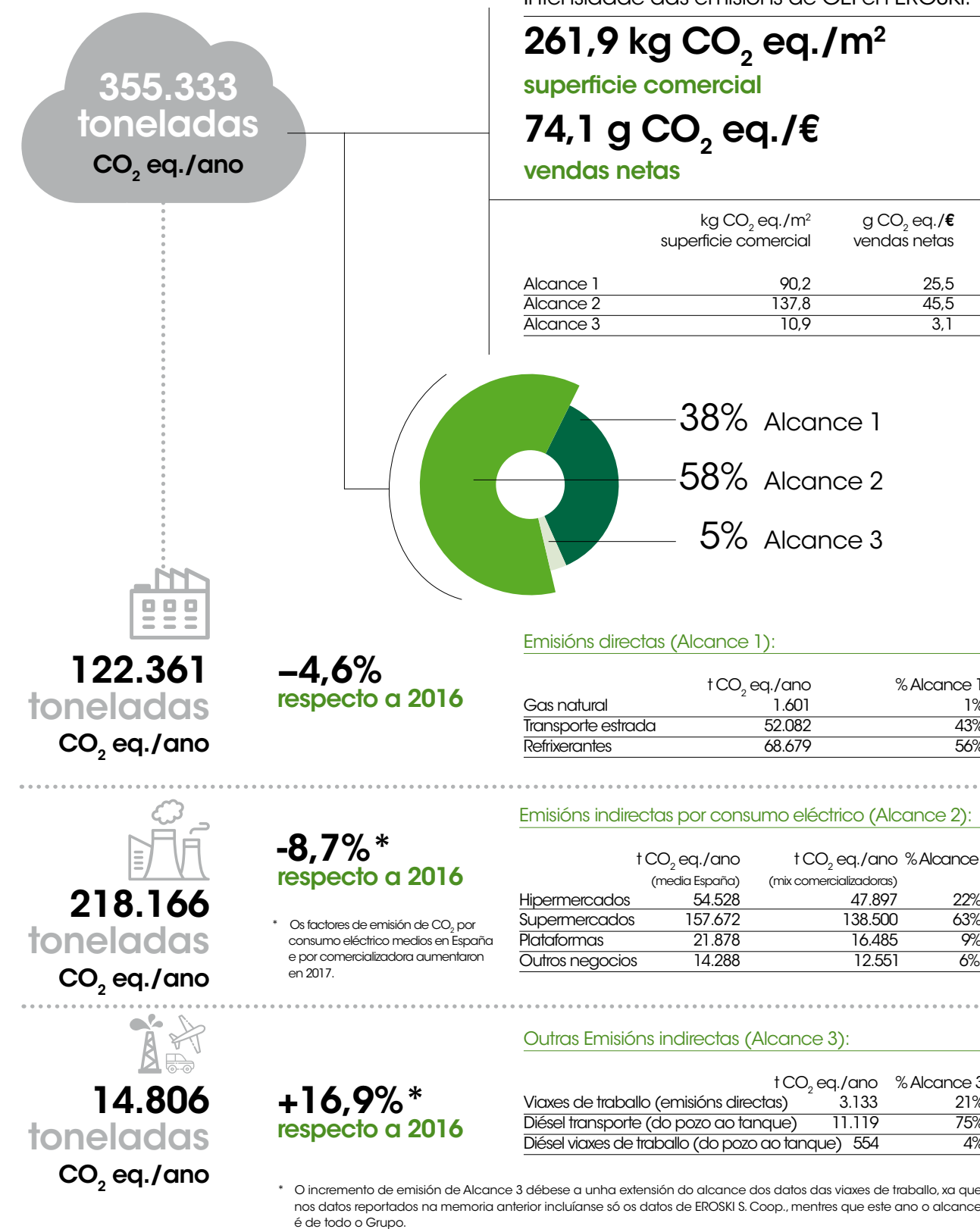
Tipo de emisións de GEI e fontes de orixe incluídas nesta memoria



* As emisións indirectas do Alcance 3 son consecuencia das actividades de EROSKI, pero procedentes de fontes que non son propiedade súa e sobre as que non ten control. En total, hai 15 categorías (artigos e servizos mercados, residuos xerados, uso de produtos vendidos etc.), mais nesta memoria inclúese só unha pequena parte delas debido á dispoñibilidade de datos. Prevese ampliar as actividades incluídas no Alcance 3 da pegada de carbono de EROSKI nos próximos exercicios.

Principais indicadores ambientais

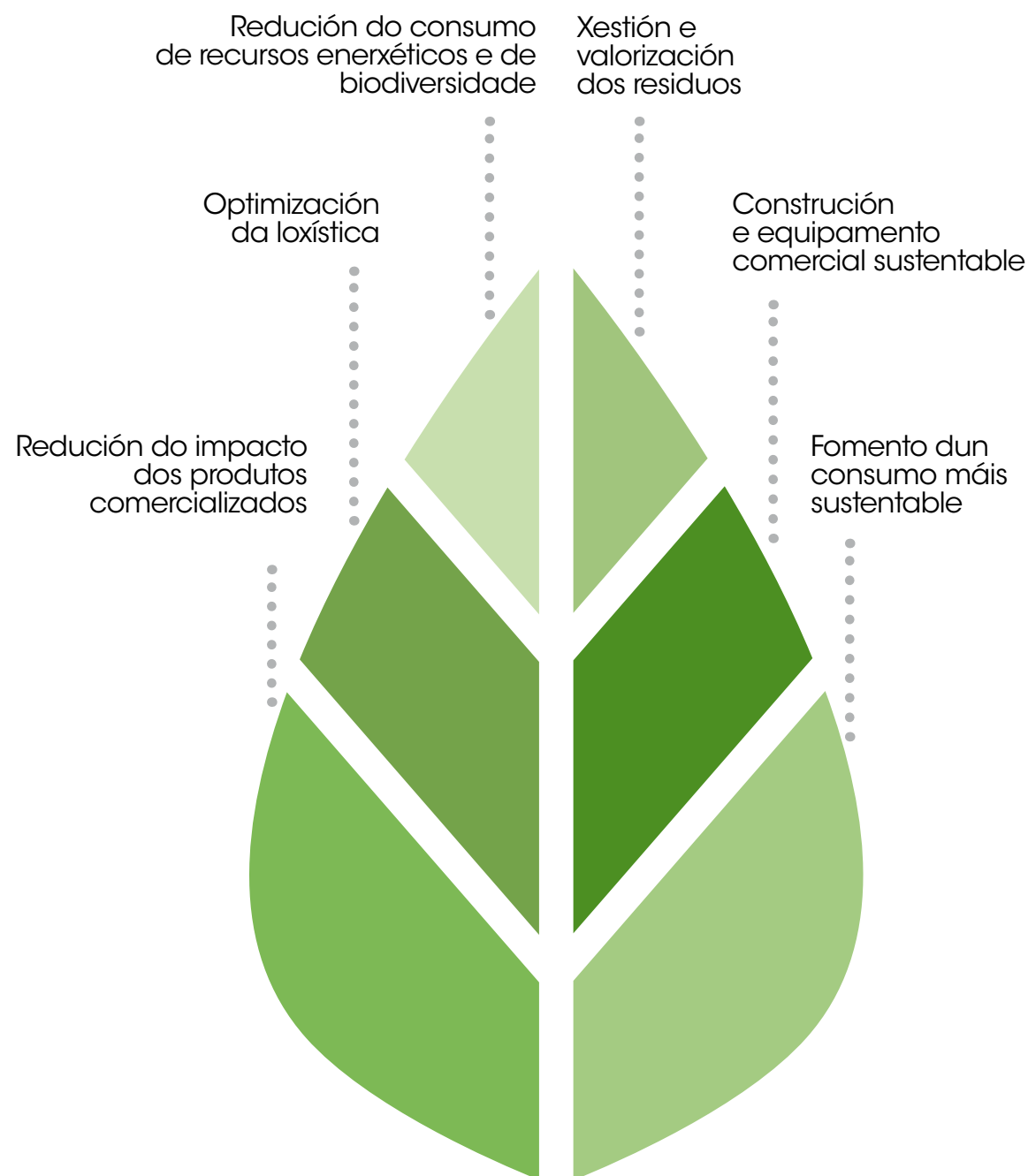
Emisións de gases de efecto invernadoiro (GEI) - pegada de carbono de EROSKI



Accións de mellora ambiental

Consonte a nosa Política Ambiental e os aspectos ambientais máis relevantes asociados á nosa actividade, en EROSKI contamos cunhas liñas de traballo que se basean na mellora continua e se alían cos nosos obxectivos estratéxicos. Estas pódense agrupar en seis eixes de acción básicos:

Estas accións de mellora afectan a distintas etapas do noso itinerario produtivo, polo que tamén involucramos os actores externos á nosa organización na medida en que poden contribuír á redución da nosa pegada ambiental.



Produtos

En EROSKI consideramos indispensable colaborar con empresas proveedoras responsables que compartan o noso compromiso co desenvolvemento sostible para a incorporación do factor ambiental na nosa oferta. Como parte do noso compromiso nº 5 dentro dos novos compromisos pola saúde e a sustentabilidade, velamos porque todos os procesos, desde a orixe da produción ata as operacións na tenda, pasando por todas as transformación e manipulacións, reduzan o seu impacto ambiental. Isto inclúe a erradicación de tratamentos fitosanitarios poscolleita, a certificación das nosas peixarías

con selos de sustentabilidade, o control do uso de antibióticos, a incorporación de prácticas que garantan o benestar animal ou o fomento de gamas ecolóxicas.

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

Orixe sustentable

Hai décadas que traballamos para ofertar alternativas máis saudables e sostibles ás persoas consumidoras. Algúns fitos nesta traxectoria foron a eliminación, en 1989, dos aerosois CFC, prexudiciais para a capa de ozono, e a garantía, desde 2004, de que ningún produto de marca propia contén

transxénicos. Na mesma liña, desde hai anos contamos con diversas certificacións, etiquetas e marcas que aseguran a orixe sustentable dos nosos produtos. Algunhas das máis significativas son as seguintes:



EROSKI Natur

En 2017 ofrecemos 369 produtos coa nosa marca EROSKI Natur. Estes alimentos frescos cumpren con diversos criterios de sustentabilidade homologados, como a ausencia de aditivos e conservantes, a regulación das cantidades de nitratos, a limitación do uso de fitosanitarios, a certificación de calidade ou a prohibición do uso de pensos medicamentados para os produtos cárnicos. Ademais, controlamos que se levan a cabo outras boas prácticas ambientais, como a reciclaxe dos plásticos dos invernadoiros e dos envases de tratamento, a xestión da auga ou as condicións de traballo para a súa produción, entre outras.



Produtos ecolóxicos

Esforzámonos en ofrecer alimentos procedentes da agricultura e da gandaría ecolóxica, xa que supón un modelo produtivo garante das mellores prácticas ambientais. Este modelo evita o uso de substancias químicas de orixe sintética e os aditivos artificiais, ademais de fomentar a preservación da biodiversidade e dos recursos naturais e o respecto do benestar animal. En 2017 a nosa oferta incluíu 1.140 produtos ecolóxicos acreditados con diferentes etiquetaxes de certificación, entre os que destaca o logo europeo.



La marca de la gestión forestal responsable
FSC® N002186

Forest Stewardship Council® (Consello de Administración Forestal ou FSC®)

Supón a garantía de que as madeiras utilizadas para a produción dos nosos artigos de papelaría ou mobiliario de xardín proveñen de cortas legais e sostibles. No exercicio 2017 comercializamos 45 artigos de papelaría, mobiliario de xardín e artigos de limpeza e hixiene co selo FSC. Tamén empregamos papel con esta certificación nas etiquetas dos produtos de carnicaría de marca propia.



Selo Reserva da Biosfera de Terres de l'Ebre

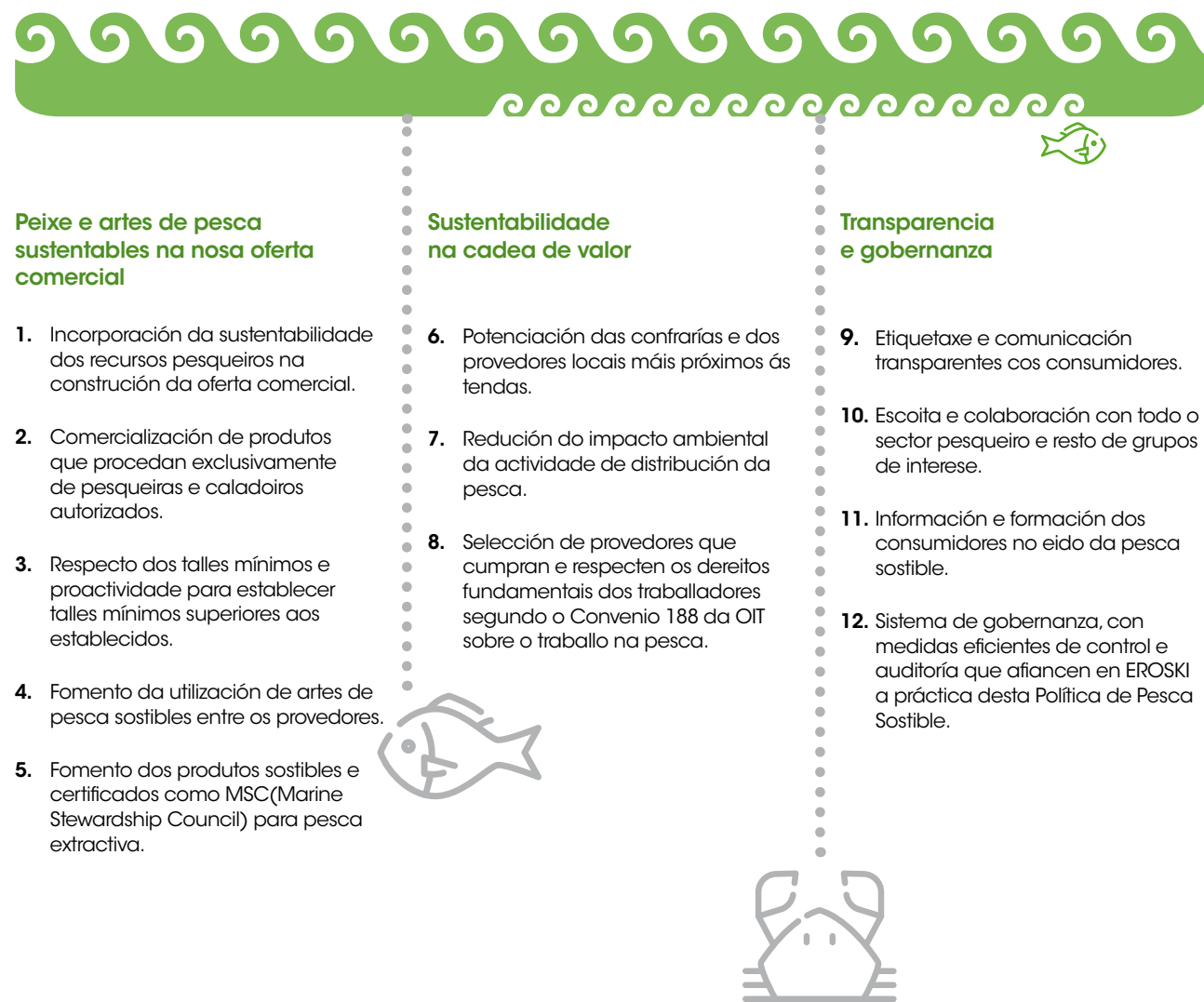
Esta certificación acredita o cultivo sostible nunha zona recoñecida pola UNESCO como reserva da biosfera, definida como un contorno natural que alberga unha gran variedade de ecosistemas cun valor único. O selo avala que as empresas produtoras son responsables na súa actuación con respecto ao ambiente, coas persoas consumidoras e co cadro de persoal. En 2017 comercializáronse nas nosas tendas CAPRABO 9 tipos de froitas e verduras co selo Reserva da Biosfera de Terres de l'Ebre.

Pesca sustentable en EROSKI

Co obxectivo de seguir traballando pola conservación da biodiversidade nos mares e océanos a través dun aproveitamento racional dos recursos mariños, en 2016 consensuamos a Política de Pesca Sustentable de EROSKI. En resposta aos compromisos adquiridos nesta materia, en 2017 seguimos traballando por unha Pesca Sostible da man de organizacións internacionais de referencia.

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

Principios e compromisos da Política de Pesca Sustentable de EROSKI



Logros en materia de Pesca Sustentable, 2017



En 2017 convertémonos na primeira cadea de distribución polo miúdo de España en superar a auditoría da organización Marine Stewardship Council (MSC) para a comercialización de peixe fresco de caladoiros sostibles, das especies bacallau Skrei, anchoa do Cantábrico e bonito do norte.

MSC, é unha organización internacional sen ánimo de lucro creada para axudar a transformar o mercado dos produtos do mar cara á sustentabilidade. Desenvolve o único programa de ecoetiquetaxe para pesqueiras de captura salvaxe, conforme o Código de Boas Prácticas de ISEAL para a Fixación de Estándares Sociais e Ambientais, baseado no Código de Conduta de FAO para la Pesca Responsable. A acreditación de MSC garante a rastrexabilidade e as boas prácticas en toda a cadea de custodia do peixe, grazas á auditoría das

prácticas levadas a cabo nos caladoiros e nas empresas encargadas da súa manipulación.

Nos primeiros doce meses desde que obtivemos a certificación, comercializamos arredor de 1.000 toneladas de peixe co selo azul de pesca sostible de "MSC", todas elas baixo a nosa marca EROSKI Natur. Ademais, contamos con 348 mostradores e 6 plataformas lóxicas de pesca certificadas por MSC.

A nosa previsión é que a comercialización de peixe fresco con esta ecoetiqueta acade os dous millóns de quilos anuais en 2020. Entre outras accións para lograr este obxectivo, en 2018 esperamos ampliar os produtos que se comercializan baixo este selo ao lumbricante e ás bandexas de bacallau desalgado e surimi.



Garantimos que o 100% das latas de atún que pomos no mercado cumpren cos Principios da ISSF (Fundación Internacional para a Pesca Sostible).

Todas as latas incorporan indicacións sobre a especie de peixe, a zona de captura e o método de pesca empregado. Incluímos tamén a ligazón directa á web da Fundación ISSF, onde se explica con máis detalle o que implica o cumprimento dos principios de sustentabilidade desta organización.

Así mesmo, co fin de garantir a sustentabilidade de todo o atún en conserva comercializado nos nosos establecementos, puxemos en marcha un programa de audi-

torías externas realizadas por AZTI e MRAG Américas.

Tamén nos comprometemos a que o atún utilizado para a elaboración en conserva de calquera marca comercializada na nosa rede de tendas, debe proceder exclusivamente de países e barcos con bandeira de países membros das Organizacións Rexionais de Pesca (ORP). Esta iniciativa trata de garantir a non comercialización de atún procedente de países susceptibles de non establecer controis contra a pesca ilegal, non declarada e non regulada.



O Bonito do Norte das nosas conservas foi pescado con cana, un a un, e seleccionado tendo en conta o tamaño mínimo que marca o regulamento. Seleccionamos este método de pesca ancestral por ser considerado o máis respectuoso, selectivo e sostible. Deste xeito, evítanse as capturas accidentais doutras especies e non se deteriora o fondo mariño como ocorre

con outros tipos de pesca máis masivos. Ademais, o bonito do norte en conserva EROSKI está elaborado polos mellores especialistas a nivel local e posúe unha calidade altamente recoñecida. O proceso produtivo está adaptado ás esixencias ambientais e o carácter tradicional mantense en todo momento, desde a pesca ata o envasado.

"FROITAS E HORTALIZAS FEAS" contra o desperdicio alimentario

Segundo a Organización das Nacións Unidas para a Alimentación e a Agricultura (FAO), un terzo dos alimentos producidos pérdese ou desperdiciase en todo o mundo. En EROSKI, como parte do noso compromiso coa sustentabilidade do sector agrícola e contra o desperdicio alimentario, apostamos pola comercialización de variedades de froitas e hortalizas chamadas "feas", polo seu aspecto ou tamaño.

En marzo e novembro de 2017, leváronse a cabo dúas novas campañas "Froitas e hortalizas feas" dirixidas aos con-

sumidores para a súa concienciación contra o desperdicio alimentario, de produtos que presentan a mesma calidade e propiedades nutricionais que aqueles comercializados habitualmente nos supermercados. En total comercializáronse 18 variedades de froitas e hortalizas e vendéronse 1.064 toneladas, cifra que supón un incremento con respecto ás campañas do ano anterior, nas que se venderon 800 toneladas.



Ecodeseño de envases e produtos

Desde a creación da marca propia, en EROSKI vimos traballando para mellorar os envases dos nosos produtos. En 2008 comezamos a incluír ademais criterios ambientais no seu deseño, tales como a selección de materiais cunha orixe sostible e que favorezan a súa reciclabilidade ou a redución de cantidade de materias primas usadas para a súa fabricación e embalaxe.

Estas accións propician a redución do impacto ambiental global dos envases e embalaxes, o que, nalgúns casos, supón aforros económicos produción e loxística.

Algunhas das accións en ecodeseño levadas a cabo en 2017 foron:

- O ecodeseño do envase do atún en conserva, que consistiu na eliminación da etiqueta de papel tipo sleeve que rodea a lata para imprimir directamente sobre a lata de atún. Isto contribúe á sustentabilidade do produto final grazas á redución do consumo de papel.
- O ecodeseño das botellas de deterxentes, grazas a que concentramos aínda máis a fórmula ata os 65 ml/lavado para conseguir mellores resultados utilizando aínda menos produto. As botellas dos nosos deterxentes líquidos EROSKI son moi compactas e máis pequenas que as do resto das marcas. Coa nova botella máis pequena o envase é máis manexable á hora de facer a coada, ocupa menos na casa, pesa menos ao facer a compra, optimízase a loxística e redúcese o impacto no ambiente porque non fabricamos máis envase do necesario.

Por outra banda, participamos na mesa redonda do evento inaugural do Basque Ecodesign Meeting-BEM2017, como socio do Basque Ecodesign Center, ademais de presentar algunhas das nosas boas prácticas en Ecodeseño e Declaracións Ambientais de Produto nas sesións sectoriais de Envases e embalaxes e Alimentación, respectivamente. Trátase dun dos encontros de ecodeseño máis importantes de Europa que congrega a máis de medio milleiro de profesionais con interese en introducir o ecodeseño e a innovación ambiental de produto nas políticas das organizacións.

