

transformación social



Somos un proxecto colectivo aberto á sociedade

A transformación social forma parte do noso ADN cooperativo. A misión de EROSKI, desde os seus inicios, é a de contribuír a desenvolver unha sociedade mellor, especialmente na súa contorna directa. Para iso, traballamos en catro ámbitos fundamentais: a información ao consumidor, a promoción de hábitos de vida e alimentación saudables, o consumo sostible e a acción solidaria e a promoción asistencial de aqueles que o precisan.

A información ao consumidor é unha constante e conta con numerosas canles offline e en liña, para que ninguén quede excluído e a nosa mensaxe chegue a todos os nosos públicos. A revista Consumer é o noso mellor escaparate para comunicar todo o que é tendencia no ámbito da alimentación, do coidado da saúde, da atención á infancia, do medio ambiente, mais tamén sobre os principais aspectos da economía doméstica que preocupan aos nosos Socios e Socias Cliente. Ademais, inclúe receitas de cociña, sas e equilibradas, consellos e recomendacións sobre hábitos de consumo e cuestións de saúde.

A promoción de saúde e a vida sa materialízase en diversos programas e campañas desenvolvidos por EROSKI, como Ekilibria, que permite aos socios e socias clientes contar cun asesor nutricional de xeito gratuito ou o Programa de Educación, Alimentación e Hábitos Saudables polo que pasaron máis de 400.000 escolares de primaria nos últimos catro anos e que supón un verdadeiro compromiso da cooperativa coa educación nutricional desde a infancia. Trátase dun ambicioso programa de formación que ten como obxectivo fomentar hábitos de vida saudables para evitar enfermidades coa má alimentación como a obesidade, a diabetes e moitos outros problemas cardiovasculares. EROSKI conta tamén coa súa propia Escola de Alimentación, encargada de realizar estudos e informes sobre hábitos alimenticios, obradoiros e cursos de formación encamiñados a mellorar os nosos menús.

A loita contra o malgasto alimenticio é outro dos grandes motores de transformación social de EROSKI. En colaboración con diversas organizacións, como o Banco de Alimentos, EROSKI contribúe a ampliar o ciclo de vida dos produtos, a fomentar novos comportamentos socialmente responsables e, en definitiva, a mellorar a calidade de vida de todas as persoas que, de algún xeito, se relacionan coa cooperativa.

Como cooperativa de consumo, traballamos para crear unha sociedade mellor, para promover comportamentos que favorezan o desenvolvemento sostible e o respecto polo medio ambiente e para impulsar hábitos de consumo sans e equilibrados, que fagan que todos os nosos socios e socias se sintan implicadas nunha pequena transformación social cun gran impacto

Información ao consumidor



Revista EROSKI CONSUMER

Cunha tiraxe de 1.200.000 exemplares, EROSKI Consumer é unha canle de comunicación que pretende formar e informar ao consumidor en temas asociados á alimentación, a seguridade alimentaria, a saúde, o medio ambiente e a solidariedade, entre outros. A través das guías de compra e os temas de investigación, facilitáanse os datos necesarios para acertar nas decisións de compra.

De xeito paralelo, a revista publica diferentes guías co obxectivo de axudar ao consumidor a acertar na compra e que o ano pasado abordaron temas como os guisos envasados, as olivas de mesa, as salsas de tomate, as luras, polbo e luriñas envasadas, as sementes, as cervexas, o pan de molde ou os lagostinos.

Os informes de investigación, pola súa banda, versaron sobre asuntos como o gasto en alimentación, o lixo mariño, o consumo responsable, os produtos ecolóxicos, os trastornos da alimentación, as vacinas, o azucre ou a economía do fogar, entre outros.

CONSUMER.ES

O noso portal de información ao consumidor CONSUMER.ES recibe 60 millóns de visitas por ano.

Alimentación, Bebé, Saúde e Seguridade Alimentaria e Mascotas, as seccións máis visitadas. Máis de 260.000 persoas están inscritas aos nosos boletíns informativos.



