



Iraunkortasun-  
memoria  
**2003-2004**

# Aurkibidea

## 2003-2004ko iraunkortasun-memoria

<b>1</b> Memoria honetaz	04. or
--------------------------------	--------

<b>2</b> Lehendakariaren gutuna	06. or
---------------------------------------	--------

<b>3</b> Honelakoa da gure erakundea	08. or
--	--------

- 3.1. Guztien eta guztientzako erakundea
- 3.2. Gure alderdi interesdunak
- 3.3. Sozietate-egitura
- 3.4. Negozio-alorra eta ikur-alorra

<b>4</b> Gauzak egiteko beste modu bat	30.or
--	-------

- 4.1 Antolamendu funtzionala
- 4.2 Barne-konpromisoen kudeaketa
- 4.3 Kanpo-konpromisoen kudeaketa

<b>5</b> Aurrerapen-urtea. Aberastasuna eta ongizatea sortzen	40.or
--	-------

- 5.1. Kontsumitzaileak
- 5.2. Ekonomi eta kultur garapeneko eragilea
- 5.3. Pertsonak
- 5.4. Etorkizuneko belaunaldiak: ingurumena
- 5.5. Gizartea

<b>6</b> Eranskinak	81.or
------------------------	-------

- I. eranskina  
GRIren baldintzekiko korrelazio-taula
- II. eranskina  
AENORen balioztatze-txostena
- III. eranskina  
Munduko Itunaren 2004ko Aurrerapen Txostena
- IV. eranskina  
2015 milurtekoko gizarte-ekintza eta helburuak

# 5

## Aurrerapen-urtea. Aberastasuna eta ongizatea sortzen

- 5.1 Kontsumitzaileak
- 5.2 Ekonomi eta kultur garapeneko eragilea
- 5.3 Pertsonak
- 5.4 Etorkizuneko belaunaldiak: ingurumena

# Aurrerapenen-urtea. Aberastasuna eta ongizatea sortzen

Eroskin, erakunde sozialki arduratsua izaten saiatzen gara, gizarte-, ekonomia- eta ingurumen-aberastasuna sortzen duen hazkunderan laguntzeko, aberastasun hori bazkideen, langileen eta komunitatearen artean elkartasunez banatzeko eta gizarte-ongizatea eta giza eskubideekiko errespetua sustatzeko.

Gure ingurunearekin inplikatzeko gara, eta, 1999an, Eroski Fundazioa sortu genuen, jokabide etikoaren alde egiteko, komunitateari informazio baliagarria eta praktikoa emateko eta garapen iraunkorra sustatzen duten gizarte-ekimenei laguntzeko. Horrenbestez, gure gizarte-ekintzako kanpainetan gurekin elkarlanean dauden kontsumitzaile Lagunen partaidetza bideratzen dugu; kanpaina horiek, IV. eranskinean ikus daitekeenez, Nazio Batuen 2015. Milurtekoko Helburuen araberrakoak dira.

Pertsonengatik, alegia, jabe zein protagonistengatik dugun ardurari esker, SA:8000:2001 Arauaren egiaztagiria lortu dugu, bai eta horri eutsi ere. Giza eskubideen defentsarekin eta horiekiko errespetuarekin konprometituta gaude, eta gure hornitzaileak ere konprometituta egotea nahi dugu. Hori dela-eta, aldi behin, ikuskaritzak egiten dizkiegu, pertsonal-politiketan aurrera egiten dutela eta lan-arauak betetzen dituztela ziurtatzeko.

Gure erakundearen barruan, lan-bizitza eta bizitza pertsonala uztartzeko zenbait politika garatu ditugu. Horrez gain, lan egonkorra eta kalitatezkoa sortzeko apustua egin dugu, eta, beraz, aldi baterako langileen kopurua txikitu dugu.

Kontsumitzaileak defendatzeko konpromisoa dugu; ildo horretatik, kontsumo osasungarria eta kalitatezkoa eskaintzen diegu, produktuen kalitate-estandar handien bidez. Horrez gain, prestakuntza- eta informazio-programa zabala garatzen dugu, Consumer EROSKI aldizkariaren eta Idea Sana EROSKI programa integralaren →

bidez; hau da, bizi-aztura onak, osasungarriak, ingurumenarekiko errespetuzkoak eta solidarioak irakatsi nahi dizkiegu.

Garapen iraunkorrekiko konpromisoaren ondorioz, ingurumen-politika konprometitua garatzen dugu. Horretan, etengabeko hobekuntzako irizpideak aplikatzen dira, gure jardueraren eragin ekologikoa txikitzeko eta garraioaren energia-eraginkortasuna handitzeko; horretarako, ibilbideak berriro diseinatu, kamioien zama-edukiera optimizatu eta erregai alternatiboak erabiltzen ditugu. Horrez gain, zenbait sektore-forotan hartzen dugu parte, berotegi-efektuko gas gutxiago isurtzeko eta klima-aldaketan dugun eragina txikitzeko. Ingurumen-kudeaketa gure hornitzaileek ere erabil dezaten, e+5 metodologia erabiltzen dugu, Fundación Entorno delakoarekin, jarrera arduratsuak sustatzeko eta ingurumena errespetatzeko eta babesteko printzipioak hartzeko.