Adhesión á comunidade #POR EL CLIMA

En 2017 decidimos impulsar e participar na iniciativa da Comunidade #PorElClima para crear un escaparate de produtos que favorecen un consumo responsable.

Desde 2017 formamos parte da Comunidade #PorElClima, un espazo de encontro de todos os actores polo clima: empresas, administracións públicas, ONG, medios de comunicación e particulares que xa están actuando polo clima co obxectivo de garantir o cumprimento do Acordo de París contra o cambio climático que lle corresponde ao noso país. Ademais, a través da nosa pertenza a esta comunidade, comprometémonos a levar a cabo un plan para a redución das emisións de Gases de Efecto Invernadoiro.

A principios de 2018 inaugurouse o escaparate, unha plataforma que se quere converter na principal oferta de produtos e servizos responsables nacional. En porelclima.com pódense atopar tanto bens e servizos responsables de grandes ou medianas empresas como os diferentes produtos e servizos verdes que están medrando de forma exponencial no noso país. Os bens e servizos que se inclúen son aqueles de gran consumo que poden supor un cambio substancial no noso impacto sobre o planeta: produtos de alimentación ecolóxica, coche eléctrico, enerxías renovables, dispositivos que contribúen á eficiencia enerxética, o aforro de auga, etc.

Tendo en conta os diferentes tipos de produtos e servizos recollidos no comparador, e "a madurez" de cada sector económico, establecéronse diferentes requisitos para a súa inclusión na ferramenta.



Loxística

O cambio climático é o maior desafío ambiental ao que nos enfrontamos e en EROSKI somos moi conscientes do efecto nocivo que todo iso ten na saúde, na economía e no ambiente. Como empresa de distribución, a nosa rede loxística ocupa un papel fundamental no desempeño da nosa actividade e por iso tamén ten efectos significativos sobre o ambiente.

Dentro do novo Plan Estratéxico 2017-2020, temos o obxectivo de ser o distribuidor líder en saúde e benestar e que se nos recoñeza por axudar os nosos clientes a levar unha vida máis sa, equilibrada e sostible. Por iso, reducir o impacto ambiental das nosas tendas, instalacións e procesos segue a ser un dos nosos compromisos clave.

O noso programa de Economía Circular ou a nosa incorporación á plataforma Lean&Green son dous exemplos das nosas accións en 2017 para loitar contra o cambio climático desde a área Loxística.

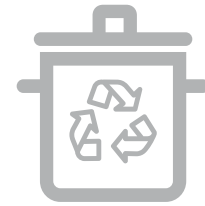
Os nosos esforzos na mellora do sistema loxístico de EROSKI supuxeron reducións notables das emisións de Gases de Efecto Invernadoiro. Nos últimos cinco anos reducíronse un 14% as emisións asociadas ao transporte, o que implica evitar a emisión de máis de 8.000 toneladas de CO₂ eq. á atmosfera. Só no último exercicio evitáronse 1.670 toneladas de CO₂ eq. e máis de 625.000 litros de combustible.

14% redución no consumo de combustible en transporte desde 2013



Lean&Green: Cara a unha loxística sostible

Incorporámonos á plataforma Lean&Green, especialmente dirixida a reducir as emisións asociadas á cadea de subministración. Trátase dunha iniciativa internacional e interprofesional cuxo obxectivo é axudar as empresas a cumprir co compromiso de reducir as súas emisións de CO₂. Como empresa participante na Comisión Lean&Green España acollida pola AECOC, comprometémonos a reducir un 20% as emisións de CO₂ nos nosos procesos loxísticos nun prazo máximo de cinco anos. Para iso, estamos elaborando un plan de acción realista e plausible que incluírá tanto un cálculo detallado da nosa pegada de carbono, como unha serie de medidas de mellora planificadas para conseguir esa redución. Unha empresa independente avaliará e auditará o plan de acción en 2018 como paso previo e necesario para a consecución do Premio Lean&Green. O noso obxectivo é ser recoñecidos coa Estrela Lean&Green despois de acadar o obxectivo de redución establecido.



Recicla por loxística inversa: unha iniciativa de premio

A xestión de residuos, a súa minimización na orixe e a súa revalorización son obxectivos fundamentais do noso Plan Estratéxico Ambiental. Traballamos tanto con residuos orgánicos como inorgánicos e o noso programa de Economía Circular establece circuitos de reciclaxe para distintas materias primas. Para iso desenvólvense procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as plataformas e as empresas proveedoras, co obxectivo de asegurar unha correcta reutilización e reciclaxe.

Grazas a estas iniciativas, a Área de Loxística do Grupo EROSKI foi un dos gañadores da III Edición dos Premios Krea. O Proxecto "EROSKI Recicla" alzouse co primeiro premio na categoría "Somos de aquí".

En 3 anos consecutivos recolléronse máis de 12.000 toneladas de cartón e anualmente recóllense preto de 800 toneladas de plástico por loxística inversa, o que equivale a:

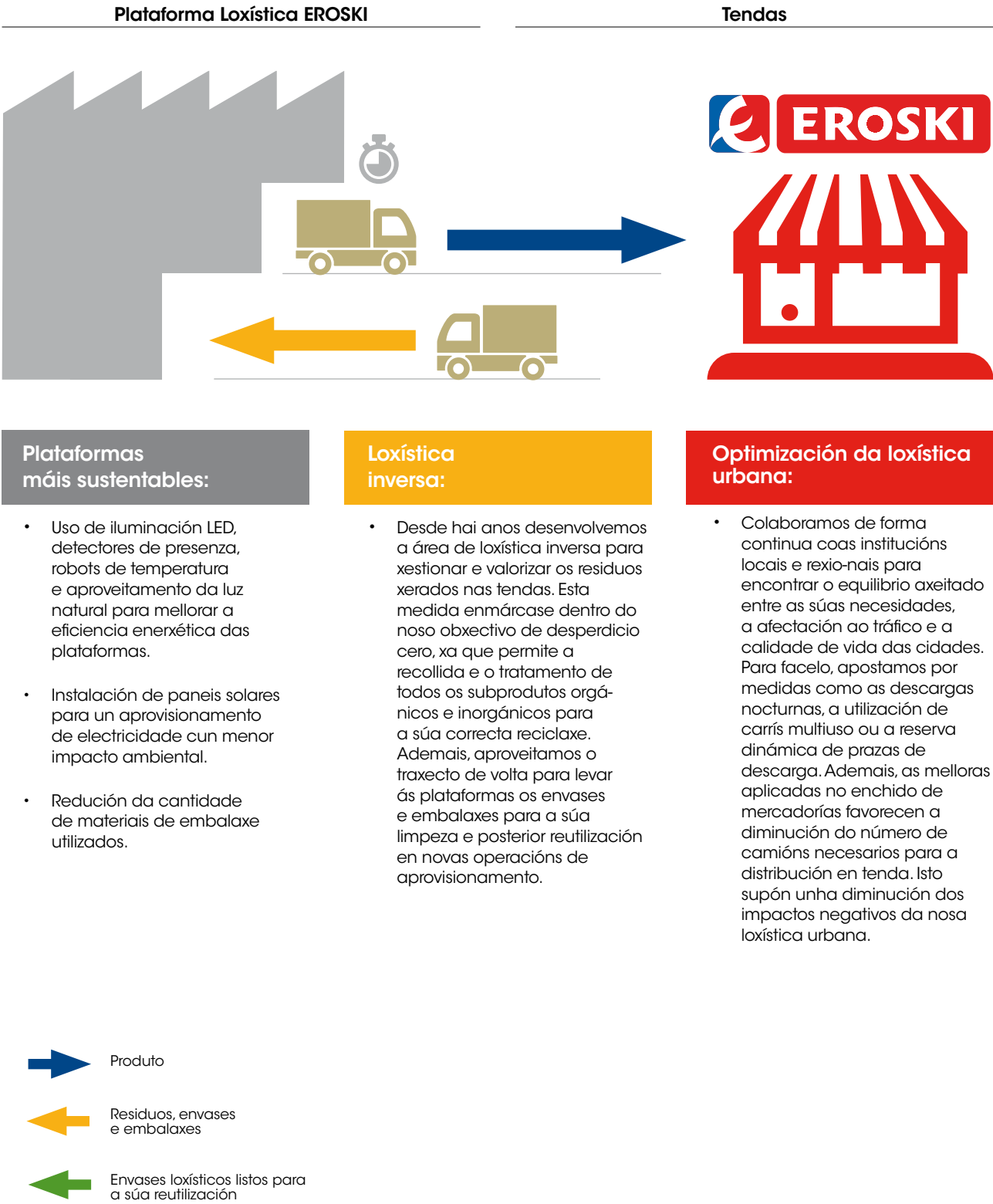
- Máis de 3.000.000 de m³ de auga non consumidos.
- Máis de 120.000 m³ de vertedoiro non ocupado ou 297 piscinas olímpicas.
- Aproximadamente 18.000 anos aforrados en consumo de enerxía nun fogar medio.
- 45.600 toneladas de CO₂ non xerado ou 308 Ha de árbores non cortadas.

En 3 anos recicláronse cerca de 200 toneladas de POREX por ano mediante loxística inversa, o que equivale a:

- 1.800 m³ de vertedoiro non ocupado.
- 253 anos aforrados en consumo de enerxía nun fogar medio.
- 500 toneladas de CO₂ non xerado



A eficiencia e a sustentabilidade como eixes do noso novo modelo de transporte



Tendas ecoeficientes

A renovación e ampliación da rede comercial de EROSKI para a súa adaptación ao noso modelo “contigo” inclúe tamén a adopción de melloras na súa construción e xestión acordes con criterios ambientais.

A eco-innovación caracterizou as tendas EROSKI desde os seus inicios. Proba diso foi a posta en funcionamento hai máis de 20 anos do primeiro sistema de xestión ambiental nacional certificado coa ISO 14001 no noso hipermercado de Artea en Leioa (Biscaia). A nosa aspiración é dispor de supermercados autoabastecibles de enerxía renovable e que acaden un balance de CO₂ neutro. Para iso, desenvolvemos proxectos de I+D+i nas nosas tendas, dos que son exemplos significativos a Tenda Cero Emisións de Oñati (Guipúscoa) ou a LifeZeroStore de Vitoria-Gasteiz. As boas prácticas aprendidas nestas tendas estanse a aplicar nos demais establecementos da nosa rede comercial.

O noso renovado modelo mellora a eficiencia enerxética a través de novos sistemas e equipamentos eficientes de frío, climatización e iluminación. A eficiencia enerxética únese á xestión de residuos cero que converte a tenda “EROSKI contigo” nun establecemento punteiro en política de sustentabilidade e ambiente. Estendemos este novo modelo enerxético a todas as aperturas e reformas de supermercados e hipermercados.

8,7% redución da enerxía consumida con respecto ao exercicio anterior, o que supuxo evitar a emisión de máis de 20.000 toneladas de CO₂ eq.

Construción e equipamento sustentable

Apostamos por deseños e equipos que consuman menos enerxía e cun menor impacto ambiental. Algúns exemplos de medidas implantadas son:

Iluminación LED

Todas as luminarias son LED de última xeración e os acendidos contrólanse desde un autómata que optimiza o seu uso. Este tipo de luminarias poden ser recicladas e non conteñen materiais contaminantes como mercurio, chumbo ou tungsteno. A esta medida súmase a instalación de solo flotante e de illamento tanto térmico como acústico no local.

As instalacións de frío

As medidas ambientais aplicadas nas instalacións frigoríficas concrétnanse principalmente na instalación dunha central frigorífica negativa de CO₂ e da positiva de R134, que permiten un aforro importante de enerxía e traballan con gases respectuosos co cambio climático. Esta instalación incorpora tamén un sistema de condensación flotante que reduce o consumo eléctrico.

O mobiliario frigorífico componse de mobles de última xeración provistos de portas acristaladas que evitan que os corredores da tenda arrefrían e garanten unha mellor conservación dos produtos, xa que manteñen de xeito estrito a temperatura á que se deben conservar, ademais de mellorar o confort da clientela.

Uso de refrixerantes con baixo impacto de efecto invernadoiro

Utilizamos gases refrixerantes que combinan un potencial nulo de esgotamento da capa de ozono, un baixo potencial de quentamento atmosférico e unha alta eficiencia enerxética.

Climatización

Para unha óptima climatización, o modelo enerxético incorpora a instalación do sistema *roof top* con illamento acústico específico para vivendas e un sistema de recuperación de calor para a sala de vendas, que se suman ás pantallas acústicas da central de frío. O clima está integrado no sistema de xestión, que controla a temperatura, a humidade e a calidade do aire cun sistema remoto de vixilancia ante eventos que incrementen o consumo eléctrico. A instalación conta con analizadores de redes para o control do consumo integrados nun software de análise propia. Este último foi desenvolvido polo equipo de Enerxía de EROSKI e xera alarmas de funcionamento cando os consumos eléctricos se desvían do previsto.

Economía circular

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

Minimización dos residuos

Traballamos para minimizar os residuos derivados da nosa actividade mediante a aplicación do ecodeseño aos produtos de marca propia, a promoción de artigos frescos próximos á súa data de caducidade e a doazón a persoas en risco de exclusión social de alimentos aptos para o consumo que se desbotaron para a venda a través do programa “Desperdicio Cero”.

Ademais, fomentamos entre a nosa clientela medidas como o uso de bolsas reutilizables para reducir o número de bolsas de plástico que se consumen e botan cada día. Así, ofrecemos aos nosos clientes e clientas: bolsas certificadas por AENOR que se poden usar ata en 15 ocasións e cun 40 % máis de capacidade ca unha bolsa tradicional dun só uso, bolsas de rafia fabricada con material 100 % reciclable e que se pode usar nunhas 50 ocasións, e a Bolsa Solidaria, fabricada con tea e que suma os conceptos de solidariedade e respecto ambiental.

En 2017, evitáronse máis de 1.380 millóns de bolsas dun só uso grazas ás bolsas reutilizables de EROSKI.

1.380 millóns de bolsas de plástico dun só uso evitadas en 2017 grazas ás bolsas reutilizables de EROSKI

Recibimos o premio Open Awards por conseguir unha empresa “papel cero”

A división de Empresas de EROSKI Viaxes, Travel Air, levou a cabo unha dixitalización integral dos seus procesos internos e converteuse na primeira empresa do sector en eliminar por completo o papel. Ademais, aumentou a produtividade dos seus servizos comerciais grazas á voz IP e a unha nova estratexia CRM, mellorando así a calidade do servizo ao cliente. Este innovador proxecto de transformación dixital sen precedentes no sector das axencias de viaxes, levado a cabo xunto coa compañía de enxeñería informática de software libre Irontec, foi galardoado co premio Open Awards 2017 na categoría de Mellor transformación dixital de Gran Empresa no marco de OpenExpo, a feira de referencia do sector do software libre e das tecnoloxías abertas.

Xestión e valorización dos residuos

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

Residuos orgánicos

Mediante loxística inversa ou xestores autorizados, recolleemos os residuos orgánicos xerados nas nosas tendas para a súa valorización como materias primas na fabricación de fariñas e aceites animais e de pensos para a alimentación animal.

Residuos inorgánicos

Como produtores de marca propia, declaramos anualmente os envases, aparatos eléctricos, pilas, aceites e luminarias dos nosos produtos aos **Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor**, como ECOEMBES ou ECOVIDRIO. Estas entidades garanten a correcta recuperación e xestión dos residuos derivados do uso dos nosos produtos. Grazas á reciclaxe dos envases que declaramos a ECOEMBES, evitouse a emisión de máis de 1.178 toneladas de CO₂ equivalente nun ano.

- Reciclamos o 100 % do cartón, plástico, papel e madeira xerados nas nosas instalacións. Para facelo, recolleemos os distintos materiais desbotados nas nosas tendas e colaboramos con diferentes Sistemas Integrados de Xestión (SIX) autorizados para o seu tratamento.
- Reutilizamos os envases loxísticos nas nosas operacións de distribución.
- Facilitamos ás persoas consumidoras a reciclaxe dos seus residuos. Para logralo, poñemos á súa disposición puntos limpos nas nosas tendas para a recollida de pilas, aparatos eléctricos, lámpadas, roupa, aceite doméstico e tóner, entre outros produtos usados.

CAPRABO gaña o Premio Europeo de Prevención de Residuos

CAPRABO gañou a VIII edición do Premio Europeo de Prevención de Residuos en recoñecemento ao seu traballo na prevención da xeración de residuos a través de accións innovadoras, orixinais e adaptables a outras rexións de Europa. As iniciativas galardoadas seleccionáronse tendo en conta aspectos comunicativos e de visibilidade, boas prácticas, orixinalidade e exemplaridade, calidade dos contidos, así como a posibilidade de reproducir a iniciativa noutros países de Europa e a duración do impacto, significativo e a longo prazo.

Persoas consumidoras

En EROSKI somos conscientes de que cada persoa, ao elixir un modelo de consumo sostible e responsable, pode contribuír á protección ambiental. Diriximos o noso esforzo cara á formación e concienciación das persoas consumidoras mediante o desenvolvemento de campañas

Sensibilizar

“A Hora do Planeta”

EROSKI súmase anualmente á iniciativa global “A Hora do Planeta”, organizada por WWF co apoio de Nacións Unidas. Este apagamento eléctrico mundial dunha hora constitúe un símbolo internacional da loita contra o cambio climático. Como parte do noso apoio a este movemento, non só realizamos o apagamento na nosa sede social e en parte das nosas tendas e plataformas, senón que tamén atenuamos a luz das nosas páxinas web, www.eroski.es e www.consumer.es, e preocupámonos de informar a nosa clientela sobre esta acción.

Informar

Canle de Ambiente EROSKI CONSUMER

Contamos cunha canle especializada en ambiente en www.consumer.es para formar as persoas en hábitos de consumo sostibles. Para iso, facilitamos contidos sobre natureza, ambiente urbano, parques naturais, enerxía e ciencia, entre outros. Esta canle recibe máis de 250.000 visitas mensuais.

Escola de Alimentación EROSKI

Dispomos dun módulo específico sobre sustentabilidade no Programa Educativo sobre Alimentación e Hábitos Saudables da Escola de Alimentación EROSKI, no que WWF tamén participa mediante a achega de contidos. Grazas a este módulo educativo formamos en sustentabilidade, produción sostible de alimentos e dieta sostible a 374.322 estudantes entre os cursos 2015/2016 e 2016/2017. Ademais, a nosa web www.escueladealimentacion.es inclúe contidos formativos sobre como evitar o desperdicio alimentario.

“Devólvelle a cor á natureza”

Con esta iniciativa incentivamos os máis pequenos a coidar o ambiente a través do noso concurso de debuxo “Devólvelle a cor á natureza” nas tendas VEGALSA-EROSKI. O único requisito para os participantes foi estar dispostos a dar renda solta á súa imaxinación e debuxar un medio de transporte ecolóxico para a Ecopatrulla de VEGALSA-EROSKI. Entre os premios entregados houbo unha bicicleta e 10 visitas ao Parque Zoolóxico Marcelle Natureza.

de sensibilización e a publicación de contidos pedagóxicos nas nosas plataformas web e noutros soportes informativos. En liña con este obxectivo, tamén fomentamos e desenvolvemos iniciativas colaborativas coa clientela, coas persoas traballadoras e coas institucións.

Programa medioambiental “Camiño a Camiño”

VEGALSA-EROSKI participou un ano máis en “Camiño a Camiño”, programa ambiental do Concello de Vigo que promove actividades de coidado e mellora do noso contorno. Nesta última edición, a nosa doazón de fondos destinouse a paliar as consecuencias dos incendios que asolaron o Concello de Vigo.

“Únete ao consumo responsable. Reduce Reutiliza Recicla”

En 2017 colaboramos coa campaña de HISPACOO, que co lema “Únete ao consumo responsable. Reduce Reutiliza Recicla” persegue informar, formar e concienciar as consumidoras e consumidores sobre a importancia do consumo responsable, mediante a redución do desperdicio alimentario, a reutilización dos recursos e a correcta reciclaxe dos residuos xerados no ámbito doméstico.

Esta campaña forma parte do proxecto “Xestión de refugалlos, desperdicio alimentario e consumo responsable” financiado pola Axencia Española de Consumo, Seguridade Alimentaria e Nutrición do Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade. A iniciativa desenvolveuse simultaneamente en diferentes tendas de EROSKI situadas en Cantabria, A Rioxá, Navarra e País Vasco.

“Móllate, por un San Xoán Sustentable”

En VEGALSA-EROSKI sumámonos á campaña promovida polo Concello da Coruña, a través da Concellaría de Ambiente, “Móllate, por un San Xoán Sustentable”, cuxo obxectivo foi reducir a xeración de residuos durante a celebración desta festividade. Contribuímos a esta iniciativa facendo unha tiraxe especial de bolsas de papel cun deseño homenaxe a San Xoán, que entregamos aos nosos clientes de xeito gratuíto ao seu paso por caixa. Un total de 27 establecementos da zona metropolitana da Coruña participaron nesta acción, na que se repartiron un total de 61.000 bolsas de papel biodegradable.

Actuar

Programa Actívate +

Participamos na iniciativa “Actívate +” da Deputación Foral de Biscaia, baseada no programa internacional Global Action Plan (GAP), que busca fomentar a participación cidadá en favor da sustentabilidade ambiental mediante o desenvolvemento de hábitos de consumo adecuados. Así, colaboramos xunto con outras 6 entidades biscaíñas e vascas no programa, que conseguiu implicar a 2.302 fogares, 80 centros e 43.204 escolares desde 2012. A medición dos efectos conseguiuse tras pór en práctica a formación recibida constatouse nun aforro anual medio do 16% do consumo enerxético nos centros escolares participantes.

Envases reutilizables nas festas de Vitoria-Gasteiz

Xunto coa asociación Vitoria-Gasteiz Wine City, presentamos “Ez bota a bota”, unha proposta que consiste nunha bota de plástico reciclable e reutilizable como alternativa ao vidro para as festas da Branca de Vitoria-Gasteiz. Cun prezo simbólico de 0,50 euros, comercializáronse 12.000 unidades deste envase alternativo en toda a rede de supermercados e hipermercados EROSKI da capital arabesa. Toda a recadación destinouse integramente ao Instituto Arabés da Natureza.