Alimentación saudable



A Escola da Alimentación de EROSKI impulsa os hábitos saudables

EROSKI puxo en marcha hai catro anos un programa pioneiro para impulsar os hábitos de vida saudable. O Programa Educativo sobre Alimentación e Hábitos de Vida Saudable (PEAHS) impulsado pola Escola de Alimentación EROSKI propón sensibilizar aos nenos entre 9 e 12 anos e a toda a súa contorna familiar sobre a importancia de levar unha alimentación equilibrada e un estilo de vida saudable. Para iso, e coa colaboración de varios expertos, elaboráronse diferentes unidades didácticas que son ofrecidas gratuitamente a todos os centros educativos de España. O ano pasado, 189.000 escolares de centros de Educación Primaria de toda España participaron nas catro edicións do programa. Desde a súa posta en marcha, máis de 400.000 escolares de case 2.800 centros diferentes realizaron este programa que representa un gran compromiso coa contorna na que está presente e coa transformación social cara a hábitos sostibles.

O programa foi configurado por un Comité Científico formado por profesionais de diferentes disciplinas: medicina e pediatría, nutrición e dietética, psicopedagogía e pedagogía. Ademais, os contidos contan coas achegas realizadas polos docentes que foron participando ao longo deste tempo, o que o converte nun material imprescindible.

Entre as novidades deste ano, destacan as visitas realizadas a provedores, así como os obradoiros realizados grazas á colaboración dos expertos do Basque Culinary Centre. Os alumnos aprenden a realizar unha compra saudable, coñecen a orixe dos alimentos e as súas propiedades, elaboran menús equilibrados.



Recoñecemento á mellor campaña de RSC

O Programa Educativo en Alimentación e Hábitos de Vida Saudables (PEAHS) recibiu o premio OCARE 2017 do Observatorio da Comunicación e a Acción da Responsabilidade Empresarial. Concretamente, a segunda edición destes premios recoñecía o programa como unha das mellores accións de comunicación de RSC desenvolvidas en 2016 en España.

Os Premios OCARE 2017 teñen como obxectivo recoñecer as mellores iniciativas e accións da Comunicación arredor da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) emprendidas en España. OCARE naceu en 2014, impulsado pola Universidade CEU San Pablo e a consultora Medialuna, co fin de animar a empresas e institucións a comunicaren máis e mellor o seu RSC. O seu equipo directivo e o seu Consello Asesor están conformados por recoñecidos profesionais do ámbito da Comunicación e a Responsabilidade Social Corporativa.



Sostibilidade



Máis tendas ecosostibles

O compromiso de EROSKI coa transformación social plásmase tamén nas súas tendas. Así, as tendas de nova xeración aplican gran parte das medidas de eficiencia enerxética desenvolvidas de xeito pioneiro na primeira tenda cero-emisións desenvolvida pola cooperativa en 2012 e que conseguiu reducir o seu consumo enerxético un 60% respecto ao gasto enerxético dun supermercado convencional equivalente.

Actualmente EROSKI promove, xunto con cada remodelación de tenda, medidas de eficiencia enerxética para maximizar as posibilidades de aforro enerxético atendendo as particularidades de cada empraemento. Estas innovacións concéntranse principalmente no deseño climático do establecemento e as instalacións de frío, os sistemas de iluminación e a minimización de residuos, onde adquire unha importante relevancia o seu programa de "Desperdicio Cero" polo que os alimentos retirados para a venda mais aínda aptos para o consumo son destinados a organizacións solidarias da contorna próxima de cada unha das tendas EROSKI.



Contra o malgasto de alimentos

O compromiso de EROSKI contra o malgasto de alimentos maniféstase a través do mantemento de diferentes campañas iniciadas anos atrás e doutras máis recentes. Ademais dunha estreita colaboración co Banco de Alimentos, co que xa levamos vinte anos traballando, e outras organizacións sociais, EROSKI puxo en marcha diferentes campañas para concienciar a poboación sobre este tema.

- O Programa Desperdicio Cero de EROSKI xurdiu para sacar proveito aos excedentes alimentarios das súas tendas aos que se dá unha segunda oportunidade a través de diferentes asociacións e organizacións sociais. En 2017, doáronse máis de 4.755 toneladas de alimentos en perfecto estado e aptos para o seu consumo.
- Ademais, grazas a campañas de recollida como "Operación Kilo" ou "A Gran Recollida", EROSKI e os seus clientes doaron outras 2.437 toneladas de alimentos. A suma de ambas iniciativas ascende a máis de 7.000 toneladas de alimentos, incluíndo frescos, o equivalente ao consumo de alimentos de 4.341 familias ao longo de todo un ano.
- EROSKI e Hispacoop (Confederación Española de Cooperativas de Consumidores e Usuarios) tamén uniron forzas para minimizar o impacto que o desperdicio alimentario ten hoxe en día. A campaña forma parte do proxecto 'Xestión de refugallos, desperdicio alimentario e consumo responsable da Axencia Española de Consumo, Seguridade Alimentaria e Nutrición do Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade para xestionar mellor os alimentos e os seus envases.