**Acción
social**

Compromiso social

En EROSKI consideramos a solidariedade como un principio fundamental baixo o que realizar a nosa actividade e, consecuentemente, traballamos de forma permanente para contribuír á mellora da comunidade na que actuamos. Así, desde a nosa orixe, desenvolvemos unha acción social diversa para contribuír dun xeito efectivo ao obxectivo de conseguir unha sociedade máis xusta e máis solidaria. Neste sentido, a integración dunha ollada solidaria na tenda "contigo" supuxo un novo paso que permite promover a implicación da clientela na proposta, establecemento e desenvolvemento de campañas e iniciativas sociais de ámbito nacional e local.

A nosa vocación é orientar responsablemente a acción social cara ás moi diferentes necesidades, sensibilidade e demandas dos nosos grupos de interese, reflexo da sociedade plural na que operamos. Por iso, dedicamos

anualmente o 10 % dos beneficios a actividades sociais, en cuxa canalización ten un rol destacado a **FUNDACIÓN EROSKI**. Desta forma, apoiamos accións ben por iniciativa propia ou mediante o establecemento de convenios de colaboración con terceiros para o desenvolvemento social e cultural da nosa contorna. En 2017, EROSKI propiciou unha contribución económica no eido social de máis de 10 millóns de euros. Para as persoas que formamos EROSKI, supón un orgullo levar **vinde anos a colaborar con bancos de alimentos e sumar, só en 2017, máis de 100 acordos e convenios de colaboración con asociacións, ONG e entidades significativas pola súa acción social.**

Tamén realizamos máis dunha quincena de campañas nas que impulsamos o protagonismo e a implicación das persoas consumidoras.



Achegas económicas no eido da acción social en 2017



Iniciativas solidarias

Solidariedade alimentaria

En EROSKI, fieis ao noso compromiso con aqueles colectivos máis afectados pola crise económica, mantemos e ampliamos as actividades desenvolvidas ata o de agora para paliar os efectos causados por esta. Conforme tamén co noso obxectivo de sensibilizar as persoas consumidoras sobre a urxencia de paliar os problemas de necesidades



Campañas solidarias con implicación das persoas consumidoras

En 2017 cumprimos 21 anos de colaboración coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), á que doamos os alimentos recollidos en dúas grandes campañas solidarias organizadas anualmente nas nosas tendas: a **"Operación Quilo"**, en xuño, e a **"Gran Recollida de Alimentos"**, en decembro. Ademais, tamén se recolleron alimentos durante a campaña "O Zampaquilo solidario" organizada por VEGALSA-EROSKI en abril de 2017 en preto de 90 tendas de Galicia, Asturias e Castela e León.

Estes alimentos destínanse a aquelas persoas de cada comunidade afectadas por dificultades económicas e en risco de exclusión social. Este ano demos continuidade ás dúas modalidades existentes: a entrega física tradicional de produtos e a recollida mediante vales, o que favorece que os Bancos de Alimentos poidan recibir os produtos que eles consideren máis necesarios en cada momento.

2.437 toneladas de alimentos doadas na **la Operación Kilo** e na **Gran Recollida de Alimentos**

(EROSKI engadiu unha doazón adicional equivalente ao 7% do total recollido)



280 becas de comida na campaña **"Ningún neno sen comida!"** de CAPRABO xunto con **Cruz Vermella**

grazas ás achegas dos clientes do supermercado desde 2012



básicas na nosa contorna, organizamos campañas que permitan a implicación da nosa clientela en accións de solidariedade alimentaria.



Vales de alimentación

Desde 2009 EROSKI, xunto con Cáritas Biscaia e LABORAL Kutxa, entregou "vales de alimentación" ás persoas atendidas polas Acolidas de Cáritas Biscaia para que os poidan trocar nos nosos establecementos. Ademais de proporcionar a infraestrutura necesaria para o funcionamento desta iniciativa solidaria, FUNDACIÓN EROSKI e LABORAL Kutxa realizan unha achega monetaria adicional aos recursos de Cáritas Biscaia para este proxecto. En VEGALSA-EROSKI tamén entregamos vales de alimentación ao programa de emerxencia social da Xunta de Galicia.

Co obxectivo de normalizar o acceso ás necesidades básicas desde claves non só asistenciais, senón tamén integradoras e enmarcadas en procesos máis amplos de incorporación social das persoas en situación ou risco de exclusión, en 2017 continuamos coa posta en funcionamento da **"tarxeta solidaria"** recargable, que irá substituíndo progresivamente os vales de papel. Este sistema, que estendemos con varias asociacións e concellos, ademais de ser máis moderno e sinxelo, permite dignificar aínda máis esta ferramenta para estas familias.

Así mesmo, desde CAPRABO creamos en 2015 o programa CAPRABOAxuda para dar resposta ás solicitudes de axuda de concellos e entidades sociais dirixidas a persoas en risco de exclusión social. Este programa, que en 2017 tivo unha achega total de máis de 22.000 euros, consiste en ofrecer unha serie de vantaxes por realizar as compras nas nosas tendas CAPRABO.

44.000 € doados en vales solidarios

22.000 € aportados no marco do programa CAPRABOAxuda



Programa DESPERDICIO CERO

En EROSKI a nosa loita contra o desperdicio alimentario fundaméntase desde 2009 no programa "Desperdicio cero", que integra, unifica e fai eficientes as nosas actuacións destinadas a evitar o desbaratamento de alimentos aptos para o consumo humano. Para iso, doamos todos os produtos frescos e de alimentación que, malia estar en perfectas condicións de consumo, retiramos dos nosos estantes para cumprir co noso compromiso cos clientes de frescura máxima e aspecto do envase. En EROSKI dispomos dun protocolo de actuación que vela escrupulosamente pola seguridade alimentaria dos produtos doados. Este protocolo garante o mantemento axeitado da cadea de frío tamén na entidade receptora da doazón, que debe asegurar que cumpre as mesmas garantías no seu transporte e instalacións ata que o alimento é consumido. O criterio de asignación e a entrega final destes produtos ao destinatario realízase a través de máis dun cento de entidades sociais de todo o territorio nacional coas que asinamos convenios de colaboración. Así, en 2017 colaboramos coa Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), CRUZ VERMELLA, CÁRITAS, Asociación RETO á Esperanza e coa Irmandade do Refuxio, entre outras organizacións, parroquias e gobernos rexionais.

En 2013 EROSKI estendeu esta iniciativa a toda a súa rede comercial, converténdose na primeira cadea de distribución de España en acadar o desperdicio cero en todos os seus hipermercados e supermercados. Ademais, tamén existen iniciativas como o programa de microdoazóns de CAPRABO en Cataluña, que persegue o mesmo obxectivo conxunto de desperdicio cero e solidariedade alimentaria. En 2017 os produtos doados en toda a rede valoráronse en 4.755.727 euros.

O programa tamén busca promover o consumo responsable, polo que, paralelamente ás doazóns de alimentos, desenvolvemos diversas campañas de concienciación aos consumidores para informalos e formalos. Para iso, EROSKI pon á súa disposición a través de EROSKI CONSUMER coñecementos, recursos e ferramentas prácticas para racionalizar a súa compra, aproveitala ao máximo e minimizar o desperdicio alimentario no fogar, cos conseguintes aforros que iso implica para a sociedade e para a economía das familias.

+ 4.755 toneladas de alimentos doadas a través do programa **desperdicio cero** = **7.184 dietas** **personais** **doadas**



Outras campañas solidarias

O noso apoio a colectivos vulnerables esténdese tamén a outros eidos máis aló da solidariedade alimentaria, a través de campañas solidarias con implicación das persoas consumidoras. Estas iniciativas combinan, en moitos casos, non só o compromiso de EROSKI e os nosos clientes coas persoas en risco de exclusión social, senón tamén

co ambiente, xa que promoven hábitos de consumo que favorecen a preservación dos recursos naturais do noso planeta. Algunhas das accións destacadas de 2017 tiveron como base a sustentabilidade ambiental, a protección da infancia e a saúde.



10.000 Familias axudadas

Recollida de produtos non alimentarios

En 2017 realizamos distintas campañas que invitan as persoas consumidoras a depositar produtos non perecedoiros de limpeza ou hixiene persoal para doalos aos máis necesitados. Por exemplo, desde CAPRABO colaboramos co Banco de Acción Social, entidade que doa produtos non alimentarios a 30 entidades sociais para axudar as persoas máis vulnerables do noso contorno. Para iso, organizamos unha recollida de produtos de hixiene persoal e limpeza en 33 tendas CAPRABO de Barcelona e Cerdanyola del Vallès, na que chegamos a recoller 10.000 produtos, entre eles cueiros, xampú, xel de baño, pasta de dentes e deterxente para a lavadora.



106.850 bolsas vendidas

Bolsa Solidaria Reutilizable

A Bolsa Solidaria Reutilizable é un claro exemplo de iniciativa que combina de xeito innovador a solidariedade cidadá e a sustentabilidade. Consiste en ofrecer ás persoas consumidoras unha sinxela bolsa da compra de tea, cuxos beneficios íntegros destinamos a proxectos promovidos por coñecidas organizacións solidarias. Este ano colaboramos, entre outras organizacións, coa asociación O Futuro é a Memoria (Alzhéimer), que canalizou a nosa achega para apoiar o proxecto que están xestionando coa Confederación Española de Asociacións de Familiares de persoas con Alzhéimer e outras Demencias (CEAFA). Para dar visibilidade ao proxecto, organizouse unha carreira desde Cádiz a Bilbao con varias etapas que pasaban por tendas EROSKI, nas que se instalaron algunhas casetas de información.

A bolsa solidaria é, ademais, reutilizable, o que axuda a reducir o consumo de materias primas e os problemas de xestión de residuos derivados do uso de miles de bolsas de plástico dun só uso.



625 toneladas de roupa recollida

Rexiclaxe e reutilización téxtil

En EROSKI apostamos pola valorización con fins sociais do material téxtil usado, a través de programas de colaboración con organizacións como Humana Fundación Pobo para Pobo ou INS3R-TEGA. Para iso, ofrecemos ás persoas consumidoras espazos para depositar roupa, calzado, complementos e téxtil de fogar que xa non usen nos contedores dispoñibles nas nosas tendas. As prendas doadas son entregadas a persoas en situación de exclusión social ou vendidas. Neste caso, os ingresos obtidos son empregados integramente en programas sociais, solidarios e relacionados co ambiente. Grazas a esta iniciativa, en 2017 desde VEGALSA-EROSKI doamos máis de 22.130 euros polas 625 toneladas de roupa recollidas. En CAPRABO as doazóns de roupa dos nosos clientes permitiéronnos doar 4.653 euros á Asemblea Local de Cruz Vermella de L'Hospitalet. Esta cantidade destinárase ao financiamento do proxecto Hortas Sociais que Cruz Vermella iniciou en 2014, dirixido ás persoas con risco de exclusión social. O proxecto quere dar resposta ás necesidades alimentarias e de consumo familiar, ofrecendo unha posibilidade de autoxestión económica básica, ademais de favorecer a integración das persoas desocupadas, xubiladas e de colectivos con discapacidades.



Campaña "Contigo a vida colle cor" con Proxecto Home

Desde hai 7 anos ofrecemos aos nosos clientes e clientas de Baleares un obxecto personalizado a cambio dun donativo de 1 euro durante o verán. O obxecto deste ano foi un caderno para colorear con ilustracións do artista Pere Joan, que colaborou nesta campaña de xeito altruísta, e coa frase "Contigo a vida colle cor" na portada. O importe total dos donativos recadados polas 40.000 unidades deste xoguete solidario distribuídas entre todos os supermercados EROSKI das illas foi doado a esta ONG, que ofrece tratamentos para que as persoas drogodependentes poidan vivir unha vida libre de adiccións.



Pulseiras solidarias para Cáritas

Co lema "Compromís per la dignitat" levouse a cabo, xunto co Rotary Club de Mallorca, unha iniciativa solidaria consistente en ofrecer aos clientes dos supermercados EROSKI de Mallorca 30.000 pulseiras de tea vermellas serigrafadas co devandito lema, a cambio do prezo simbólico de 1 euro. A solidariedade da clientela e o esforzo do noso cadro de persoal fixo posible o éxito desta campaña, que logrou distribuír todas as pulseiras. Os 30.000 euros destináronse a través de Cáritas Mallorca a axudar a persoas sen recursos, para que poidan facer fronte a necesidades tan esenciais como a vivenda, os alimentos e os artigos de primeira necesidade.

Apoio ás familias

EROSKI mantén convenios de colaboración para apoiar as familias numerosas con entidades como HIRUKIDE, Fanoc e Familia XL, entre outras.

Por outra banda, desde 2012, en CAPRABO, conscientes das necesidades particulares deste tipo de familias, ofrecemos vantaxes especiais a través da condición de cliente ouro (e da Tarxeta Ouro O Meu Club CAPRABO) con todos os seus beneficios adicionais.

Así mesmo, gozan da vantaxe de recibir un 5% do valor das súas compras transformado en euros, cantidade que se engade ao saldo da súa tarxeta. Durante o 2017, un total de 12.988 familias numerosas beneficiáronse dun aforro de 826.704 €.

Esta iniciativa súmase ao programa xa existente de axuda ás familias coñecido como "Benvido Bebé". Grazas a este, no pasado exercicio entregamos 22.000 cestas, así como descontos e promocións en produtos pensados para o primeiro ano de vida do bebé. O programa complementábase coa ferramenta en liña "Benvida Matrona", na que os proxenitores poden atopar resposta a todas as cuestións que máis os preocupan durante o embarazo, o parto e ao longo dos primeiros anos de vida do bebé. Esta é unha iniciativa que conta co apoio de organizacións como FAME (Federación de Asociacións de Matronas de España), AEM (Asociación Española de Matronas) e o pediatra Dr. J. Mateu Sancho. En 2017, 86.879 persoas visitaron a páxina web cun total de 277.437 páxinas vistas, o que demostra o interese suscitado.

En VEGALSA-EROSKI tamén demos un paso máis na nosa axuda ás familias coa adhesión en 2016 ao Programa "Tarxeta Benvida" da Xunta de Galicia. Grazas a iso, as persoas que presentan a tarxeta ao facer a compra na nosa rede de establecementos, Familia e Hipermercados EROSKI de Galicia, beneficianse dun desconto directo do 2,5%. Desde setembro de 2016, esta acción supuxo unha achega total de 22.215 euros e axudouse a 1.500 familias.

851.226 € totais aforrados ás familias



14.488 familias numerosas axudadas



22.000 canastras repartidas co programa "Benvido bebé"



Colaboración con persoas con capacidades diferentes ou enfermidades

En EROSKI, conscientes dos retos diarios que deben afrontar as persoas con capacidades diferentes ou con necesidades especiais derivadas dunha enfermidade, mantemos unha colaboración estreita coas organizacións que as representan e traballan pola mellora do seu benestar e calidade de vida. Como parte do noso compromiso con esta realidade, favorecemos a visibilidade destes colectivos na sociedade pondo a disposición dos seus obxectivos recursos diversos como os produtos informativos www.consumer.es, a revista EROSKI CONSUMER e a rede de tendas. Así integramos unha perspectiva ligada á discapacidade física (visual, auditiva, motriz) ou intelectual como un dos eixes de traballo das análises e contidos de EROSKI CONSUMER.

O patrocinio de proxectos e iniciativas neste eido é tamén fundamental na nosa acción social e desenvólvese mediante a sinatura de numerosos acordos de colaboración con entidades sociais do mundo da discapacidade e de

diversas enfermidades. En 2017, as achegas económicas que destinamos a este tipo de actuacións superaron os 111.000 euros, que se distribuíron tanto entre asociacións de referencia a nivel estatal como entre outras centradas en colectivos locais.

+111.000 €
achegados a
asociacións de persoas
con capacidades
diferentes ou
enfermidades

Campaña "Mide sonrisas" en Baleares

"Mide sonrisas" é o lema da campaña de axuda á infancia de EROSKI realizada por sexta vez consecutiva en Baleares, na que os nosos clientes colaboraron mediante a adquisición nas nosas tendas dunha orixinal regra-calendario a cambio dun donativo de 1 euro. Os 45.500 euros recadados repartíronse equitativamente entre 13 organizacións das illas que axudan a nenos e nenas con dificultades.

FORUM SPORT coa Esclerose Múltiple

Un ano máis colaboramos coa campaña "Busti zaitez - Móllate" da Asociación de Esclerose Múltiple de Biscaia a través da Fundación EROSKI e das tendas de FORUM SPORT, onde a nosa clientela adquiriu os materiais de merchandising da asociación. Ademais, desde FORUM SPORT tamén apoiámos a campaña de Nadal "Envoltorio Solidario" da Asociación de Esclerose Múltiple Euskadi. Entre as dúas campañas, no último exercicio recadáronse arredor de 18.000 euros.



Tapóns solidarios en CAPRABO

Desde o 2011, en CAPRABO levamos a cabo a recollida de tapóns coa colaboración das nosas empregadas e empregados. En 2017 recolléronse 3.800 quilos de tapóns, que permitiron acumular máis de 60 toneladas e case 15.000 € desde o inicio da iniciativa. Este ano, o importe recadado serviu para axudar a financiar a investigación médica da Hipomagnesemia Familiar que leva a cabo o Institut de Recerca de la Vall d'Hebron (VHIR).

A Kosta Trail coa diabetes e as enfermidades renais

Grazas á participación de máis de 4.500 persoas na décimo segunda edición da Kosta Trail, FORUM SPORT, Salomon e Laboral Kutxa doaron 7.600 euros á Asociación Biscaína de Diabetes (ASVIDIA) e á Asociación para a Loita Contra as Enfermidades Renais (ALCER). Os cartos utilizaranse para financiar seminarios sobre o deporte para persoas con diabetes e as colonias de nenos e adolescentes con diabetes, e para organizar un encontro para mozos con enfermidade renal a nivel estatal.

VEGALSA-EROSKI coas enfermidades raras e crónicas

Sumámonos á campaña "Pode ser máxico grazas a ti" impulsada pola Federación Galega de Enfermidades Raras e Crónicas (FEGEREC) para contribuír a apoiar as necesidades asistenciais do colectivo de persoas (e familiares) que padecen este tipo de enfermidades en Galicia. A nosa clientela puido adquirir en 15 das nosas tendas un bastón de caramelo solidario ao prezo simbólico de 1 euro. Ao total recadado, desde VEGALSA-EROSKI achegamos un 6% máis, co que se acadou un total de 2.717 euros.

Algunhas asociacións coas que colaboramos



ACAMBI

Asociación do Cancro de Mama de Bilbao



ADEMBI

Asociación de Esclerose Múltiple de Biscaia



AECC

Asociación Española Contra o Cancro. Colaboramos en campañas de prevención do cancro de pel en Biscaia e apoiámos as Carreiras da Muller na Coruña e Xixón.



ALCER

Asociación para a Loita Contra as Enfermidades Renais



ANADI

Asociación Diabetes Navarra



ASPANAFHOA

Asociación de pais de nenos con cancro de Árabá



ASPANOGL

Asociación de Pais de Nenos Oncolóxicos de Guipúscoa



ASVIDIA

Asociación de Diabéticos de Biscaia



BENE

Asociación de familiares e afectados por enfermidades neurolóxicas de Biscaia



COCEMFE

Confederación Española de Persoas con Discapacidade Física e Orgánica



DOWN Navarra

Asociación Síndrome de Down de Navarra



EM Euskadi

Fundación Vasca Esclerose Múltiple Eugenia Epalza



EUSKAL GORRAK

Federación Vasca de Asociacións de Persoas Xordas



FEDE

Federación Española de Diabetes



FEKOOR

Federación Coordinadora de Persoas con Discapacidade Física e Orgánica de Biscaia



FEGEREC

Federación Galega de Enfermidades Raras e Crónicas



FEM

Fundación Esclerose Múltiple



HIPOFAM

Asociación para a información e a investigación da hipomagnesemia familiar



JAED

Asociación xunta de axuda a enfermos de Durango



La Cuadrilla del Hospi

Asociación de pais para a humanización, a socialización e a investigación do cancro infantil e para a divulgación da doazón de medula ósea



ONCE EUSKADI

Corporación sen ánimo de lucro coa misión de mellorar a calidade de vida das persoas cegas e con discapacidade visual



SMAP

Asociación de Celíacos de Cataluña

Cooperación internacional

En EROSKI, como organización socialmente responsable, estamos sensibilizados coas desigualdades e necesidades existentes no planeta e por iso promovemos a cooperación ao desenvolvemento internacional a través de diversas iniciativas, especialmente de axuda á infancia e de urxencia humanita-



Estrela Solidaria

EROSKI repetiu un ano máis a súa campaña de Nadal "Estrela Solidaria". Grazas aos clientes das tendas de EROSKI e VEGALSA-EROSKI, en 2017 acadáronse os 72.000 euros de recadación polos beneficios da venda da estrela, que se destinaron principalmente á axuda á infancia e á protección e asistencia aos refuxiados. Unha parte máis pequena da recadación foi dirixida á Fundación EROSKI para lanzar un proxecto de mellora na calidade de vida dos nosos maiores. CAPRABO destinou os beneficios conseguidos pola venda da estrela nas súas tendas ao programa "Ningún neno sen comida!" de Cruz Vermella.



Un xoguete, unha ilusión

Todos os anos participamos na campaña "Un xoguete, unha ilusión" desenvolvida pola Fundación Crecer Xogando e Radio Nacional de España (RNE). En 2017, ademais do bolígrafo solidario, tamén se puxeron á venda cadernos solidarios. Esta campaña, cuxos produtos teñen un prezo simbólico de 5 euros cada un, ten lugar durante o Nadal e permítenos achegar fondos para enviar xoguetes a países con poucos recursos e a organizacións non gobernamentais que traballan en proxectos de cooperación e de atención á infancia. Este ano, recadáronse 9.345 euros.

ria. Así, apoiamos todos os anos o Fondo de Emerxencias de Médicos Sen Fronteiras (MSF) para que dispoña de recursos que poidan ser activados de maneira inmediata ante calquera necesidade. A nosa achega en 2017 a este fondo foi de 15.000 euros.



Campaña #CierraUNICEF

En 2017 desde VEGALSA-EROSKI invitamos os nosos usuarios das redes sociais a colaborar para que UNICEF poida dar tratamento completo contra a desnutrición a nenos ou proporcionar auga á infancia máis vulnerable. Así, doamos 1 euro cada vez que alguén compartiu, premeu en "gústame" ou comentou no noso Facebook algunha das publicacións relativas á campaña #CierraUNICEF. A cantidade total recadada foi de 6.019 euros.



Colaboración con Aldeas Infantís

En CAPRABO levamos 20 anos colaborando coa asociación "Aldeas Infantís SOS" en programas educativos para nenos e cedendo espazo a esta entidade nos nosos supermercados para que informe as persoas consumidoras sobre os seus programas de axuda.



Programa entrega de produto

Doamos artigos de consumo non alimentario (xoguetes, calzado, roupa, material escolar e produtos ópticos, entre outros) a nenos de Latinoamérica a través da **Federación Nenos do Mundo**, organización que traballa para o desenvolvemento humano sostible e a cooperación internacional. En 2017 as doazóns chegaron a un valor de 275.100 euros.

Voluntariado corporativo

Como parte dos principios de cooperación e solidariedade propios de EROSKI, colaboramos desde hai máis dunha década con MUNDUKIDE, unha organización centrada no desenvolvemento dos pobos desfavorecidos do Terceiro Mundo. O noso apoio aos seus proxectos e programas de cooperación non se limita unicamente a unha achega económica anua, senón que tamén axudamos a difundir información sobre os seus proxectos a través da nosa revista EROSKI CONSUMER e da web www.consumer.es. Ademais, en 2017 levouse a cabo unha acción de sensibilización e información entre as persoas traballadoras da sede social de EROSKI para que coñecesen con máis detalle a tarefa que esta organización leva a cabo.

Porén, o máis destacado e singular da nosa colaboración con MUNDUKIDE é a nosa participación en programas de

intercambio de experiencias comunitarias. Todos os anos convócanse prazas internas de voluntariado corporativo para que as nosas Socias e Socios Traballadores participen no "Programa de voluntariado cooperativo para a transformación social" que MUNDUKIDE desenvolve xunto co centro de investigación Lanki de Mondragon Unibertsitatea e o Movemento de Traballadores Rurais Sen Terra (MST) do Brasil. As persoas voluntarias achegan os seus coñecementos sobre distribución e comercialización para impulsar o desenvolvemento socioeconómico e cooperativo da rexión central do Estado de Paraná. Nesa zona, o 37 % da poboación vive en condicións de pobreza e o nivel de escolarización é escaso. Por iso, MUNDUKIDE pretende, a través do fortalecemento das capacidades e procesos locais, promover avances no acceso á terra, á produción, á educación e ao medio.

 4 socia/os de EROSKI foron voluntarias/os no Brasil



máis de
10 ANOS
colaborando

Julio Martínez, socio de EROSKI e voluntario en Paraná en 2016 e 2017

En 2017, Julio Martínez Arija volveu ser o Socio Traballador de EROSKI que se desprazou ao Brasil. A súa colaboración centrouse nos procesos de comercialización das asociacións e cooperativas do MST e consistiu en participar na consolidación do punto de venda aberto en São Paulo en 2016, coñecido como "Armazém do Campo".

Trátase dun espazo de venda de centos de produtos que veñen de asentamentos da Reforma Agraria,

de pequenos colectivos produtores e da produción agroecolóxica. Ademais, pretende ser tamén unha canle de comunicación coa sociedade, proporcionar alimentos ecolóxicos e saudables ao seu contorno e ser un espazo cultural e de encontro de diferentes movementos sociais. Julio tamén se centrou en apoiar a creación de ferramentas de análise para os concursos de compra pública de alimentos aos que acceden as cooperativas.



Grazas a todo este traballo realizado, en 2017 comercializáronse produtos de 6.000 familias asentadas.

Fomento da cultura, o lecer e a contorna local

En EROSKI actuamos como parte activa das comunidades nas que realizamos a nosa actividade comercial tamén a través do fomento das iniciativas de lecer e cultura na nosa contorna máis próxima. Mediante estas accións buscamos favorecer o desenvolvemento persoal e o benestar de todas as persoas consumidoras próximas á nosa rede

comercial. No pasado exercicio, a nosa aposta pola diversidade cultural, a arte, a lingua, o deporte e as tradicións locais supuxo a sinatura de numerosos acordos de colaboración con entidades locais e unha achega económica de máis de 768.000 euros.



768.202 €
achegados en
cultura, lecer e
contorna local



Promoción e difusión de linguas locais

En EROSKI consideramos as linguas locais como parte esencial do patrimonio cultural das comunidades da nosa contorna e, por iso, traballamos de forma continua na súa promoción e difusión.

No caso do éuscaro, destaca a iniciativa que levamos a cabo xunto con **Elhuyar Fundazioa** para desenvolver un motor de busca neste idioma. Este proxecto de I+D no que tamén colabora a Universidade do País Vasco (UPV-EHU) resultará nun buscador en éuscaro moito máis avanzado que os que existen a día de hoxe. Mediante a súa integración na nosa plataforma en liña, conseguimos simplificar e mellorar a navegación polos documentos da revista EROSKI CONSUMER. En relación co éuscaro tamén cómpre sinalar a participación anual nos grandes eventos da nosa lingua, con patrocinios desenvolvidos na Feira do Libro e do Disco Vasco de Durango (Durangoko Azoka), a máis destacada do calendario neste ámbito. Ao mesmo tempo, a través da nosa Escola de Alimentación, somos partícipes das principais festas do éuscaro, como Herri Urrats, Ibilaldia, Araba Euskaraz, Kilometroak, Nafarroa Oinez e a festa da Escola Pública Vasca.

Tamén en Galicia poñemos en valor a cultura e a lingua da rexión sumándonos a todas aquelas iniciativas que estean estreitamente ligadas á sociedade galega. Por exemplo, como en exercicios anteriores, en 2017 continuamos apoiando a celebración do "Día das Letras Galegas", homenaxeando a figura de Carlos Casares en carteis e bolsas da compra. Ademais, colaboramos con distintas actividades, como no caso da andaina "Correlingua" en favor da lingua galega baixo o lema "En galego, sen cancelas".

Estas accións súmanse ao esforzo continuado que facemos para que a revista EROSKI CONSUMER poida ser lida en castelán, éuscaro, galego e catalán.



ESCOLA DE
ALIMENTACIÓN



Lecer e cultura

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

Tamén cómpre salientar o patrocinio por segundo ano consecutivo do **Premio EROSKI da Xuventude do Festival de Cine de San Sebastián**, co obxectivo de que as novas xeracións se acheguen a formas renovadoras da linguaxe cinematográfica e acudan a gozar desta arte. Buscamos tamén que as persoas con diversidade funcional poidan desenvolver e utilizar o seu potencial creativo, artístico e intelectual participando a través de VEGALSA-EROSKI no programa "Cultura Accesible e Inclusiva" da Fundación Emalcsa.

Como entidade patrocinadora do programa, VEGALSA-EROSKI terá presenza en todos os actos de difusión pública así como en soportes publicitarios e de comunicación referidos ao Programa "Cultura Accesible e Inclusiva".

Por outra banda, conscientes da importancia do deporte na sociedade actual e para levar unha vida saudable, tamén apoiamos actividades deportivas organizadas na nosa contorna máis próxima. Así, en 2017, desde CAPRABO colaboramos coas carreiras populares máis representativas que tiveron lugar en Cataluña e nas que participaron en conxunto ao redor de 60.000 persoas de todas as idades. Ademais, contribuímos, a través do programa CAPRABOSport, con 600.000 euros repartidos entre 135 clubs afeccionados co obxectivo de fomentar hábitos saudables coma o da práctica deportiva.

No País Vasco colaborouse con carreiras populares como a "Herri Krosa", a "Subida a Artxanda" ou a carreira de montaña en Santa Cruz de Campezo e coa regata de Santurtzi. Ademais, en FORUM SPORT, como viñemos facendo anualmente, organizamos a "Kosta Trail" en Biscaia, unha carreira de montaña cunha vertente solidaria que inclúe percorridos para toda a familia e para os e as amantes das travesías.

135 clubs
afeccionados
beneficiados
co programa
CAPRABOSport





Transparencia

7

Principios de elaboración da memoria

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



Análise de materialidade

Para avanzar no noso compromiso coa transparencia, levamos a cabo un proceso de identificación dos nosos grupos de interese e unha nova análise de materialidade.

Esta análise de materialidade realízase co obxectivo de determinar que temas son relevantes á hora de reflectir os impactos económicos, ambientais e sociais da organización, de influir nas decisións dos grupos de interese ou de xerar un impacto sobre a economía, o ambiente e/ou a sociedade. Os temas que tras a análise se consideran relevantes son os que finalmente se inclúen no informe de sustentabilidade e que aparecen reflectidos na matriz de materialidade.

Así, para identificar os temas potencialmente materiais, tivéronse en conta:

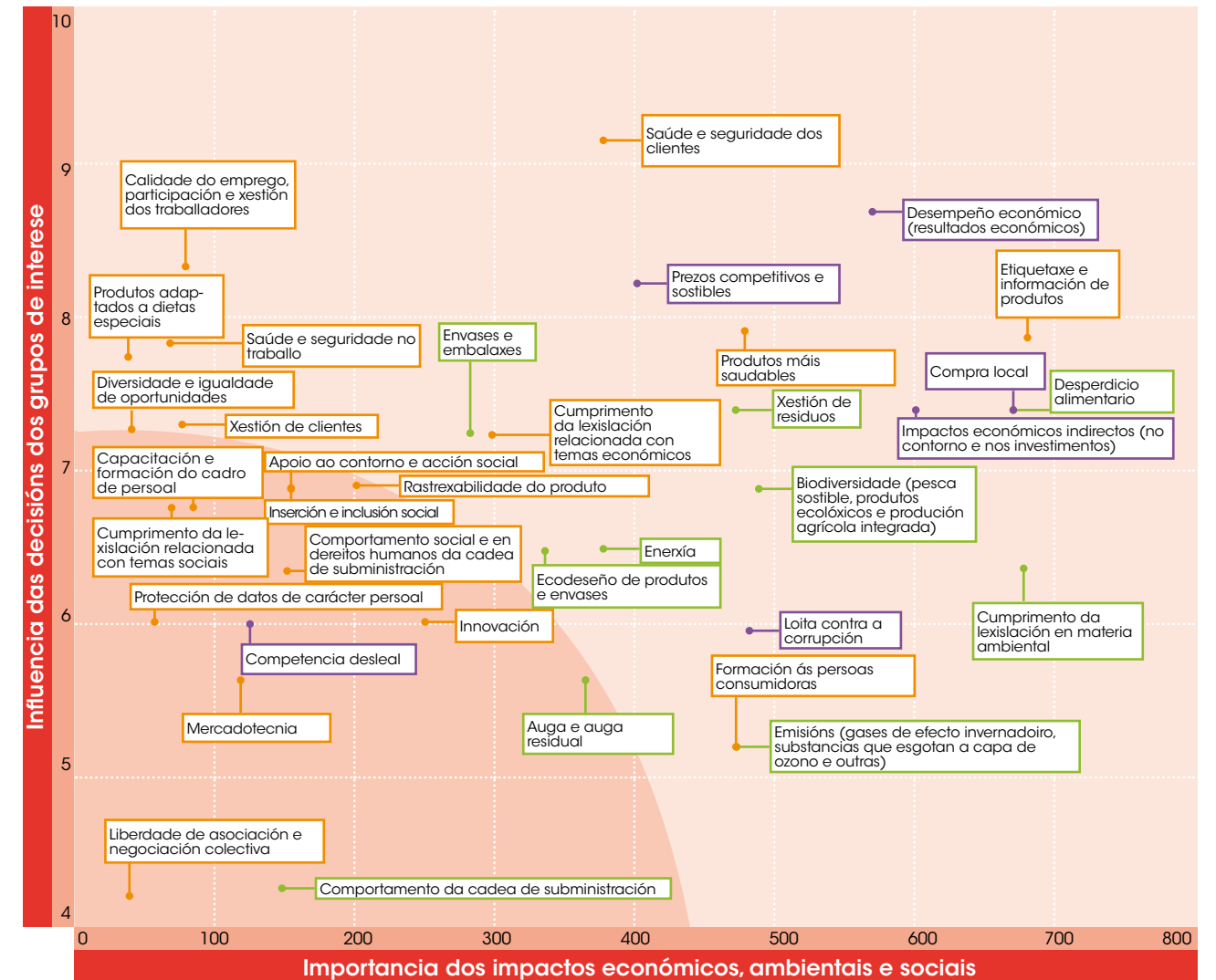
- **Fontes bibliográficas**, entre as que destacan as guías publicadas por GRI, suplementos sectoriais de interese, informes, estudos ou outras publicacións relacionadas coa sustentabilidade ou co sector de actividade de EROSKI.
- **Información proveniente do mercado**, principalmente publicacións elaboradas por empresas do sector e/ou pola cadea de subministración de EROSKI.
- **Información interna da organización e os seus grupos de interese**, como resultado dos grupos focais realizados con consumidores e comités de consumeristas, socios, etc., así como enquisas de clima ou de calquera outro tipo e outras informacións provenientes doutros grupos de interese.

O seguinte paso foi a **avaliación dos impactos**. Para iso, identificáronse aquelas áreas da organización capaces de avaliar os impactos de cada un dos temas nos resultados económicos, ambientais e sociais da organización e procedeuse á selección dunha ou de varias persoas para dar resposta a estes impactos. En concreto, pediuse que se valorasen as consecuencias dun cambio na xestión ou nas políticas para cada tema e a probabilidade de ocorrencia dun incidente ou eventualidade con impacto nos resultados de EROSKI respecto a cada tema avaliado.

Por outra banda, para coñecer a **influencia dos temas nos grupos de interese**, realizouse a través de empregados de EROSKI que, polo seu posto de traballo, teñen un trato directo e habitual co devandito grupo de interese.

Finalmente, obtívose a **matriz de materialidade**, na que se identificaron os temas materiais para a organización:

Matriz de materialidade



Así, os temas materiais son:

Temas económicos

- Desempeño económico
- Prezos competitivos e sostíbeis
- Impactos económicos indirectos
- Compra local
- Loita contra a corrupción

Temas ambientais

- Envases e embalaxes
- Ecodeseño de produtos e envases
- Enerxía
- Biodiversidade
- Emisións
- Desperdicio alimentario
- Xestión de residuos
- Cumprimento da lexislación en materia ambiental

Temas sociais

- Calidade do emprego, participación e xestión das persoas traballadoras
- Saúde e seguridade no traballo
- Diversidade e igualdade de oportunidades
- Saúde e seguridade da clientela
- Produtos máis saudables
- Etiquetaxe e información de produtos
- Formación ás persoas consumidoras
- Produtos adaptados a dietas especiais
- Xestión de clientes
- Cumprimento da lexislación relacionada con temas económicos

Listaxe de aspectos materiais e o seu alcance

Aspecto material	Onde se produ- ce o impacto	Implicación de EROSKI	Motivo da sua materialidade
Desempeño económico (GRI 201)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	A xestión económica da organización, que depende tamén da situación económica xeral do sector e do país, ten un gran impacto nos distintos grupos de interese. Especialmente, Socios/as cooperativistas, persoas traballadoras, empresas provedoras, franquíados, investidores e entidades financeiras. Afecta ao número de empregos xerados, compras de produtos e servizos, rede comercial, estratexia empresarial, xestión da débeda e reparto de beneficios, entre outros aspectos.
Prezos competitivos e sostíbeis (GRI 201, 204)	Fóra e dentro da organización	Directa	Os prezos dos nosos produtos repercuten directamente na nosa clientela, que basea en gran medida neles as súas decisións de compra, así como no desempeño económico da nosa organización. Ademais, a nosa cadea de subministración depende tamén de que os nosos prezos aseguren a sustentabilidade do sector agroalimentario.
Impactos económicos indirectos (203)	Fóra da organización	Directa e indirecta	A nosa actividade comercial e o noso compromiso coas comunidades locais e rexionais onde esta se desenvolve ten un efecto económico importante nos distintos grupos de interese da cadea de valor. As achegas á comunidade a través da FUNDACIÓN EROSKI e das distintas sociedades do Grupo xeran un impacto positivo na sociedade.
Compra local (GRI 204, E-5)	Fóra e dentro da organización	Directa	A selección de provedores e produtos é chave tanto para os nosos subministradores, e todos os actores nas súas cadeas de valor, como para as nosas clientas e clientes. A orixe dos produtos é cada vez máis importante nas decisións de compra dos consumidores e é un atributo do noso modelo comercial "contigo".
Loita contra a corrupción (GRI 205)	Dentro da organización	Directa	Garantir un comportamento ético e responsable dentro da organización é un aspecto integral de EROSKI desde a súa fundación. O desenvolvemento e posta en funcionamento de novos mecanismos que controlen e eviten prácticas relacionadas coa corrupción é un dos nosos aspectos prioritarios.
Materiais (envases e embalaxes e o seu ecodeseño) (GRI 301)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	A fabricación, uso e disposición de envases e embalaxes pode ter un impacto importante no medio. O uso de materiais non renovables, non reciclables ou a súa mala xestión na etapa de fin de vida poden causar o esgotamento de recursos naturais, a contaminación de mares e océanos ou a ocupación de solo indirecta se o residuo é levado a un vertedoiro. Por iso, o consumo de papel e, especialmente, de plástico son dous dos aspectos ambientais máis importantes para os nosos clientes e a sociedade en xeral.
Enerxía (GRI 302)	Fóra da organización	Directa e indirecta	O consumo directo de combustíbeis fósiles e o consumo indirecto de recursos naturais para a xeración de enerxía son dous dos impactos ambientais máis importantes derivados da nosa actividade. A súa minimización ten un efecto directo nos nosos procesos loxísticos e de deseño e mantemento das tendas.
Biodiversidade (GRI 304)	Fóra da organización	Directa e indirecta	A conservación da biodiversidade terrestre e mariña a través dun aproveitamento racional dos recursos naturais é un aspecto esencial para acadar un desenvolvemento sostíbeil. Comercializar produtos cuxa orixe sostíbeil estea garantida ten un efecto directo na selección dos nosos provedores e no noso impacto ambiental total.
Emisións (GRI 305)	Fóra da organización	Directa e indirecta	O impacto na saúde humana e no clima que as emisións de gases de efecto invernadoiro producen é un dos grandes problemas ambientais actuais e de maior relevancia para os distintos grupos de interese.
Residuos (GRI 306)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	A redución de dispoñibilidade de territorio por ocupación en vertedoiro, o esgotamento de recursos naturais se non se aplican estratexias de economía circular ou a contaminación de mares e océanos son algúns dos impactos asociados á xestión de residuos. A importancia que os gobernos dan a este aspecto é unha mostra da súa relevancia.

Listaxe de aspectos materiais e o seu alcance

Aspecto material	Onde se produ- ce o impacto	Implicación de EROSKI	Motivo da sua materialidade
Desperdicio alimentario (GRI 306, E-6, E-7)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	O desperdicio alimentario ten, dunha parte, un impacto ambiental importante derivado da redución de recursos naturais na produción ineficiente ou innecesaria de alimentos. Ademais, a xestión dos residuos alimentarios pode afectar tamén ao contorno natural se non se leva a cabo a súa reciclaxe ou valorización en novos produtos. E, doutra banda, está o impacto social positivo xerado ao distribuír eses alimentos a persoas en risco de exclusión social.
Calidade do emprego, participación e xestión dos traballadores (GRI 401)	Fóra e dentro da organización	Directa	A estabilidade e a calidade do emprego son claves nunha organización como EROSKI, na que moitas persoas traballadoras son tamén propietarias da cooperativa e na que hai máis de 33.000 empregados directos.
Saúde e seguridade no traballo (GRI 403)	Dentro da organización	Directa	As persoas traballadoras son un dos nosos grupos de interese prioritarios e están afectadas directamente a diario polas políticas en materia de saúde e seguridade que existan na organización.
Diversidade e igualdade de oportunidades (GRI 405)	Fóra e dentro da organización	Directa	As desigualdades existentes na sociedade e no mundo laboral actual entre as mulleres e os homes fan que sexa chave potenciar o empoderamento da muller, garantir a igualdade de salarios e dereitos, e fomentar a conciliación laboral tamén desde a nosa organización.
Saúde e seguridade das persoas consumidoras e produtos máis saudables e adaptados a dietas especiais (GRI 416, E-1, E-2)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Como empresa de distribución alimentaria, podemos causar un gran impacto na saúde dos nosos clientes. Garantir a calidade e a seguridade de todos os produtos, da man dos nosos provedores, é crítico para a organización. Ademais, as altas taxas de obesidade e sobrepeso en España fan que dispor de produtos máis saudables e equilibrados sexa prioritario para a sociedade. Así mesmo, o aumento das alerxias alimentarias e das necesidades de colectivos como os celíacos esixe que nas nosas tendas haxa alimentos aptos para eles que cubran as súas necesidades diarias de alimentación.
Información e formación das persoas consumidoras (GRI 416, E-3, E-4, E-5)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Como cooperativa de consumidores, a formación e información en materia de consumo responsable e hábitos de vida saudables son inherentes á nosa organización. Ademais, o impacto que un cambio nos hábitos de consumo da nosa sociedade podería ter na sustentabilidade global do planeta é incuestionable.
Etiquetaxe e información dos produtos (GRI 417)	Fóra e dentro da organización	Directa e indirecta	Unha correcta e completa etiquetaxe dos produtos é clave para a saúde dos nosos clientes e para o ambiente, xa que facilita a correcta xestión dos residuos e o compromiso de transparencia que ten EROSKI. A atención diferencial e a mercadotecnia individualizada teñen un alto impacto nas vendas e índices de satisfacción das persoas consumidoras.
Xestión de clientes (GRI 418)	Fóra e dentro da organización	Directa	O novo modelo "contigo" sitúa os clientes no centro da nosa estratexia. Ofrecer unha atención personalizada e eficiente é esencial para ter unha boa valoración dos nosos clientes e polo tanto, para o noso desempeño. Coa importante transformación dixital da organización, garantir a protección de datos dos nosos clientes tamén é clave para nós.
Cumprimento da lexislación ambiental e socioeconómica (GRI 307, 419)	Fóra e dentro da organización	Directa	O cumprimento da lexislación socioeconómica e ambiental é necesario para garantir a ausencia de impactos negativos respecto da sustentabilidade. Ademais, pode supor sancións económicas e administrativas, así como un risco reputacional.