MATERIAS PRIMAS

24.689
toneladas
recicladadas



CARTÓN
23.412
toneladas



PLÁSTICO
1.062
toneladas



POREX
215
toneladas

APARELLOS ELÉCTRICOS E ELECTRÓNICOS*

1.559
toneladas
recicladadas



ENTIDADE COLABORADORA
ecotic

*AIRE ACONDICIONADO, ELECTRODOMÉSTICOS, TELEVISIÓN, PEQUEÑO ELECTRODOMÉSTICO, ETC.

RESIDUOS ORGÁNICOS

4.078
toneladas
recicladadas



CÁRNICOS
1.912
toneladas



DE PESCA
2.166
toneladas

PILAS E ACUMULADORES DE ENERXÍA

95
toneladas
recicladadas



ENTIDADE COLABORADORA
ecopilas

ENVASES LOXÍSTICOS

47.314.554
envases
reutilizados



PALÉS
5.490.795
unidades



CAIXAS PLÁSTICAS
41.823.759
unidades

LÁMPADAS E FLUORESCENTES

13
toneladas
recicladadas



ENTIDADE COLABORADORA
AMBILAMP

Economía circular

EROSKI traballa baixo os principios da denominada Economía Circular. É dicir, co obxectivo de manter o valor dos produtos e servizos o maior tempo posible para minimizar o consumo e o refugo de materias primas, recursos e enerxía. Trátase, en definitiva, de pechar o ciclo do produto, seguindo o modelo de natureza e primando o ecodeseño, o consumo responsable e o desenvolvemento sostible.

O programa de Economía Circular de EROSKI establece circuitos de reciclaxe para distintas materias primas. Para iso, desenvólvense procesos de loxística inversa, desde as tendas ata as plataformas e provedores, co obxectivo de asegurar unha correcta reutilización e reciclaxe para minimizar os refugallos.

En 2017, recicláronse máis de 25.081 toneladas de residuos (papel, cartón, envases, porex, madeira e outros). Ademais, reutilizáronse 5.490.795 palés e 41.823.759 caixas de plástico. Grazas ao fomento da bolsa reutilizable, evitouse o uso de 631 millóns de bolsas de plástico.

Estrelas solidarias

A campaña de Estrelas Solidarias de EROSKI, organizada este ano en colaboración co Comité vasco de ACNUR (a Axencia da ONU para os Refuxiados) e o Comité Español de UNICEF (Fondo da ONU para a Infancia) conseguiu este ano recadar 72.000 euros. Durante todo o período de Nadal, os consumidores poden adquirir este adorno de Nadal ao prezo simbólico de dous euros nas liñas de caixa de toda a súa rede de supermercados e hipermercados e tamén a través do seu supermercado en liña. A idea parte dunha traballadora que propuxo escribir, nesas estrelas, as mellores experiencias vividas ao longo de todo o ano. O importe recollido destinarase a proxectos sociais relacionados coa infancia.



Campaña solidaria en colaboración con ACNUR e UNICEF
Por terceiro ano consecutivo, a campaña Estrelas Solidarias desenvólvese nas tendas EROSKI durante o Nadal en colaboración con ACNUR e UNICEF.
<https://vimeo.com/243118868>

Coa hora do Planeta

Como cada ano, EROSKI sumouse á campaña 'A Hora do Planeta' promovida por WWF e apoiada por Nacións Unidas para concienciar sobre a necesidade de loitar contra o cambio climático. A idea parte da necesidade de concienciar o mundo sobre a importancia do medio ambiente e a loita contra o cambio climático.



Pacto Mundial

Un ano máis, reafirmamos a nosa pertenza ao Pacto Mundial, unha iniciativa internacional proposta por Nacións Unidas. O seu obxectivo é acadar un compromiso voluntario das entidades en responsabilidade social, por medio da implantación dos seus principios baseados nos dereitos humanos, laborais e ambientais. EROSKI é asinante do pacto desde o seu establecemento en 2002.