E: Contido propio de EROSKI. Máis información na páxina 159

Información adicional sobre o cálculo dos indicadores presentados na memoria

Indicador	Alcance	Metodología de cálculo/Comentarios
Información sobre empregados directos (GRI 102-8, 405-1)	Grupo EROSKI	O total de empregados directos e Socios/as Traballadoras é unha media dos datos rexistrados durante o último mes do exercicio 2017 (xaneiro de 2018). As porcentaxes por tipo de contrato, xornada, idade, xénero e categoría profesional corresponden aos datos a 31 de xaneiro de 2018 (data de fin do exercicio). Esas porcentaxes aplicáronse ao número total de persoas traballadoras reportado (30.501).
Ratio de compensación total anual e o seu incremento (GRI 102-38)	EROSKI S. Coop.	A ratio calculouse tendo en conta unicamente o anticipo laboral da persoa mellor pagada e a media do resto de Socias/os na cooperativa. En 2018 ampliárase o alcance para que a ratio corresponda a todo o Grupo EROSKI.
Información sobre accidentabilidade e formación en PRL (GRI 403-2, 404-1)	Grupo EROSKI	Datos correspondentes ao ano natural 2017.
Número de provedores e importes de compra (GRI 204)	Provedores de servizos: Grupo EROSKI sen CAPRABO nin VEGALSA Provedores comerciais: Grupo EROSKI (ámbito alimentario)	O alcance dos datos é igual ao da memoria 2016. Na memoria de 2018 incorporáranse tamén os datos de VEGALSA e CAPRABO na información de provedores de servizos e dos negocios diversificados na información de provedores comerciais.
Envases loxísticos reutilizados (GRI 301-3)	Grupo EROSKI (ámbito alimentario)	Datos de palés e caixas plásticas usadas durante o exercicio 2017 nas plataformas xestionadas por EROSKI e que se detallan no Capítulo 5.
Consumo enerxético dentro da organización (GRI 302-1)	Grupo EROSKI *	*Os datos de consumo de gas natural para calefacción e electricidade corresponden ao Grupo EROSKI. Os datos de consumo de diésel en operacións de transporte teñen alcance no Grupo EROSKI (dominio alimentario), agás o transporte xestionado pola sociedade VEGALSA, que non está incluído nesta memoria. Non se dispón de datos de consumo de electricidade detallado por usos. Factores de conversión utilizados no cálculo: - Conversión de quilovatio hora a megajoule: 1 kWh = 3,6 MJ. - Consumo de combustible en operacións de transporte (Fonte: Estimacións propias de EROSKI en función da súa frota): - Percorrido medio en transporte PCO: 400 km - Consumo medio diésel en transporte PCO: 0,37 l/km - Consumos medios por tipo de vehículo en Distribución: Furgón: 0,16 l/km; 9-13 palés: 0,22 l/km; 14-16 palés: 0,28 l/km; 17-19 palés: 0,28 l/km; 20-24 palés: 0,30 l/km; Tráiler: 0,36 l/km; Tren de estrada: 0,39 l/km. - Conversión de litros de diésel a gigajoules (Fonte: «Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido decarbono», MAPAMA, 2018): - Densidade do diésel: 832,5 kg/m - Poder calorífico do diésel: 343 GJ/t.
Consumo enerxético fóra da organización (GRI 302-2)	EROSKI S. Coop.	Factor de conversión utilizado no cálculo: Consumo medio de diésel en viaxes de traballo por estrada: 5,12 l/km. (Fonte: Medio do consumo aos 100 km de vehículos tipo M1 dispoñibles na base de datos de IDAE).
Intensidade enerxética (GRI 302-3)	Grupo EROSKI	Indicadores utilizados para calcular o consumo relativo de enerxía na organización: - Superficie comercial: 1.356.524 m² (a 31 de enero de 2017) - Vendas netas: 4.792 millóns de euros.
Redución do consumo enerxético (GRI 302-4)	Grupo EROSKI	O ano 2016 foi seleccionado como ano base para presentar as reducións de consumo de combustible en transporte e enerxía por corresponder ao exercicio da primeira memoria de sustentabilidade acorde con GRI que elaboramos.
Extracción de auga por fonte (GRI 303-1)	Grupo EROSKI	O consumo para o exercicio 2017 calculouse a partir do gasto en auga potable rexistrado. O prezo medio da auga aplicado como factor de conversión é de 2,68 €/m ³ , que foi calculado en función dos prezos dunha mostra de facturas para as distintas empresas ou empresas con consumo de auga. Non se dispón dun rexistro de todas as fontes das que os distintos municipios que subministran a EROSKI extraen a auga.

Información adicional sobre el cálculo de los indicadores presentados en la memoria

Indicador	Alcance	Metodología de cálculo/Comentarios
Vertedura de augas	Grupo EROSKI	Estimouse que a auga vertida corresponde a un 99 % da auga potable consumida: 1.055.157 m ³ .
Emisións directas de GEI (alcance 1) (GRI 305-1)	Gas natural: Grupo EROSKI Refrigerantes: Grupo EROSKI (sen VEGALSA) Diésel: Grupo EROSKI (dominio alimentario, sen VEGALSA)	- Factores de caracterización do Potencial de Quecemento Global utilizados (kg CO₂,eq./kg CO₂, kg CO₂,eq/ kg CH₄, kg CO₂,eq/ kg N₂O, HFC emitidos): - GWP100 do IPCC 2013 (Fonte: CML, agosto de 2016). - Para as mesturas de refrigerantes, o factor de caracterización correspondente - calculouse considerando a súa composición (% de cada HFC) e os factores de emisión de GWP100-IPCC 2013 de CML (agosto de 2016). - Factores de emisión de CO₂ para o gas natural (Fonte: «Factores de emisión. Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono 2018». MAPAMA): - 0,203 kg CO₂/kWh Poder Calorífico Neto. - 0,901 kWh PC neto/kWh Poder Calorífico Superior - Os factores de emisión de CH₄ e N₂O para o gas natural corresponden ás Directrices do IPCC de 2006 para os inventarios nacionais de gases de efecto invernadoiro (Stationary combustion. Táboa 2.4). - Factor de emisión de CO₂ para o diésel en transporte (Fonte: Norma EN 16258 - conforme se recolle na «Guía de cálculo de la huella de carbono del transporte de mercancías por carretera -2017» de AECOC): - 2,67 kgCO₂/litro diésel (emisión directa). - Enfoque de consolidación para as emisións: control operacional.
Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2) (GRI 305-2)	Grupo EROSKI	- Factor de emisión de CO₂ segundo o mix nacional (Fonte: «Acuerdo sobre los resultados el sistema de garantía de origen y etiquetado de la electricidad relativos a la energía producida en el año 2017», CNMC, abril de 2018): - 0,43 kg CO₂, eq./kWh - Factor de emisión de CO₂ segundo o mix das comercializadoras (Fonte: calculado en función da % consumida por EROSKI de cada comercializadora e os factores de impacto ambiental da CNMC de 2017 para cada comercializadora): - 0,378 kg CO₂/kWh - Enfoque de consolidación para as emisións: control operacional.
Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3) (GRI 305-3)	Producción do diésel consumido nas operacións de transporte: Grupo EROSKI (ámbito alimentario, sen VEGALSA) Viaxes de traballo: Grupo EROSKI	- Factor de emisión de CO₂ para el diésel en transporte (Fuente: Norma EN 16258 según se recoge en la "Guía de cálculo de la huella de carbono del transporte de mercancías por carretera -2017" de AECOC.): - 3,24 kgCO₂,eq./litro diésel (cuna-tumba). Para el factor "del pozo al tanque" se restan los 2,67 kgCO₂/litro diésel de emisión directa. - Factor de emisión de CO₂ de los viajes en avión: calculado por Travel Air usando la calculadora de ICAO.
Intensidade das emisións de GEI (GRI 305-4)	Ver alcances das emisións directas e indirectas de GEI (alcances 1, 2, e 3)	Indicadores utilizados para calcular as emisións de GEI relativas na organización: - Superficie comercial: 1.356.524 m². - Vendas netas: 4.792 millóns de euros.
Residuos (GRI 306-1, 306-2)	Grupo EROSKI (ámbito alimentario)	Os residuos xerados por EROSKI que se presentan nesta memoria son aqueles tratados por xestores especializados, seleccionados co criterio de que a reciclaxe e a valorización sexan os tratamentos aplicados na maioría dos casos (só o 6 % dos residuos son levados a vertedoiro). Non se dispón de información sobre os residuos sólidos urbanos recollidos polos servizos municipais. CAPRABO adoita xestionar os seus residuos orgánicos a través dos servizos municipais de residuos, agás nas súas tendas de Navarra que si dispoñen do servizo de loxística inversa. Os datos correspondentes a esa comunidade autónoma tamén están incluídos nos datos proporcionados nesta memoria.
Alimentos doados a través del Programa "Desperdicio cero" (E-6)	Grupo EROSKI	Os datos corresponden ao ano natural 2017. Utilizouse unha conversión de 1 euro = 1 kg para o cálculo en toneladas.
Lectores revista EROSKI CONSUMER (E-6)	Tiraxe completa da revista	Estimouse unha media de 2,5 lectores por revista, cunha tiraxe mensual de 111.680 exemplares.

E: Contido propio de EROSKI. Máis información na páxina 159.

Mecanismos formais de queixa e reclamación

Existen distintas canles a través das que se poden remitir queixas ou reclamacións a EROSKI en relación coas tres dimensións da sustentabilidade. En concreto:

Reclamacións, queixas e suxestións de cliente:

Poden dirixirse ao teléfono de atención ao cliente de EROSKI 944 943 444, de luns a sábado de 9.00 a 22.00 h ou encher o formulario dispoñible en [www.eroski.es/ contacto](http://www.eroski.es/contacto). No caso de querer contactar con CAPRABO, poden facelo a través do teléfono 93 261 60 60 no mesmo horario ou entrar na páxina web: www.miclubcaprabo.com/atencion-cliente. FORUM SPORT dispón do teléfono 944 286 618 tamén con igual horario ou o enderezo de correo electrónico: forumsport@forumsport.es.

En calquera destas canles procederemos a rexistrar a súa queixa/reclamación e xestionarémola cos responsables correspondentes dentro da organización para ofrecer unha solución/compensación coa maior brevidade posible.

Reclamacións relacionadas co cumprimento contractual ou legal:

As notificacións ou requirimentos relacionados con algún incumprimento normativo ou contractual son remitidas ao centro ou área correspondente ou directamente ao Departamento Xurídico de EROSKI. Neste último caso, dependendo da materia de que se trate, o Departamento Xurídico deriva á área de xestión correspondente o escrito para solicitar resposta. En función da resposta, o Departamento Xurídico realiza o escrito de contestación seguindo a Lei de Procedemento Administrativo. Ademais, se proceder, poríanse en marcha aquelas accións dirixidas a resolver o incumprimento que orixinou a reclamación.

Reclamacións ou queixas de persoas traballadoras:

Para queixas ou reclamacións relacionadas con xestións administrativas ou propias do posto, pódense dirixir ao Departamento Social a través do seu Xefe ou Rexional de Persoas ou contactando co Responsable de Administración de Persoas.

Para denuncias relacionadas co incumprimento do Código de Conduta Corporativo ou Plan de Riscos Penais dispoñemos dun teléfono de contacto [94 621 12 34], unha caixa de correo electrónico [canaldenuncia@eroski.es] e un formulario para a súa entrega física. O Responsable da Oficina de Cumprimento reporta ao Comité de Auditoría e Cumprimento do Consello Reitor as denuncias recibidas a través da canle de denuncia e da Área Social. O Comité de Auditoría supervisa o funcionamento dos procedementos establecidos na recepción das consultas e notificacións, e valida a resposta dada nelas.

Ademais, contamos cun protocolo específico para o tratamento dos casos de acoso sexual e por razón de sexo no posto de traballo. Este iníciase coa solicitude de intervención da presunta vítima a través do seu Xefe ou Rexional de Persoas, ou dalgún dos membros do Consello Social. Constitúese unha Comisión Instrutora que abre o correspondente expediente de investigación confidencial. Finalizado o devandito expediente, emite un informe de conclusións, que se remite á Dirección de Persoas para adoptar as medidas propostas que considere oportunas.

Servizo de Información a Provedores (SIP)

O Servizo de Información a Provedores dá servizo ás empresas proveedoras en materia contable e financeira. É dicir, sobre a situación das súas facturas, os vencementos, os pagamentos ou os cargos emitidos por parte de EROSKI. As empresas proveedoras que utilizan esta canle para trasladar dúbidas ou problemas relacionados con outros temas son redirixidas ás persoas e/ou aos departamentos correspondentes.

Este servizo tamén resolve as dúbidas dos xestores comerciais que poidan ter algunha incidencia con algún proveedor/a ou que poidan requirir algunha información sobre o estado da conta.

As empresas proveedoras contactan co SIP quer por teléfono (de 8:30 a 13:30 e de 15:00 a 16:00) quer por correo electrónico. Este último revísase e xestiónase, cunha demora de non máis de 2 días, en función das épocas (días previos a pagamentos, etc.). Ademais, as empresas proveedoras pódense adherir de xeito gratuíto á páxina web que teñen á súa disposición, a través da cal poden acceder á situación das facturas, dos cargos, etc.

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

Índice de contidos GRI

Estándares universais

GRI 102: Contidos xerais, versión 2016

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación
1. Perfil da organización				
102-1	Nome da organización	10		✓
102-2	Actividades, marcas, produtos e servizos	11, 28, 44, 46, 111		✓
102-3	Localización da sede		Barrio San Agustín, s/n. 48230. Elorrio, Vizcaya	✓
102-4	Localización das operacións	11, 12	Datos de 2016 para comparar	✓

Número de tendas do grupo eroski e as súas franquías por negocio e insignia 2016

	Propios	Franquiados	Total
Hipermercados			79
Supermercados			1.269
Cash&Carry			19
Gasolineiras			60
Ópticas			20
Axencias de viaxes			160
Tendas de material deportivo FORUM SPORT			52
Perfumarías iF			169
Tendas en liña			9
TOTAL	1.369	468	1.837

Insignia

	Propios	Franquiados	Total
EROSKI/city			479
CAPRABO			322
EROSKI/center			159
AUIPROX			151
FAMILIA			79
ONDA			74
RAPID			5
TOTAL	790	489	1.279

Distribución por comunidade autónoma e negocio dos establecementos 2016

	Propios							Franquiados						
	Cash & Carry	Gasolinas	Hipermercados	FORUM SPORT	Supermercados	Axencias de viaxes	Ópticas	Total	Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	FORUM SPORT	Total	Total
Andalucía	7	10				1	3	21		51	1		52	73
Andorra								0		8			8	8
Aragón		2		2	36	5		45		21			21	66
Asturias	1	2	1	5	10	5		24		1			1	25
Cantabria		1	1	4	8	5		19		8	3		11	30
Castela e León		1	1	12	21	9		44		5	2	1	8	52
Castela-A Mancha		4	5			2	2	13		4			4	17
Cataluña		1	2	1	247	3		254	1	56			57	311
Ceuta								0		1			1	1
Com. Valenciana		3	4	2		1		10	1				1	11
Estremadura				1		1		2		2			2	4
Galicia	18	3	5	1	149	5		181	128	1			129	310
Xibraltar								0		2			2	2
Illes Balears		2			109			111		74			74	185
Illes Canaries			1					1					0	1
A Ríoxa		1	1	3	10	7		22		4			4	26
Madrid					4			4		8			8	12
Melilla								0	1				1	1
Murcia		3	3	1				7			1		1	8
Navarra		3	2	6	54	14	1	80		27	2		29	109
País Vasco		17	21	21	146	78	10	293		89	9		98	391
Total xeral	19	50	58	58	790	140	16 1131*		3	489	19	1	512	1.643*

* Nesta táboa non se contabilizan as tendas en liña
Para os efectos de ofrecer unha imaxe máis actualizada, os datos da rede comercial incluídos neste mapa e táboa non contemplan os establecementos pendentes de ser traspasados durante o primeiro semestre de 2017.

102-5	Propiedade e forma xurídica	10		✓
-------	-----------------------------	----	--	---

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																																																																																
102-6	Mercados servidos	11-14		✓																																																																																
102-7	Tamaño da organización	11, 18, 66	Datos de 2016 para comparar	✓																																																																																
			Número total de persoas empregadas 2016																																																																																	
			<table><tr><td></td><td>TOTAL</td><td>%</td></tr><tr><td>Mulleres</td><td>26.005</td><td>78,4%</td></tr><tr><td>Homes</td><td>7.157</td><td>21,6%</td></tr><tr><td>Total</td><td>33.162</td><td></td></tr></table>		TOTAL	%	Mulleres	26.005	78,4%	Homes	7.157	21,6%	Total	33.162																																																																						
	TOTAL	%																																																																																		
Mulleres	26.005	78,4%																																																																																		
Homes	7.157	21,6%																																																																																		
Total	33.162																																																																																			
			<table><tr><td></td><td>TOTAL</td><td>%</td></tr><tr><td>Socios/as</td><td>11.352</td><td>34,2%</td></tr></table>		TOTAL	%	Socios/as	11.352	34,2%																																																																											
	TOTAL	%																																																																																		
Socios/as	11.352	34,2%																																																																																		
			Empregos estimados nas franquias 3.044																																																																																	
			Todos os empregados directos de EROSKI operan en España																																																																																	
102-8	Información sobre empregados e outros traballadores	66, 144	Datos de 2016 para comparar	✓																																																																																
			Número total de persoas empregadas por tipo de contrato 2016																																																																																	
			<table><tr><td></td><td colspan="2">Número de personal</td><td>% Total</td></tr><tr><td></td><td>Mulleres</td><td>Homes</td><td>Total</td></tr><tr><td>Nº empregados con contrato permanente</td><td>20.568</td><td>5.260</td><td>25.818</td></tr><tr><td>Nº empregados con contrato temporal</td><td>5.437</td><td>1.907</td><td>7.344</td></tr></table>		Número de personal		% Total		Mulleres	Homes	Total	Nº empregados con contrato permanente	20.568	5.260	25.818	Nº empregados con contrato temporal	5.437	1.907	7.344																																																																	
	Número de personal		% Total																																																																																	
	Mulleres	Homes	Total																																																																																	
Nº empregados con contrato permanente	20.568	5.260	25.818																																																																																	
Nº empregados con contrato temporal	5.437	1.907	7.344																																																																																	
			* Por substitucións puntuais, o persoal temporal é do 29% no verán e do 25% no Nadal																																																																																	
			Número total de persoas empregada por tipo de jornada 2016																																																																																	
			<table><tr><td></td><td colspan="2">Número de personal</td><td>% Total</td></tr><tr><td></td><td>Mulleres</td><td>Homes</td><td>Total</td></tr><tr><td>Nº empregados a xornada completa</td><td>13.486</td><td>5.795</td><td>19.281</td></tr><tr><td>Nº empregados a media xornada</td><td>12.519</td><td>1.362</td><td>13.881</td></tr></table>		Número de personal		% Total		Mulleres	Homes	Total	Nº empregados a xornada completa	13.486	5.795	19.281	Nº empregados a media xornada	12.519	1.362	13.881																																																																	
	Número de personal		% Total																																																																																	
	Mulleres	Homes	Total																																																																																	
Nº empregados a xornada completa	13.486	5.795	19.281																																																																																	
Nº empregados a media xornada	12.519	1.362	13.881																																																																																	
102-9	Cadea de subministración	84, 86-93	Datos de 2016 para comparar	✓																																																																																
			Número de provedores comerciais e de servizos por país 2016																																																																																	
			<table><tr><td>País</td><td>Número de empresas provedoras</td></tr><tr><td>España</td><td>9.050</td></tr><tr><td>China</td><td>93</td></tr><tr><td>Francia</td><td>67</td></tr><tr><td>Portugal</td><td>33</td></tr><tr><td>Reino Unido</td><td>21</td></tr><tr><td>Holanda</td><td>11</td></tr><tr><td>Bélxica</td><td>16</td></tr><tr><td>Alemaña</td><td>10</td></tr><tr><td>Italia</td><td>16</td></tr><tr><td>Bangladesh</td><td>9</td></tr><tr><td>Dinamarca</td><td>7</td></tr><tr><td>EUA</td><td>5</td></tr><tr><td>Noruega</td><td>7</td></tr><tr><td>Paquistán</td><td>5</td></tr><tr><td>Andorra</td><td>43</td></tr><tr><td>Irlanda</td><td>7</td></tr><tr><td>Vietnam</td><td>4</td></tr><tr><td>Suíza</td><td>6</td></tr><tr><td>Tailandia</td><td>2</td></tr><tr><td>Outros países*</td><td>8</td></tr></table>	País	Número de empresas provedoras	España	9.050	China	93	Francia	67	Portugal	33	Reino Unido	21	Holanda	11	Bélxica	16	Alemaña	10	Italia	16	Bangladesh	9	Dinamarca	7	EUA	5	Noruega	7	Paquistán	5	Andorra	43	Irlanda	7	Vietnam	4	Suíza	6	Tailandia	2	Outros países*	8																																							
País	Número de empresas provedoras																																																																																			
España	9.050																																																																																			
China	93																																																																																			
Francia	67																																																																																			
Portugal	33																																																																																			
Reino Unido	21																																																																																			
Holanda	11																																																																																			
Bélxica	16																																																																																			
Alemaña	10																																																																																			
Italia	16																																																																																			
Bangladesh	9																																																																																			
Dinamarca	7																																																																																			
EUA	5																																																																																			
Noruega	7																																																																																			
Paquistán	5																																																																																			
Andorra	43																																																																																			
Irlanda	7																																																																																			
Vietnam	4																																																																																			
Suíza	6																																																																																			
Tailandia	2																																																																																			
Outros países*	8																																																																																			
			* Existe unha empresa subministradora en cada un dos seguintes países: Grecia, Corea del Sur, Polonia, Eslovaquia, Túnez, Canadá, Luxemburgo e Israel.																																																																																	
			Número de provedores comerciais e produtores locais por comunidade autónoma 2016																																																																																	
			<table><tr><td></td><td>Número de provedores comerciais</td><td>Número de pequenos produtores locais</td><td>% de provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais</td></tr><tr><td>Comunidade Autónoma</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Andalucía</td><td>405</td><td>281</td><td>69%</td></tr><tr><td>Aragón</td><td>148</td><td>88</td><td>59%</td></tr><tr><td>Asturias</td><td>103</td><td>80</td><td>78%</td></tr><tr><td>Illas Baleares</td><td>194</td><td>154</td><td>79%</td></tr><tr><td>Illas Canarias</td><td>99</td><td>60</td><td>61%</td></tr><tr><td>Cantabria</td><td>102</td><td>77</td><td>77%</td></tr><tr><td>Castela e León</td><td>285</td><td>197</td><td>69%</td></tr><tr><td>Castela-A Mancha</td><td>223</td><td>169</td><td>76%</td></tr><tr><td>Cataluña</td><td>983</td><td>539</td><td>55%</td></tr><tr><td>Ceuta</td><td>5</td><td>5</td><td>100%</td></tr><tr><td>Comunidade Valenciana</td><td>309</td><td>120</td><td>39%</td></tr><tr><td>Estremadura</td><td>74</td><td>59</td><td>80%</td></tr><tr><td>Galicia</td><td>542</td><td>299</td><td>66%</td></tr><tr><td>A Ríoxa</td><td>94</td><td>67</td><td>71%</td></tr><tr><td>Madrid</td><td>352</td><td>56</td><td>16%</td></tr><tr><td>Murcia</td><td>148</td><td>94</td><td>64%</td></tr><tr><td>Navarra</td><td>196</td><td>149</td><td>76%</td></tr><tr><td>País Vasco</td><td>457</td><td>284</td><td>62%</td></tr></table>		Número de provedores comerciais	Número de pequenos produtores locais	% de provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais	Comunidade Autónoma				Andalucía	405	281	69%	Aragón	148	88	59%	Asturias	103	80	78%	Illas Baleares	194	154	79%	Illas Canarias	99	60	61%	Cantabria	102	77	77%	Castela e León	285	197	69%	Castela-A Mancha	223	169	76%	Cataluña	983	539	55%	Ceuta	5	5	100%	Comunidade Valenciana	309	120	39%	Estremadura	74	59	80%	Galicia	542	299	66%	A Ríoxa	94	67	71%	Madrid	352	56	16%	Murcia	148	94	64%	Navarra	196	149	76%	País Vasco	457	284	62%	
	Número de provedores comerciais	Número de pequenos produtores locais	% de provedores rexionais respecto ao total de provedores comerciais																																																																																	
Comunidade Autónoma																																																																																				
Andalucía	405	281	69%																																																																																	
Aragón	148	88	59%																																																																																	
Asturias	103	80	78%																																																																																	
Illas Baleares	194	154	79%																																																																																	
Illas Canarias	99	60	61%																																																																																	
Cantabria	102	77	77%																																																																																	
Castela e León	285	197	69%																																																																																	
Castela-A Mancha	223	169	76%																																																																																	
Cataluña	983	539	55%																																																																																	
Ceuta	5	5	100%																																																																																	
Comunidade Valenciana	309	120	39%																																																																																	
Estremadura	74	59	80%																																																																																	
Galicia	542	299	66%																																																																																	
A Ríoxa	94	67	71%																																																																																	
Madrid	352	56	16%																																																																																	
Murcia	148	94	64%																																																																																	
Navarra	196	149	76%																																																																																	
País Vasco	457	284	62%																																																																																	

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación										
102-10	Cambios significativos na organización e na súa cadea de subministración	13, 18, 86, 87	Datos de 2016 para comparar Novas aperturas 2016 <table><tr><td>Supermercados</td><td>44</td></tr><tr><td>Gasolineiras</td><td>3</td></tr><tr><td>Axencias de viaxes</td><td>2</td></tr><tr><td>FORUM SPORT</td><td>7</td></tr><tr><td>Perfumaría</td><td>1</td></tr></table>	Supermercados	44	Gasolineiras	3	Axencias de viaxes	2	FORUM SPORT	7	Perfumaría	1	✓
Supermercados	44													
Gasolineiras	3													
Axencias de viaxes	2													
FORUM SPORT	7													
Perfumaría	1													
102-11	Principio ou enfoque de precaución	42, 101, 110		✓										
102-12	Iniciativas externas	30,31,63, 109,111, 115,117		✓										
102-13	Afiliación a asociacións	26, 27, 101		✓										
2. Estratexia														
102-14	Declaración de altos executivos responsables da toma de decisións	4-5		✓										
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades		Información confidencial. O mapa de riscos e impactos revisouse ao longo de 2017.	✓										
3. Ética														
102-16	Valores, principios, estándares e normas de conduta	15,24,25, 62-65, 70-71		✓										
4. Gobernanza														
102-18	Estrutura de gobernanza	20-24	A información detallada sobre a estrutura de gobernanza está dispoñible nos apartados A (Estrutura da Propiedade), B (Asemblea Xeral) e C (Estrutura da Administración) do Informe Anual de Goberno Corporativo.	✓										
102-19	Delegación de autoridade	20-21		✓										
102-20	Responsabilidade a nivel executivo de temas económicos, ambientais e sociais	20-24		✓										
102-21	Consulta dos grupos de interese sobre temas económicos, ambientais e sociais	20-23		✓										
102-22	Composición do máximo órgano de goberno e dos seus comités	20-23, 72		✓										
102-23	Presidente do máximo órgano de goberno	20-21		✓										
102-24	Nomeamento e selección do máximo órgano de goberno	20-23		✓										
102-25	Conflicto de interese	25	A información detallada atópase no apartado D.4 do Informe Anual de Goberno Corporativo.	✓										
102-26	Función do máximo órgano de goberno na selección de obxectivos, valores e estratexias	20-23		✓										
102-27	Cñecementos colectivos do máximo órgano de goberno	20-22		✓										
102-28	Avaliación do desempeño do máximo órgano de goberno	20-22		✓										
102-29	Identificación e xestión dos impactos económicos, ambientais e sociais	25		✓										
102-30	Eficacia dos procesos de xestión do risco	25		✓										
102-31	Avaliación de temas económicos, ambientais e sociais	20-23, 25		✓										
102-32	Función do máximo órgano de goberno na elaboración de informes de sustentabilidade		O responsable da aprobación de contidos desta Memoria é o Director de Saúde e Sustentabilidade de EROSKI. En 2017, a información non financeira incluída no Informe de Xestión e as Contas Anuais será ademais revisada e aprobada polo Comité de Auditoría e o Consello Reitor.	✓										
102-33	Comunicación de preocupacións críticas	20-21		✓										
102-34	Natureza e número total de preocupacións críticas		Información confidencial. As preocupacións críticas notificadas ao Consello Reitor son rexistradas nas actas das sesións correspondentes e non se publican fóra da organización.	✓										
102-35	Políticas de remuneración	70		✓										
102-36	Proceso para determinar a remuneración	70		✓										
102-37	Implicación dos grupos de interese na remuneración	70		✓										
102-38	Ratio de compensación total anual	70, 144	A persoa con maior remuneración en 2017 foi o Presidente de EROSKI S. Coop., Agustín Markaide.	✓										
102-39	Ratio do incremento porcentual da compensación total anual	70		✓										
5. Participación dos grupos de interese														
102-40	Listaxe dos grupos de interese	37		✓										
102-41	Acordos de negociación colectiva	68		✓										
102-42	Identificación e selección de grupos de interese	37		✓										
102-43	Enfoque para a participación dos grupos de interese	20-21		✓										
102-44	Temas e preocupacións clave mencionados	38	Utilízanse os mecanismos de comunicación específicos de cada grupo de interese para dar resposta ás preocupacións que presentan á organización, ademais das canles xenéricas como a páxina web, a memoria anual ou as notas de prensa. As preocupacións chave tamén se teñen en consideración no deseño dos plans estratéxicos e de xestión.	✓										
6. Prácticas para a elaboración de informes														
102-45	Entidades incluídas nos estados financeiros consolidados		A listaxe completa está nas páxinas 97 a 102 do Informe Financeiro Anual Consolidado de EROSKI dispoñible na web www.cnmv.es	✓										
102-46	Definición dos contidos dos informes e dos alcances do tema	140-143		✓										
102-47	Listaxe dos temas materiais	142		✓										

Tema material

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación
102-48	Reexpresión da información	108	En 2016 os datos que se deron para os desprazamentos por estrada en viaxes de traballo eran só de EROSKI S. Coop. Este ano danse datos de todo o Grupo EROSKI. Na versión impresa de 2016 había unha errata no total de residuos e no total de residuos non perigosos na pág.102. Son 47.798 t e 47.760 t, respectivamente. Na información non financeira incluída como Anexo das Contas Anuais Consolidadas de EROSKI, dispoñibles en www.cnmv.es , utilizouse o valor de todos os ingresos ordinarios (operacións continuadas e interrompidas, 4.848 millóns de euros) para as razóns de enerxía e emisións. Nesta memoria utilízase o dato de 4.792 millóns, que corresponde aos ingresos ordinarios por operacións continuadas. Tamén se actualizou o dato de achegas de acción social ao contorno, á cultura e ao deporte (250 euros menos).	✓
102-49	Cambios na elaboración de informes	140		✓
102-50	Período obxecto do informe		Exercicio 2017: 1 de febreiro de 2017 a 31 de xaneiro de 2018	✓
102-51	Data do último informe		Exercicio 2016	✓
102-52	Ciclo de elaboración de informes		Anual	✓
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre o informe		sostenibilidad@eroski.es	✓
102-54	Declaración de elaboración do informe en conformidade cos Estándares GRI		Este informe elaborouse en conformidade cos estándares GRI: opción Esencial	✓
102-55	Índice de contidos GRI	147-159		✓
102-56	Verificación externa	162		✓

Estándares temáticos

GRI 200: Temas económicos, versión 2016

GRI 201: Desempeño Económico

103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	146, 18, 19		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	18, 19		✓
201-1	Valor económico directo xerado e distribuído	18	As contas anuais consolidadas do Grupo EROSKI están dispoñibles na web www.cnmv.es	✓
201-4	Asistencia financeira recibida do goberno		A información sobre as subvencións anuais recibidas está detallada na Nota 26 da páxina 88 do PDF das Contas Anuais Consolidadas de EROSKI, dispoñibles en www.cnmv.es . Ademais, a Nota 15 da páxina 60 do PDF contén información sobre deducións e bonificacións sobre as ganancias.	✓

GRI 202: Presenza non mercado

103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	70		✓																												
202-1	Ratio do salario de categoría inicial estándar por sexo fronte ao salario mínimo local	70	Datos de 2016 para comparar Retribución base anual en Eroski S. Coop. para cada categoría laboral 2016 <table><tr><th></th><th>Anual con pagas extras (Euros)</th><th>Hora (1.837,5 h d e traballo efectivo/ano)</th><th>% de incremento a respecto do salario mínimo interprofesional de España (707,6 euros)</th></tr><tr><td>Profesionais</td><td>14.243</td><td>7,75</td><td>55%</td></tr><tr><td>Responsables</td><td>15.645</td><td>8,51</td><td>71%</td></tr><tr><td>Técnicos</td><td>23.449</td><td>12,76</td><td>156%</td></tr><tr><td>Mandos</td><td>26.291</td><td>14,31</td><td>187%</td></tr><tr><td>Xestores</td><td>36.239</td><td>19,72</td><td>295%</td></tr><tr><td>Directivos</td><td>44.948</td><td>24,46</td><td>390%</td></tr></table>		Anual con pagas extras (Euros)	Hora (1.837,5 h d e traballo efectivo/ano)	% de incremento a respecto do salario mínimo interprofesional de España (707,6 euros)	Profesionais	14.243	7,75	55%	Responsables	15.645	8,51	71%	Técnicos	23.449	12,76	156%	Mandos	26.291	14,31	187%	Xestores	36.239	19,72	295%	Directivos	44.948	24,46	390%	✓
	Anual con pagas extras (Euros)	Hora (1.837,5 h d e traballo efectivo/ano)	% de incremento a respecto do salario mínimo interprofesional de España (707,6 euros)																													
Profesionais	14.243	7,75	55%																													
Responsables	15.645	8,51	71%																													
Técnicos	23.449	12,76	156%																													
Mandos	26.291	14,31	187%																													
Xestores	36.239	19,72	295%																													
Directivos	44.948	24,46	390%																													
202-2	Proporción de altos directivos contratados da comunidade local		Información non dispoñible. Non se rexistra o lugar de residencia dos empregados antes de ser contratados por EROSKI, senón o lugar de residencia no tempo de duración do contrato	✓																												

GRI 203: Impactos económicos indirectos

103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	19		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	19		✓
203-1	Investimentos en infraestruturas e servizos prestados	19		✓
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	19		✓

GRI 204: Prácticas de Adquisición

103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	86-97		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	86-97		✓
204-1	Proporción de gasto en provedores locais	86,144	Datos de 2016 para comparar	✓
			Empresas provedoras comerciais e de servizos	Máis de 9.400
			Transaccións económicas	Máis de 4.693 millóns de euros
			Artigos diferentes no último exercicio	Máis de 117.000
			Gasto en provedores que corresponden a empresas situadas no territorio español	98%
			Provedores locais e rexionais da nosa cadea de subministración comercial	Máis do 50%

GRI 205: Anticorrupción

103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	24-25		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	24-25		✓
205-1	Operacións avaliadas para riscos relacionados coa corrupción	24	Os riscos identificados na análise non se poden proporcionar, xa que se trata de información confidencial para a organización.	✓
205-2	Comunicación e formación sobre políticas e procedementos anticorrupción		En 2018 está previsto o lanzamento dunha comunicación masiva dirixida a todo o cadro de persoal para dar coñecer as ferramentas de compliance accesibles a través da intranet	✓
205-3	Casos de corrupción confirmados e medidas tomadas		No se identificou ningún caso de corrupción en 2017.	✓

GRI 300 Estándares ambientais, versión 2016

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación
GRI 301: Materiais				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	100-101, 110, 111, 115		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	100-102, 110, 111, 115		✓
301-1	Materiais utilizados por peso ou volume	102	Os datos de materiais de envases e produtos incluídos na memoria	✓

corresponden unicamente aos materiais declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor (ECOEMBES, ECOTIC, ECOPILAS, SIGAUS e AMBILAMP).

Non se dispón de información centralizada sobre a cantidade e tipo de materiais utilizados nos máis de 110.000 artigos diferentes comercializados que inclúen tamén marcas de fabricante.

Datos de 2016 para comparar

Materiais usados nos produtos e envases de marca propia declarados aos Sistemas Colectivos de Responsabilidade Ampliada de Produtor 2016

Envases e embalaxes

Tipo de material	Toneladas
Non Renewable	1.449
Aceiro	294
Aluminio	37
Outros	7
Plástico	1.111
Renovable	1.670
Cerámica	5
Papel/Cartón/Madeira/Cortiza	1.486
Vidro	179
Total	3.119

Tipo de material	Toneladas
Pilas	100
Lámpadas fluorescentes compactas	0,001
Aceite	4
Aparatos eléctricos e electrónicos	1.477

Papel consumido en publicidade e na sede social de EROSKI

Folletos publicidade*	4.949
Revistas**	369
Sede***	12
Total	5.330

GRI 302: Enerxía

103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	100-101,110,116,118		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	100-101,103,110,116,118		✓
302-1	Consumo enerxético dentro da organización	103,144	Non se vendeu enerxía durante 2017.	✓

Datos de 2016 para comparar

Consumo enerxético 2016

Enerxía consumida	kWh	GJ
Total	877.675.027	3.159.630

Orixe	Porcentaxe
Gas natural	2%
Diésel	23%
Electricidade	76%

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																																														
302-2	Consumo enerxético fóra da organización	103,144	+ 2.545.600 kWh (9.164 gigajoules) estimados de consumo de diésel en desprazamentos por estrada en viaxes de traballo Datos de 2016 para comparar Electricidade 2016 <table><tr><td>Electricidade</td><td>kWh</td><td>GJ</td></tr><tr><td>Total</td><td>664.021.803</td><td>2.390.478</td></tr><tr><td>Electricidade</td><td>Porcentaxe</td><td></td></tr><tr><td>Hipermercados</td><td>30%</td><td></td></tr><tr><td>Supermercados</td><td>56%</td><td></td></tr><tr><td>Plataformas</td><td>8%</td><td></td></tr><tr><td>Outros</td><td>6%</td><td></td></tr></table>	Electricidade	kWh	GJ	Total	664.021.803	2.390.478	Electricidade	Porcentaxe		Hipermercados	30%		Supermercados	56%		Plataformas	8%		Outros	6%		✓																									
Electricidade	kWh	GJ																																																
Total	664.021.803	2.390.478																																																
Electricidade	Porcentaxe																																																	
Hipermercados	30%																																																	
Supermercados	56%																																																	
Plataformas	8%																																																	
Outros	6%																																																	
302-3	Intensidade enerxética	103,144	Datos de 2016 para comparar Ratio de intensidade enerxética en EROSKI 2016 <table><tr><td>kWh/m2 superficie comercial*</td><td>575</td></tr><tr><td>kWh/€ vendas netas</td><td>0,16</td></tr></table> * O cálculo faise segundo os m² ao final do exercicio Gas natural 2016 <table><tr><td>Gas natural</td><td>kWh</td><td>GJ</td></tr><tr><td>Total</td><td>13.467.780</td><td>48.484</td></tr><tr><td>Gas natural</td><td>Porcentaxe</td><td></td></tr><tr><td>Hipermercados</td><td>67%</td><td></td></tr><tr><td>Supermercados</td><td>2.1%</td><td></td></tr><tr><td>Plataformas</td><td>30.1%</td><td></td></tr><tr><td>Outros</td><td>0.3%</td><td></td></tr></table> Diésel 2016 <table><tr><td>Diésel</td><td>kWh</td><td>GJ</td></tr><tr><td>Total</td><td>200.185.444</td><td>720.668</td></tr><tr><td>Diésel</td><td>Porcentaxe</td><td></td></tr><tr><td>Compra en orixe</td><td>35%</td><td></td></tr><tr><td>Distribución en tenda</td><td>65%</td><td></td></tr><tr><td>Plataformas</td><td>30.1%</td><td></td></tr><tr><td>Outros</td><td>0.3%</td><td></td></tr></table>	kWh/m2 superficie comercial*	575	kWh/€ vendas netas	0,16	Gas natural	kWh	GJ	Total	13.467.780	48.484	Gas natural	Porcentaxe		Hipermercados	67%		Supermercados	2.1%		Plataformas	30.1%		Outros	0.3%		Diésel	kWh	GJ	Total	200.185.444	720.668	Diésel	Porcentaxe		Compra en orixe	35%		Distribución en tenda	65%		Plataformas	30.1%		Outros	0.3%		✓
kWh/m2 superficie comercial*	575																																																	
kWh/€ vendas netas	0,16																																																	
Gas natural	kWh	GJ																																																
Total	13.467.780	48.484																																																
Gas natural	Porcentaxe																																																	
Hipermercados	67%																																																	
Supermercados	2.1%																																																	
Plataformas	30.1%																																																	
Outros	0.3%																																																	
Diésel	kWh	GJ																																																
Total	200.185.444	720.668																																																
Diésel	Porcentaxe																																																	
Compra en orixe	35%																																																	
Distribución en tenda	65%																																																	
Plataformas	30.1%																																																	
Outros	0.3%																																																	
302-4	Redución do consumo enerxético	103,144		✓																																														
GRI 303: Auga																																																		
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	100-101,110		✓																																														
303-1	Extracción de auga por fonte	105, 144	A auga que consomen as nosas tendas, plataformas e sedes é servida por redes municipais de abastecemento de auga potable que xestionan directamente a captación e a potabilización da auga distribuída. Datos de 2016 para comparar Consumo de auga 2016 <table><tr><td>Consumo de auga</td><td>m³ estimados</td></tr><tr><td>Total</td><td>1.763.459 m³</td></tr></table> <table><tr><td>Localización</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>Supermercados</td><td>59%</td></tr><tr><td>Hipermercados</td><td>26%</td></tr><tr><td>Plataformas</td><td>9%</td></tr><tr><td>Outros negocios</td><td>6%</td></tr></table>	Consumo de auga	m³ estimados	Total	1.763.459 m³	Localización	Porcentaxe	Supermercados	59%	Hipermercados	26%	Plataformas	9%	Outros negocios	6%	✓																																
Consumo de auga	m³ estimados																																																	
Total	1.763.459 m³																																																	
Localización	Porcentaxe																																																	
Supermercados	59%																																																	
Hipermercados	26%																																																	
Plataformas	9%																																																	
Outros negocios	6%																																																	
303-2	Fontes de auga significativamente afectadas pola extracción de auga		Non hai constancia de ningunha fonte significativamente afectada pola extracción de auga para o consumo de auga de EROSKI.	✓																																														
303-3	Auga reciclada e reutilizada		Non se recicla nin reutiliza auga na organización.	✓																																														
GRI 304: Biodiversidade																																																		
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓																																														
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	100-101,110		✓																																														
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	100-101,110		✓																																														
304-1	Centros de operacións propios, arrendados ou xestionados, situados dentro de ou xunto a áreas protexidas ou zonas de gran valor para a biodiversidade fóra de áreas protexidas	106	Estase traballando para ofrecer información sobre este indicador nas próximas memorias.	✓																																														
304-2	Impactos significativos das actividades, os produtos e os servizos na biodiversidade	111-113	Non se dispón desta información, alén dos produtos con selos en sustentabilidade ambiental.	✓																																														
304-3	Hábitats protexidos ou restaurados		Non se restaurou nin protexeu ningún hábitat en relación coa nosa actividade.	✓																																														
304-4	Especies que aparecen na Lista Vermella da UICN e nas listaxes de conservación nacionais cuxos hábitats se atopan en áreas afectadas polas operacións		Estase traballando para ofrecer información sobre este indicador nas próximas memorias.	✓																																														

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																															
GRI 305: Emisións																																			
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓																															
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	100-101, 108, 110, 111, 115, 117, 118, 119		✓																															
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	100-101, 108, 110, 111, 115, 117, 118, 119		✓																															
305-1	Emisións directas de GEI (alcance 1)	108, 109, 145	Todos os refrixerantes consumidos por EROSKI en 2016 para compensar fugas teñen un potencial de esgotamento do ozono nulo (substancias non incluídas nos anexos A, B, C e E do Protocolo de Montreal). Datos de 2016 para comparar Refrixerantes consumidos en 2016 <table><tr><td>Refrixerantes</td><td>Toneladas</td></tr><tr><td>Total</td><td>41,5</td></tr></table> <table><tr><td>Ubicación</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>R-407F</td><td>31%</td></tr><tr><td>R-442A</td><td>31%</td></tr><tr><td>R-449A</td><td>15%</td></tr><tr><td>R-448A</td><td>10%</td></tr><tr><td>Outros</td><td>13%</td></tr></table> Emisións directas (Alcance 1) 2016 <table><tr><td>Emisións directas (Alcance 1)</td><td>† CO₂ eq./ano</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>Total</td><td>128.231</td><td>100%</td></tr><tr><td>Gas natural</td><td>2.464</td><td>2%</td></tr><tr><td>Transporte</td><td>53.752</td><td>42%</td></tr><tr><td>Refrixerantes</td><td>72.015</td><td>56%</td></tr></table>	Refrixerantes	Toneladas	Total	41,5	Ubicación	Porcentaxe	R-407F	31%	R-442A	31%	R-449A	15%	R-448A	10%	Outros	13%	Emisións directas (Alcance 1)	† CO ₂ eq./ano	Porcentaxe	Total	128.231	100%	Gas natural	2.464	2%	Transporte	53.752	42%	Refrixerantes	72.015	56%	✓
Refrixerantes	Toneladas																																		
Total	41,5																																		
Ubicación	Porcentaxe																																		
R-407F	31%																																		
R-442A	31%																																		
R-449A	15%																																		
R-448A	10%																																		
Outros	13%																																		
Emisións directas (Alcance 1)	† CO ₂ eq./ano	Porcentaxe																																	
Total	128.231	100%																																	
Gas natural	2.464	2%																																	
Transporte	53.752	42%																																	
Refrixerantes	72.015	56%																																	
305-2	Emisións indirectas de GEI ao xerar enerxía (alcance 2)	108, 109, 145	Datos de 2016 para comparar Emisións indirectas (Alcance 2) 2016 <table><tr><td>Emisións indirectas (Alcance 2)</td><td>† CO₂ eq./ano (media España)</td><td>† CO₂ eq./ano (mix de comercializadoras)</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>Total</td><td>239.048</td><td>215.143</td><td>100%</td></tr><tr><td>Hipermercados</td><td>71.248</td><td>64.123</td><td>30%</td></tr><tr><td>Supermercados</td><td>134.391</td><td>120.952</td><td>56%</td></tr><tr><td>Plataformas</td><td>19.216</td><td>17.294</td><td>8%</td></tr><tr><td>Outros negocios</td><td>14.193</td><td>12.774</td><td>6%</td></tr></table>	Emisións indirectas (Alcance 2)	† CO ₂ eq./ano (media España)	† CO ₂ eq./ano (mix de comercializadoras)	Porcentaxe	Total	239.048	215.143	100%	Hipermercados	71.248	64.123	30%	Supermercados	134.391	120.952	56%	Plataformas	19.216	17.294	8%	Outros negocios	14.193	12.774	6%	✓							
Emisións indirectas (Alcance 2)	† CO ₂ eq./ano (media España)	† CO ₂ eq./ano (mix de comercializadoras)	Porcentaxe																																
Total	239.048	215.143	100%																																
Hipermercados	71.248	64.123	30%																																
Supermercados	134.391	120.952	56%																																
Plataformas	19.216	17.294	8%																																
Outros negocios	14.193	12.774	6%																																
305-3	Outras emisións indirectas de GEI (alcance 3)	108, 109, 145	Datos de 2016 para comparar Outras emisións indirectas (Alcance 3) 2016 <table><tr><td>Outras emisións indirectas (Alcance 3)</td><td>† CO₂ eq./ano</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>Total</td><td>12.660</td><td>100%</td></tr><tr><td>Viaxes traballo (emisións combustión)</td><td>1.039</td><td>8%</td></tr><tr><td>Diésel transporte (do pozo ao tanque)</td><td>11.475</td><td>91%</td></tr><tr><td>Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)</td><td>146</td><td>1%</td></tr></table>	Outras emisións indirectas (Alcance 3)	† CO ₂ eq./ano	Porcentaxe	Total	12.660	100%	Viaxes traballo (emisións combustión)	1.039	8%	Diésel transporte (do pozo ao tanque)	11.475	91%	Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)	146	1%	✓																
Outras emisións indirectas (Alcance 3)	† CO ₂ eq./ano	Porcentaxe																																	
Total	12.660	100%																																	
Viaxes traballo (emisións combustión)	1.039	8%																																	
Diésel transporte (do pozo ao tanque)	11.475	91%																																	
Diésel viaxes traballo (do pozo ao tanque)	146	1%																																	
305-4	Intensidade das emisións de GEI	108, 109, 145	Datos de 2016 para comparar Intensidade das emisións de GEI 2016 <table><tr><td>Tipo de emisións</td><td>† CO₂ eq./€ vendas netas</td><td>† CO₂ eq./m² superficie comercial*</td></tr><tr><td>Total</td><td>67,3</td><td>231,8</td></tr><tr><td>Alcance 1</td><td>24,3</td><td>83,7</td></tr><tr><td>Alcance 2</td><td>40,7</td><td>140,3</td></tr><tr><td>Alcance 3</td><td>2,4</td><td>8,3</td></tr></table> *O cálculo realízase segundo os m ² ao final do ano, que diminuíron ao longo de 2016 por desinversión na rede.	Tipo de emisións	† CO ₂ eq./€ vendas netas	† CO ₂ eq./m ² superficie comercial*	Total	67,3	231,8	Alcance 1	24,3	83,7	Alcance 2	40,7	140,3	Alcance 3	2,4	8,3	✓																
Tipo de emisións	† CO ₂ eq./€ vendas netas	† CO ₂ eq./m ² superficie comercial*																																	
Total	67,3	231,8																																	
Alcance 1	24,3	83,7																																	
Alcance 2	40,7	140,3																																	
Alcance 3	2,4	8,3																																	
305-5	Redución das emisións de GEI	109		✓																															
305-6	Emisións de substancias que esgotan a capa de ozono (SEO)	105		✓																															
GRI 306: Efluentes e residuos																																			
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142-143		✓																															
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	100-101, 110, 145, 116, 121,		✓																															
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	100-101, 104, 105, 110, 117, 121, 145,		✓																															
306-1	Vertedura total de augas en función da súa calidade e destino	105, 145		✓																															

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																																				
306-2	Residuos por tipo e método de tratamento	104, 145	Datos de 2016 para comparar Residuos tratados 2016 <table><tr><td>Tipo de residuo</td><td>Toneladas</td></tr><tr><td>Tratamiento</td><td></td></tr><tr><td>Total non perigosos</td><td>47.759</td></tr><tr><td>Reciclaxe</td><td>39.236</td></tr><tr><td>Vertedoiro</td><td>3.908</td></tr><tr><td>Valorización</td><td>4.615</td></tr><tr><td>Total perigosos</td><td>38</td></tr><tr><td>Reciclaxe</td><td>38</td></tr><tr><td>Total</td><td>47.797</td></tr></table> Residuos depositados por clientes nas nosas tendas para a súa reciclaxe 2016 <table><tr><td>Residuo</td><td>Tipo de residuo</td><td>Toneladas</td></tr><tr><td>Aparatos eléctricos e electrónicos</td><td>Perigoso</td><td>1.529</td></tr><tr><td>Pilas e acumuladores de enerxía</td><td>Perigoso</td><td>108</td></tr><tr><td>Lámpadas e fluorescentes</td><td>Perigoso</td><td>16</td></tr><tr><td>Téxtil</td><td>Non perigoso</td><td>637</td></tr><tr><td>Aceite usado</td><td>Perigoso</td><td>76</td></tr></table>	Tipo de residuo	Toneladas	Tratamiento		Total non perigosos	47.759	Reciclaxe	39.236	Vertedoiro	3.908	Valorización	4.615	Total perigosos	38	Reciclaxe	38	Total	47.797	Residuo	Tipo de residuo	Toneladas	Aparatos eléctricos e electrónicos	Perigoso	1.529	Pilas e acumuladores de enerxía	Perigoso	108	Lámpadas e fluorescentes	Perigoso	16	Téxtil	Non perigoso	637	Aceite usado	Perigoso	76	✓
Tipo de residuo	Toneladas																																							
Tratamiento																																								
Total non perigosos	47.759																																							
Reciclaxe	39.236																																							
Vertedoiro	3.908																																							
Valorización	4.615																																							
Total perigosos	38																																							
Reciclaxe	38																																							
Total	47.797																																							
Residuo	Tipo de residuo	Toneladas																																						
Aparatos eléctricos e electrónicos	Perigoso	1.529																																						
Pilas e acumuladores de enerxía	Perigoso	108																																						
Lámpadas e fluorescentes	Perigoso	16																																						
Téxtil	Non perigoso	637																																						
Aceite usado	Perigoso	76																																						
306-3	Derramamentos significativos		Durante o 2017 non se produciron derramamentos significativos.	✓																																				
306-4	Transporte de residuos perigosos		O transporte e a xestión dos residuos perigosos realízanse a través de xestores autorizados. EROSKI non importa nin exporta directamente residuos perigosos ao estranxeiro.	✓																																				
306-5	Corpos de auga afectados por verteduras de auga e/ou escorrentías		Non hai constancia de verteduras que representen un cinco por cento ou máis do volume medio anual do corpo de auga ou correspondan a áreas especialmente sensibles ou protexidas.	✓																																				
GRI 307: Cumprimento ambiental																																								
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓																																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	14, 99-100, 146		✓																																				
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	14, 99-100, 146		✓																																				
307-1	Incumplimento da lexislación e da normativa ambiental		Non hai constancia de multas nin sancións non monetarias significativas polo incumplimento das leis ou normativas en materia de medio ambiente en 2017. Considéranse sancións significativas aquelas cualificadas como "moi graves" pola Administración que emite a sanción.	✓																																				
GRI 308: Avaliación ambiental de provedores																																								
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	87, 100-101, 110, 111, 146		✓																																				
308-1	Novos provedores que pasaron filtros de avaliación e selección de acordo cos criterios ambientais	111		✓																																				

GRI 400: Temas sociais, versión 2016

GRI 401: Emprego																																						
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓																																		
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	54		✓																																		
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	54		✓																																		
401-1	Novas contratacións de empregados e rotación de persoal	59	Datos de 2016 para comparar	✓																																		
Número e índice de contratacións 2016																																						
<table><tr><th rowspan="2"></th><th colspan="2">Nº novo persoal</th><th rowspan="2">Taxa de novos empregados por idade</th></tr><tr><th>Mulleres</th><th>Homes</th></tr><tr><td>Nº novos empregados <30 anos</td><td>400</td><td>131</td><td>1,6%</td></tr><tr><td>Nº novos empregados >30 <50 anos</td><td>24</td><td>7</td><td>0,1%</td></tr><tr><td>Nº novos empregados >50 anos</td><td>177</td><td>78</td><td>0,7%</td></tr><tr><td>Total por sexo</td><td>601</td><td>216</td><td></td></tr><tr><td>Total</td><td colspan="2">817</td><td></td></tr><tr><td>Taxa de novos empregados por sexo</td><td>2,3%</td><td>3,0%</td><td></td></tr><tr><td>Taxa de novos empregados total</td><td colspan="2">2,5%</td><td></td></tr></table>						Nº novo persoal		Taxa de novos empregados por idade	Mulleres	Homes	Nº novos empregados <30 anos	400	131	1,6%	Nº novos empregados >30 <50 anos	24	7	0,1%	Nº novos empregados >50 anos	177	78	0,7%	Total por sexo	601	216		Total	817			Taxa de novos empregados por sexo	2,3%	3,0%		Taxa de novos empregados total	2,5%		
	Nº novo persoal		Taxa de novos empregados por idade																																			
	Mulleres	Homes																																				
Nº novos empregados <30 anos	400	131	1,6%																																			
Nº novos empregados >30 <50 anos	24	7	0,1%																																			
Nº novos empregados >50 anos	177	78	0,7%																																			
Total por sexo	601	216																																				
Total	817																																					
Taxa de novos empregados por sexo	2,3%	3,0%																																				
Taxa de novos empregados total	2,5%																																					
Número e índice de rotacións (saídas de persoas empregadas) 2016																																						
<table><tr><th></th><th>Mulleres</th><th>Homes</th><th>Taxa de rotación de empregados por idade</th></tr><tr><td>< 30 anos</td><td>468</td><td>115</td><td>1,8%</td></tr><tr><td>>30 <50 anos</td><td>147</td><td>52</td><td>0,6%</td></tr><tr><td>>50 anos</td><td>38</td><td>34</td><td>0,2%</td></tr><tr><td>Total por sexo</td><td>653</td><td>201</td><td></td></tr><tr><td>Total</td><td colspan="2">854</td><td></td></tr><tr><td>Taxa rotación persoal por sexo</td><td>2,5%</td><td>2,8%</td><td></td></tr><tr><td>Taxa rotación persoal total</td><td colspan="2">2,6</td><td></td></tr></table>						Mulleres	Homes	Taxa de rotación de empregados por idade	< 30 anos	468	115	1,8%	>30 <50 anos	147	52	0,6%	>50 anos	38	34	0,2%	Total por sexo	653	201		Total	854			Taxa rotación persoal por sexo	2,5%	2,8%		Taxa rotación persoal total	2,6				
	Mulleres	Homes	Taxa de rotación de empregados por idade																																			
< 30 anos	468	115	1,8%																																			
>30 <50 anos	147	52	0,6%																																			
>50 anos	38	34	0,2%																																			
Total por sexo	653	201																																				
Total	854																																					
Taxa rotación persoal por sexo	2,5%	2,8%																																				
Taxa rotación persoal total	2,6																																					
401-2	Beneficios para os empregados a tempo completo que non se ofrecen aos empregados a tempo parcial ou temporais		Non hai diferenza nos beneficios ofrecidos aos empregados en función do seu tipo de xornada	✓																																		

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																																																		
401-3	Permiso parental	73	Información de persoas que tiveron dereito a un permiso parental non dispoñible. Actualmente non é factible extraer este dato se as persoas traballadoras non solicitaron o permiso nin proporcionaron a data de nacemento do seu fillo ou filla para a actualización da retención do IRPF na nómina. Datos de 2016 para comparar Distribución por xénero de permisos parentais 2016 <table><tr><td></td><td>Mulleres</td><td>Homes</td><td>Total</td></tr><tr><td>N.º total de persoas que se acolleron ao permiso parental</td><td>675</td><td>243</td><td>918</td></tr><tr><td>N.º total de persoas que regresaron ao traballo despois de rematar o permiso parental</td><td>596</td><td>223</td><td>819</td></tr><tr><td>Taxa de regreso ao traballo (empregados que regresaron/empregados que tiñan que regresar)</td><td>82,4%</td><td>95,7%</td><td>85,7%</td></tr><tr><td>N.º de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso parental en 2015</td><td>691</td><td>205</td><td>896</td></tr><tr><td>Taxa de retención (% de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso en 2015)</td><td>82,0%</td><td>83,0%</td><td>82,2%</td></tr></table>		Mulleres	Homes	Total	N.º total de persoas que se acolleron ao permiso parental	675	243	918	N.º total de persoas que regresaron ao traballo despois de rematar o permiso parental	596	223	819	Taxa de regreso ao traballo (empregados que regresaron/empregados que tiñan que regresar)	82,4%	95,7%	85,7%	N.º de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso parental en 2015	691	205	896	Taxa de retención (% de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso en 2015)	82,0%	83,0%	82,2%	✓																										
	Mulleres	Homes	Total																																																			
N.º total de persoas que se acolleron ao permiso parental	675	243	918																																																			
N.º total de persoas que regresaron ao traballo despois de rematar o permiso parental	596	223	819																																																			
Taxa de regreso ao traballo (empregados que regresaron/empregados que tiñan que regresar)	82,4%	95,7%	85,7%																																																			
N.º de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso parental en 2015	691	205	896																																																			
Taxa de retención (% de persoas que continúan en EROSKI 12 meses despois de se reincorporar tras un permiso en 2015)	82,0%	83,0%	82,2%																																																			
GRI 402: Relacións traballador-empresa																																																						
103-2	O enfoque da xestión e os seus compoñentes	62, 64, 79		✓																																																		
402-1	Prazos de aviso mínimos sobre cambios operacionais		Non existe un período de tempo fixo xeral especificado para notificacións en caso de cambios operacionais, xa que este depende do tipo de cambio que se produza. Con todo, en xeral, o tempo de aviso previo é razoable e suficiente	✓																																																		
GRI 403: Saúde e seguridade no traballo																																																						
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓																																																		
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	74-75		✓																																																		
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	74-75		✓																																																		
403-1	Representación dos traballadores en comités formais traballador-empresa de saúde e seguridade	74		✓																																																		
403-2	Tipos de accidentes e taxas de frecuencia de accidentes, enfermidades profesionais, días perdidos, absentismo e número de mortes por accidente laboral ou enfermidade profesional	75, 144	Todos os empregados directos de EROSKI operan en España. Non se dispón de datos de accidentes desagregados por sexo nin da taxa de días perdidos, xa que as horas de ausencia por enfermidade contabilizadas inclúen tanto enfermidades profesionais como comúns. Datos de 2016 para comparar Taxa de accidentes laborais 2016 <table><tr><td></td><td>Leves</td><td>In itinere</td></tr><tr><td>Taxa de accidentes (nº de accidentes por cada millón de horas traballadas)</td><td>29,7</td><td>4,8</td></tr></table> <table><tr><td>Causas</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>sobresforzos</td><td>49,7%</td></tr><tr><td>caídas de persoas ao mesmo nivel</td><td>10,8%</td></tr><tr><td>cortaduras</td><td>9,7%</td></tr><tr><td>outras causas</td><td>29,7%</td></tr></table> <table><tr><td>Axente material</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>caixas e obxectos</td><td>45,2%</td></tr><tr><td>produtos metálicos e ferramentas</td><td>7,4%</td></tr><tr><td>carretas ou similares</td><td>6,3%</td></tr><tr><td>outros axentes materiais</td><td>41%</td></tr></table> Taxa de enfermidades profesionais 2016 <table><tr><td>Causas</td><td>Total</td></tr><tr><td>Taxa de accidentes (nº de accidentes por cada millón de horas traballadas)</td><td>1</td></tr></table> Taxa de formación en PRL 2016 <table><tr><td>Horas de media de formación por cada empregado</td><td>1,9</td></tr></table> <table><tr><td>Tipo de formación</td><td>Porcentaxe</td></tr><tr><td>Inicial</td><td>51,1%</td></tr><tr><td>Manejo Equipos de traballo</td><td>24,2%</td></tr><tr><td>Emerxencias</td><td>5,7%</td></tr><tr><td>Outros programas formativos en PRL</td><td>18,9%</td></tr></table> % de absentismo 2016 Porcentaxe de horas de ausencia por enfermidade, enfermidade laboral e accidente laboral/horasteóricas de traballo) <table><tr><td></td><td>% Absentismo</td></tr><tr><td>Muller</td><td>5,9%</td></tr><tr><td>Home</td><td>3,6%</td></tr><tr><td>Total</td><td>5,3%</td></tr></table>		Leves	In itinere	Taxa de accidentes (nº de accidentes por cada millón de horas traballadas)	29,7	4,8	Causas	Porcentaxe	sobresforzos	49,7%	caídas de persoas ao mesmo nivel	10,8%	cortaduras	9,7%	outras causas	29,7%	Axente material	Porcentaxe	caixas e obxectos	45,2%	produtos metálicos e ferramentas	7,4%	carretas ou similares	6,3%	outros axentes materiais	41%	Causas	Total	Taxa de accidentes (nº de accidentes por cada millón de horas traballadas)	1	Horas de media de formación por cada empregado	1,9	Tipo de formación	Porcentaxe	Inicial	51,1%	Manejo Equipos de traballo	24,2%	Emerxencias	5,7%	Outros programas formativos en PRL	18,9%		% Absentismo	Muller	5,9%	Home	3,6%	Total	5,3%	✓
	Leves	In itinere																																																				
Taxa de accidentes (nº de accidentes por cada millón de horas traballadas)	29,7	4,8																																																				
Causas	Porcentaxe																																																					
sobresforzos	49,7%																																																					
caídas de persoas ao mesmo nivel	10,8%																																																					
cortaduras	9,7%																																																					
outras causas	29,7%																																																					
Axente material	Porcentaxe																																																					
caixas e obxectos	45,2%																																																					
produtos metálicos e ferramentas	7,4%																																																					
carretas ou similares	6,3%																																																					
outros axentes materiais	41%																																																					
Causas	Total																																																					
Taxa de accidentes (nº de accidentes por cada millón de horas traballadas)	1																																																					
Horas de media de formación por cada empregado	1,9																																																					
Tipo de formación	Porcentaxe																																																					
Inicial	51,1%																																																					
Manejo Equipos de traballo	24,2%																																																					
Emerxencias	5,7%																																																					
Outros programas formativos en PRL	18,9%																																																					
	% Absentismo																																																					
Muller	5,9%																																																					
Home	3,6%																																																					
Total	5,3%																																																					
403-3	Traballadores con alta incidencia ou alto risco de enfermidades relacionadas coa súa actividade		Un 13% dos traballadores teñen na descrición do seu posto tarefas que poden carrexar un risco ergonómico importante, como cortaduras en chacinaría ou sobreesforzos relacionados coa manipulación de cargas.	✓																																																		

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																																																																																																								
403-4	Temas de saúde e seguridade tratados en acordos formais con sindicatos	74		✓																																																																																																								
GRI 404: Formación e ensino																																																																																																												
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	76-78		✓																																																																																																								
404-1	Media de horas de formación ao ano por empregado	76, 144	Datos de 2016 para comparar Horas medias de formación do cadro de persoal de EROSKI por xénero e categoría laboral 2016 Horas de media por persoa empregada <table><tr><td>Total</td><td>32,9</td></tr><tr><td>Directivo/a</td><td>16,8</td></tr><tr><td>Xestor/a</td><td>8,5</td></tr><tr><td>Profesional</td><td>5,2</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>11,3</td></tr><tr><td>Técnico/a</td><td>13,8</td></tr></table>	Total	32,9	Directivo/a	16,8	Xestor/a	8,5	Profesional	5,2	Responsable	11,3	Técnico/a	13,8	✓																																																																																												
Total	32,9																																																																																																											
Directivo/a	16,8																																																																																																											
Xestor/a	8,5																																																																																																											
Profesional	5,2																																																																																																											
Responsable	11,3																																																																																																											
Técnico/a	13,8																																																																																																											
404-2	Programas para mellorar as aptitudes dos empregados e programas de axuda á transición	76-78		✓																																																																																																								
404-3	Porcentaxe de empregados que reciben avaliacións periódicas do desempeño e do desenvolvemento profesional	77	Datos de 2016 para comparar Porcentaxe de empregados con avaliación periódica do desempeño e desenvolvemento profesional 2016 Durante 2016, un total de 14.247 persoas foron avaliadas (un 79% mulleres e un 21% homes), o que corresponde ao 79% das persoas <table><tr><td>Categoría Profesional</td><td>% Muller</td><td>% Home</td></tr><tr><td>Directivo/a</td><td>40%</td><td>36%</td></tr><tr><td>Xestor/a</td><td>39%</td><td>32%</td></tr><tr><td>Mando</td><td>59%</td><td>61%</td></tr><tr><td>Profesional</td><td>40%</td><td>36%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>55%</td><td>52%</td></tr><tr><td>Técnico/a</td><td>65%</td><td>73%</td></tr><tr><td>Total</td><td>79%</td><td>21%</td></tr></table>	Categoría Profesional	% Muller	% Home	Directivo/a	40%	36%	Xestor/a	39%	32%	Mando	59%	61%	Profesional	40%	36%	Responsable	55%	52%	Técnico/a	65%	73%	Total	79%	21%	✓																																																																																
Categoría Profesional	% Muller	% Home																																																																																																										
Directivo/a	40%	36%																																																																																																										
Xestor/a	39%	32%																																																																																																										
Mando	59%	61%																																																																																																										
Profesional	40%	36%																																																																																																										
Responsable	55%	52%																																																																																																										
Técnico/a	65%	73%																																																																																																										
Total	79%	21%																																																																																																										
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades																																																																																																												
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓																																																																																																								
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	71-73		✓																																																																																																								
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	71-73		✓																																																																																																								
405-1	Diversidade en órganos de goberno e empregados	72, 144	Datos de 2016 para comparar Horas medias de formación dos empregados de EROSKI por xénero e categoría profesional 2016 <table><tr><td>Categoría laboral</td><td>Muller</td><td>Home</td></tr><tr><td>Directivo/a</td><td>35,1%</td><td>64,9%</td></tr><tr><td>Xestor/a</td><td>36,25</td><td>63,8%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>78,4%</td><td>21,6%</td></tr><tr><td>Técnico/a</td><td>55,9%</td><td>44,1%</td></tr><tr><td>Profesional</td><td>81,3%</td><td>18,7%</td></tr><tr><td>Mando</td><td>60,2%</td><td>39,8%</td></tr></table> <table><tr><td>Categoría laboral</td><td><30</td><td>>30<50</td><td>>50</td></tr><tr><td>Directivo/a</td><td>0%</td><td>75,7%</td><td>24,3%</td></tr><tr><td>Xestor/a</td><td>1,5%</td><td>63,8%</td><td>34,7%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>2,2%</td><td>78,1%</td><td>19,7%</td></tr><tr><td>Técnico/a</td><td>2,1%</td><td>77,6%</td><td>20,3%</td></tr><tr><td>Profesional</td><td>13,6%</td><td>70,5%</td><td>15,9%</td></tr><tr><td>Mando</td><td>1,8%</td><td>77,4%</td><td>20,8%</td></tr></table> Distribución por xénero e franxas de idade dos órganos de goberno 2016 <table><tr><td>Órgano de Goberno</td><td>Muller</td><td>Home</td></tr><tr><td>Asemblea Xeral</td><td>75,5%</td><td>24,5%</td></tr><tr><td>Comisión Delegada</td><td>86,0%</td><td>14,0%</td></tr><tr><td>Consello Reitor</td><td>41,7%</td><td>58,3%</td></tr><tr><td>Consello Social</td><td>81,3%</td><td>18,7%</td></tr></table> <table><tr><td>Órgano de Goberno</td><td><30 anos</td><td>30-50</td><td>>50 anos</td></tr><tr><td>Asemblea Xeral</td><td>0,8%</td><td>73,5%</td><td>25,7%</td></tr><tr><td>Comisión Delegada</td><td>0,6%</td><td>71,9%</td><td>27,5%</td></tr><tr><td>Consello Rector</td><td>0,0%</td><td>75,0%</td><td>25,0%</td></tr><tr><td>Consello Social</td><td>0,0%</td><td>75,0%</td><td>25,0%</td></tr></table> Distribución de persoas con discapacidade empregadas por categoría profesional 2016 <table><tr><td rowspan="2">Órgano de Goberno</td><td>Número persoas empregadas</td><td>% respecto n° discapacitados</td></tr><tr><td>Total</td><td></td></tr><tr><td>Xestor/a</td><td>3</td><td>0,7%</td></tr><tr><td>Responsable</td><td>27</td><td>6,4%</td></tr><tr><td>Técnico/a</td><td>8</td><td>1,9%</td></tr><tr><td>Profesional</td><td>367</td><td>86,4%</td></tr><tr><td>Mando</td><td>20</td><td>4,7%</td></tr></table>	Categoría laboral	Muller	Home	Directivo/a	35,1%	64,9%	Xestor/a	36,25	63,8%	Responsable	78,4%	21,6%	Técnico/a	55,9%	44,1%	Profesional	81,3%	18,7%	Mando	60,2%	39,8%	Categoría laboral	<30	>30<50	>50	Directivo/a	0%	75,7%	24,3%	Xestor/a	1,5%	63,8%	34,7%	Responsable	2,2%	78,1%	19,7%	Técnico/a	2,1%	77,6%	20,3%	Profesional	13,6%	70,5%	15,9%	Mando	1,8%	77,4%	20,8%	Órgano de Goberno	Muller	Home	Asemblea Xeral	75,5%	24,5%	Comisión Delegada	86,0%	14,0%	Consello Reitor	41,7%	58,3%	Consello Social	81,3%	18,7%	Órgano de Goberno	<30 anos	30-50	>50 anos	Asemblea Xeral	0,8%	73,5%	25,7%	Comisión Delegada	0,6%	71,9%	27,5%	Consello Rector	0,0%	75,0%	25,0%	Consello Social	0,0%	75,0%	25,0%	Órgano de Goberno	Número persoas empregadas	% respecto n° discapacitados	Total		Xestor/a	3	0,7%	Responsable	27	6,4%	Técnico/a	8	1,9%	Profesional	367	86,4%	Mando	20	4,7%	✓
Categoría laboral	Muller	Home																																																																																																										
Directivo/a	35,1%	64,9%																																																																																																										
Xestor/a	36,25	63,8%																																																																																																										
Responsable	78,4%	21,6%																																																																																																										
Técnico/a	55,9%	44,1%																																																																																																										
Profesional	81,3%	18,7%																																																																																																										
Mando	60,2%	39,8%																																																																																																										
Categoría laboral	<30	>30<50	>50																																																																																																									
Directivo/a	0%	75,7%	24,3%																																																																																																									
Xestor/a	1,5%	63,8%	34,7%																																																																																																									
Responsable	2,2%	78,1%	19,7%																																																																																																									
Técnico/a	2,1%	77,6%	20,3%																																																																																																									
Profesional	13,6%	70,5%	15,9%																																																																																																									
Mando	1,8%	77,4%	20,8%																																																																																																									
Órgano de Goberno	Muller	Home																																																																																																										
Asemblea Xeral	75,5%	24,5%																																																																																																										
Comisión Delegada	86,0%	14,0%																																																																																																										
Consello Reitor	41,7%	58,3%																																																																																																										
Consello Social	81,3%	18,7%																																																																																																										
Órgano de Goberno	<30 anos	30-50	>50 anos																																																																																																									
Asemblea Xeral	0,8%	73,5%	25,7%																																																																																																									
Comisión Delegada	0,6%	71,9%	27,5%																																																																																																									
Consello Rector	0,0%	75,0%	25,0%																																																																																																									
Consello Social	0,0%	75,0%	25,0%																																																																																																									
Órgano de Goberno	Número persoas empregadas	% respecto n° discapacitados																																																																																																										
	Total																																																																																																											
Xestor/a	3	0,7%																																																																																																										
Responsable	27	6,4%																																																																																																										
Técnico/a	8	1,9%																																																																																																										
Profesional	367	86,4%																																																																																																										
Mando	20	4,7%																																																																																																										
405-2	Ratio do salario base e da remuneración das mulleres fronte aos homes		Non hai diferenza no salario entre homes e mulleres para un mesmo posto e categoría laboral.Todos os empregados directos de EROSKI operan en España.	✓																																																																																																								

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación																
GRI 406: Non discriminación																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63, 71, 80, 146		✓																
406-1	Casos de discriminación e accións correctivas emprendidas		Non se rexistraron casos de discriminación en 2017.	✓																
GRI 407: Liberdade de asociación e convenios colectivos																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63, 146		✓																
407-1	Operacións e provedores cuxo dereito á liberdade de asociación e negociación colectiva podería estar en risco		O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requisitos da Organización Internacional do traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	✓																
GRI 408: Traballo infantil																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63, 146		✓																
408-1	Operacións e provedores con risco significativo de casos de traballo infantil		O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requisitos da Organización Internacional do Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	✓																
GRI 409: Traballo forzoso ou obrigatorio																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63, 146		✓																
409-1	Operacións e provedores con risco significativo de casos de traballo forzoso ou obrigatorio		O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requisitos da Organización Internacional do Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	✓																
GRI 410: Prácticas en materia de seguridade																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63		✓																
410-1	Persoal de seguridade capacitado en políticas ou procedementos de dereitos humanos		O servizo de seguridade está subcontratado. Descoñécese a formación en materia de dereitos humanos recibida polo persoal de seguridade.	✓																
GRI 411: Dereitos dos pobos indíxenas																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63		✓																
411-1	Casos de violación dos dereitos dos pobos indíxenas		Non hai constancia de violación de dereitos dos pobos indíxenas por parte dunha empresa provedora de EROSKI en 2017.	✓																
GRI 412: Avaliación dos dereitos humanos.																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63, 87		✓																
412-1	Operacións sometidas a revisións ou avaliacións de impacto sobre os dereitos humanos	63	O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requisitos da Organización Internacional do Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	✓																
412-3	Acordos e contratos de investimento significativos con cláusulas sobre dereitos humanos ou sometidos a avaliación de dereitos humanos	63	O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requisitos da Organización Internacional do Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	✓																
GRI 413: Comunidades locais																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	119-137		✓																
413-1	Operacións con participación da comunidade local, avaliacións de impacto e programas de desenvolvemento	119-137	Datos de 2016 para comparar Achegas económicas no eido da acción social en 2016 <table><tr><td>Solidaridade alimentaria</td><td>9.237.781€</td></tr><tr><td>Apoio ás familias</td><td>805.279€</td></tr><tr><td>Cultura, o lecer e a contorna local</td><td>730.962€</td></tr><tr><td>Cooperación internacional</td><td>335.272€</td></tr><tr><td>Capacidades diferentes ou enfermidades</td><td>122.428€</td></tr><tr><td>Outras campañas solidarias</td><td>51.832€</td></tr><tr><td>Voluntariado corporativo</td><td>54.515€</td></tr><tr><td>TOTAL</td><td>11.338.069,70€</td></tr></table>	Solidaridade alimentaria	9.237.781€	Apoio ás familias	805.279€	Cultura, o lecer e a contorna local	730.962€	Cooperación internacional	335.272€	Capacidades diferentes ou enfermidades	122.428€	Outras campañas solidarias	51.832€	Voluntariado corporativo	54.515€	TOTAL	11.338.069,70€	✓
Solidaridade alimentaria	9.237.781€																			
Apoio ás familias	805.279€																			
Cultura, o lecer e a contorna local	730.962€																			
Cooperación internacional	335.272€																			
Capacidades diferentes ou enfermidades	122.428€																			
Outras campañas solidarias	51.832€																			
Voluntariado corporativo	54.515€																			
TOTAL	11.338.069,70€																			
413-2	Operacións con impactos negativos significativos –reais ou potenciais– nas comunidades locais	19		✓																
GRI 414: Avaliación social dos provedores																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	63-146		✓																
414-1	Novos provedores que pasaron filtros de selección de acordo cos criterios sociais	63	O 100% dos nosos provedores ten que aceptar os requisitos da Organización Internacional do Traballo para manter unha relación comercial con EROSKI.	✓																
GRI 415: Política pública																				
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	24-25		✓																
415-1	Contribución a partidos e/ou representantes políticos		Non se realizou ningunha contribución económica a ningún partido político en 2017.	✓																

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación
GRI 416: Saúde e seguridade dos clientes				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	42-57, 146		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	42-57		✓
416-1	Avaliación dos impactos sobre a saúde e a seguridade das categorías de produtos ou servizos	42-43		✓
416-2	Casos de incumprimento relativos aos impactos sobre a saúde e a seguridade das categorías de produtos e servizos	42-43	Datos de 2016 para comparar	✓

Análises por programa analítico realizados en EROSKI S. Coop. en 2016

	Nº analíticas Realizadas en 2016
Programas analíticos	
Aceites	114
Ácidos graxos trans	25
Aflatoxinas	42
Alérxenos	77
Basic	154
Campylobacter	240
Carburantes	173
Comparativos Frescos	45
Control de superficies	1.542
Drogaría e Cosmética	138
EROSKI prestacións	465
Glute	237
Ovo Lactosa Leite	39
Ovos	40
Humidades xemóns	111
Identificación de especies	55
Lanzamento	29
Leite	34
Listeria en queixo	11
Locais de risco	1.093
Manipulados	2.470
MicrobioloXía de vegetais	20
MicrobioloXía Natur carne	460
Mel	8
Moluscos bivalvos	19
Non Alimentación	1.002
OXM	33
Patóxenos	361
Praguicidas	194
Praguicidas en conxelados	14
Plus nutricional	24
Porción consumidor pesca	108
Preparados de carne	107
Química Natur pesca	9
Reclamacións	22
Residuos Natur carne	159
Riscos emerxentes	123
Sannia	165
SeleQtia	71
Sulfitos en descongelados	7
Tendas de sushi	6
TOTAL	10.046
% analíticas NON satisfactorias	1,4

GRI 417: Mercadotecnia e etiquetaxe				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	44-57		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	44-57		✓
417-1	Requisitos para a información e a etiquetaxe de produtos e servizos	44-45	EROSKI inclúe no 100 % dos seus produtos a información de etiquetaxe que esixe a lexislación existente. Por exemplo, en alimentos inclúe a listaxe de ingredientes, alérxenos, información nutricional, datas de consumo preferente ou caducidade, lote, condicións especiais de conservación e utilización (de habelas) etc. Ademais, nos seus produtos de marca propia inclúe información adicional como o semáforo nutricional.	✓
417-2	Casos de incumprimento relativos aos impactos sobre a saúde e a seguridade das categorías de produtos e servizos	47	En 2017 rexistráronse 42 reclamacións por información confusa/incorrecta de prezos por parte de clientes. Non se rexistraron multas significativas neste ámbito. Considérase multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.	✓
417-3	Casos de incumprimento relacionados con comunicacións de mercadotecnia		En 2017 rexistráronse 99 reclamacións relacionadas con ofertas e promocións. Non se rexistraron multas significativas neste ámbito. Considérase multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.	✓

GRI 418: Privacidade do cliente				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	142		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	58		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	58		✓
418-1	Reclamacións fundamentadas relativas a violacións da privacidade do cliente e perda de datos do cliente		Non houbo ningunha fuxida de datos de clientes durante o exercicio.	✓

Tema material

Estándar GRI	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación
GRI 419: Cumplimento socioeconómico				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	124		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	14, 63		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	14, 63		✓
419-1	Incumprimento das leis e normativas nos ámbitos social e económico		Non houbo multas nin sancións non monetarias significativas polo incumprimento das leis ou normativas en materia socioeconómica en 2017. Considérase multa significativa aquela cualificada como "moi grave" pola Administración que xere a sanción.	✓

Contidos propios de EROSKI

Estándar propio	Contido	Páxina	Resposta Directa/Omisións	Verificación
Produtos máis saudables e equilibrados				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	40-46, 146		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	43-46		✓
E-1	Eliminación de graxas, azucres e sal nos produtos de marca propia	44		✓
E-2	Produtos de marca propia reformulados para ser máis saudables e equilibrados	44		✓
Información e formación das persoas consumidoras				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	47-57, 96-97, 122-123		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	51, 55, 57, 96-97, 122-123		✓
E-3	Escolares e colexios participantes na Escola de Alimentación da FUNDACIÓN EROSKI	55		✓
E-4	Lectores de EROSKI CONSUMER (Edición impresa e dixital)	57		✓
E-5	Campañas de sensibilización en saúde, produtos locais, solidariedade e ambiente	51, 96-97, 122-123, 145		✓
Desperdicio alimentario				
103-1	Explicación do tema material e do seu alcance	143		✓
103-2	O enfoque de xestión e os seus compoñentes	114, 123		✓
103-3	Avaliación do enfoque de xestión	114, 123		✓
E-6	Alimentos aptos para o consumo doados a persoas en risco de exclusión social	123		✓
E-7	Toneladas de froitas e hortalizas "feas" comercializadas	114		✓

Estándares GRI en relación cos Principios do Pacto Mundial

A táboa que figura máis abaixo mostra os indicadores GRI do presente informe que ofrecen unha información máis relevante sobre o cumprimento dos 10 Principios do Pacto Mundial, ademais da contida nos enfoques de xestión de cada aspecto GRI. Seguindo o índice da táboa, pódese avaliar o grao de avance de EROSKI respecto dos devanditos principios.

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

Táboa de contidos dos obxectivos de desenvolvemento sostible

La táboa que figura máis abaixo mostra os indicadores GRI do presente informe que ofrecen unha información máis relevante sobre o cumprimento dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible, ademais da contida nos enfoques de xestión de cada aspecto GRI. Seguindo o índice da táboa, pódense avaliar as accións de EROSKI respecto aos ODS.

ODS	Estándar GRI	
 1. Fin da pobreza	Presenza no mercado: 202-1 Impactos económicos indirectos: 203-2 Comunidades locais: 413-2	
 2. Fame cero	Desempeño económico: 201-1 Impactos económicos indirectos: 203-1, 203-2 Dereitos dos pobos indíxenas: 411-1 Comunidades locais: 413-2	
 3. Saúde e benestar	Impactos económicos indirectos: 203-2 Emisións: 305-1, 305-2, 305-3, 305-6 Efluentes e residuos: 306-1, 306-2, 306-3, 306-4 Saúde e seguridade no traballo: 403-2, 403-3	
 4. Educación de calidade	Coñecementos colectivos do máximo órgano de goberno: 102-27 Formación e ensino: 404-1	
 5. Igualdade de xénero	Composición do máximo órgano de goberno e dos seus comités: 102-22 Nomeamento e selección do máximo órgano de goberno: 102-24 Desempeño económico: 201-1 Presenza no mercado: 202-1 Impactos económicos indirectos: 203-1	Emprego: 401-1, 401-3 Formación e ensino: 404-1, 404-3 Diversidade e igualdade de oportunidades: 405-1, 405-2 Non discriminación: 406-1 Avaliación social dos provedores: 414-1
 6. Auga limpa e saneamento	Auga: 303-1, 303-2, 303-3 Biodiversidade: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Efluentes e residuos: 306-1, 306-2, 306-3, 306-5	
 7. Enerxía accesible e non contaminante	Desempeño económico: 201-1 Impactos económicos indirectos: 203-1 Enerxía: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4	
 8. Traballo decente e crecemento económico	Perfil da organización: 102-8 Participación dos grupos de interese: 102-41 Desempeño económico: 201-1 Presenza no mercado: 202-1, 202-2 Impactos económicos indirectos: 203-2 Materiais: 301-1, 301-2, 301-3 Enerxía: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Auga: 303-3 Emprego: 401-1, 401-3 Relacións traballador-empresa: 402-1	Saúde e seguridade no traballo: 403-1, 403-2, 403-3, 403-4 Formación e ensino: 404-1, 404-2, 404-3 Diversidade e igualdade de oportunidades: 405-1, 405-2 Non discriminación: 406-1 Liberdade de asociación e convenios colectivos: 407-1 Traballo infantil: 408-1 Traballo forzoso ou obrigatorio: 409-1 Avaliación social dos provedores: 414-1
 9. Industria, innovación e infraestrutura	Desempeño económico: 201-1 Impactos económicos indirectos: 203-1	
 10. Redución das desigualdades	Impactos económicos indirectos: 203-2 Diversidade e igualdade de oportunidades: 405-2	
 11. Cidades e comunidades sostibles	Impactos económicos indirectos: 203-1	
 12. Produción e consumo responsables	Prácticas de adquisición: 204-1 Materiais: 301-1, 301-2 Enerxía: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Auga: 303-3	Emisións: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-6 Efluentes e residuos: 306, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4 Cumprimento ambiental: 307 Mercadotecnia e etiquetaxe: 417-1
 13. Acción polo clima	Enerxía: 302-1, 302-2, 302-3, 302-4 Emisións: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6 Efluentes e residuos: 306 Cumprimento ambiental: 307	
 14. Vida submarina	Biodiversidade: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Emisións: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5 Efluentes e residuos: 306, 306-1, 306-3 Cumprimento ambiental: 307	
 15. Vida de ecosistemas terrestres	Biodiversidade: 304-1, 304-2, 304-3, 304-4 Emisións: 305, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5 Efluentes e residuos: 306, 306-3, 306-5 Cumprimento ambiental: 307	
 16. Paz, xustiza e institucións sólidas	Ética: 102-16 Gobernanza: 102-21, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-29, 102-37 Anticorrupción: 205-1, 205-2, 205-3 Cumprimento ambiental: 307-1 Non discriminación: 406-1 Traballo infantil: 408-1	Prácticas en materia de seguridade: 410-1 Avaliación social dos provedores: 414-1 Política pública: 415-1 Saúde e seguridade dos clientes: 416-2 Mercadotecnia e etiquetaxe: 417-1, 417-2 Privacidade do cliente: 418-1 Cumprimento socioeconómico: 419-1
 17. Alianzas para lograr os obxectivos	Impactos económicos indirectos: 203-2	

Informe de revisión independiente segundo os estándares GRI

AENOR

VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

VMS-2018/0024

AENOR ha verificado la Memoria de la organización

Grupo Eroski

TITULADA: Memoria de Sostenibilidad 2017.

Conforme con: Estándares GRI

Opción GRI aplicada: Esencial

Proceso de Verificación: Para conceder este Documento de Verificación, AENOR ha comprobado la adecuación de la memoria a lo requerido por GRI y ha trazado los datos e información contenidos en dicha memoria.

Fecha de emisión: 2018-06-28



Rafael GARCÍA MEIRO
Director General

AENOR INTERNACIONAL, SAU
Génova, 6. 28004 Madrid. España
Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.com

Esta Memoria de Sustentabilidade foi elaborada conforme cos Estándares de Global Reporting Initiative 2016, opción esencial.

AENOR verificou o contido da Memoria.

Para calquera dúbida ou suxestión sobre esta Memoria, contacta con: sostenibilidad@eroski.es.

Impresa en papel con selo FSC® (Forest Stewardship Council®), que garante a súa procedencia de bosques xestionados responsablemente.