Gizarte-erantzukizunarekin dugun konpromisoaren ondorioz, gizarte-ikuspegia aintzat hartuta lan egiten duen erakundea gara; eta, beraz, eztabaida- eta iritzi-gune nagusietan hartzen dugu parte. Zehazki, gizarte-erantzukizuneko politikak zehazteko prozesuetan hartzen dugu parte, GKEekin eta erakundeekin elkarlanean gaude sentsibilizazio- eta laguntza-kanpainetan, nazioarteko konpromisoak geure egiten ditugu –esaterako, Nazio Batuen Munduko Ituna– eta Lan eta Gizarte Gaietarako Ministerioko Adituen Foroan lan egiten dugu, Espainiako Gizarte Erantzukizuna arautuko duen arautegia zehaztu eta idazteko.

## 5.1 Kontsumitzaileak

Gure jarduera-inguruneko partaide garen aldetik, kontsumitzaileen eskubideen defentsarekin, ingurumenarekin eta gizarte- eta kultura-ekimenen sustapenarekin konprometituta gaude. Eroski Fundazioak irabazien % 10 gizartearen berrinbertutz hedatzen ditu bere balioak

2003-2004ko aurrerapenak		2002	2003	2004
<b>Eskaintza berritzailea</b>				
Merkataritza-sarea	Merkataritza-sarea	1955	1556*	1790
Balio erantsiko produktu, gune eta zerbitzu berriak	Eroski-Red ordainketa-txartelaren titularrak	875.000	945.000	1.006.526
	Travel Club txartelaren titularrak (aktiboak)	2.182.382	2.091.483	2.408.932
	Regalos entregados por tarjeta Travel Club	423.268	469.853	621.322
	Kontsumitzaileen arreta-telefonoa (dei kopurua)	14.788	31.995	56.075
Teknologia berriak	Lineako erosketak estalitako herriak	31	37	81
Sektoreko lehenen artean	Erosketa-ekintzen kopurua (milioitan)	196*	209	212
	Eguneko bezeroak, batez beste	654.586*	697.066	708.597
<b>Konfiantzazko produktuak</b>				
Osasuna eta segurtasuna bermatzen ditugu	Eroskiko produktuei egindako kalitate-azterketak	2.769	3.075	3.877
	Eroski Natur produktuei egindako kalitate-azterketak	2.240	2.651	3.992
Hornitze-katearen kontrola	Eroski Natur produktuen hornitzaileei egindako ikuskaritzak	370	1.648	955
	Eroskiko hornitzaileei kalitatea kontrolatzeko egindako ikuskaritzak	39	86	130
	Produktu-kontrola, saltokietan	600	887	999
<b>Bizitza osasungarriago baten alde</b>				
Prestakuntza- eta informazio-lan handia	Consumer EROSKI aldizkariak/urtean	2.695.000	3.850.000	3.545.000*
	Idea Sana EROSKI eskoletako eta kanpainetako parte-hartzaileak	334.000	580.540	1.181.499

\* Datu horiek aldatu egin ziren Consum Koop. Elk. Eroski Taldetik irtetean.

### HOBETZEN JARRAITUKO DUGU...

...kontsumitzaileen beharretara egokitutako konponbideak emateko helburuak jarritz. Horretarako, gure produktuen kalitatea, jatorria eta ongarritasuna bermatuko ditugu, eta kontsumitzaileentzako prestakuntza- eta informazio-programak jarriko ditugu martxan, haien eskubideak defendatzen eta bizi-aztura onak, osasungarriak, ingurumenarekiko errespetuzkoak eta solidarioak sortzen laguntzeko.

## Eskaintza berritzailea

### Zure beharretara egokitutako konponbideak ematen ditugu

#### Kontsumitzaileengandik hurbil

Eroskin, kontsumitzaileekin dugun konpromisoari eusten diogu. Horretarako, kalitatezko produktuak ematen dizkiegu prezio lehiakorretan, eta kontsumo arduratsu, osasungarri eta bermekoa lortzeko dituzten behar eta itxaropenak asetzen dizkiegu.

Hasiera-hasieratik, bezero eta kontsumitzaileen beharrei erantzutearekin uztartu ditugu gure garapena eta hazkunde ekonomikoa. Horretarako, gure merkataritza-sarea handitzen eta establezimendu-eredu erosoagoa eta erabilgarriagoa bilatzen jarraitzen dugu. Nola? Produktu, gune eta zerbitzu berriak sartzen ditugu, kudeaketa hobetzen dugu eta aurrerapenak sartzen ditugu informazio-sistemetan eta kate logistikoan. Horri guztiari esker, urtero gure dendetara datozen 200 milioi bezero baino gehiagoren gogobetetasuna hobetzen lagundu dugu.

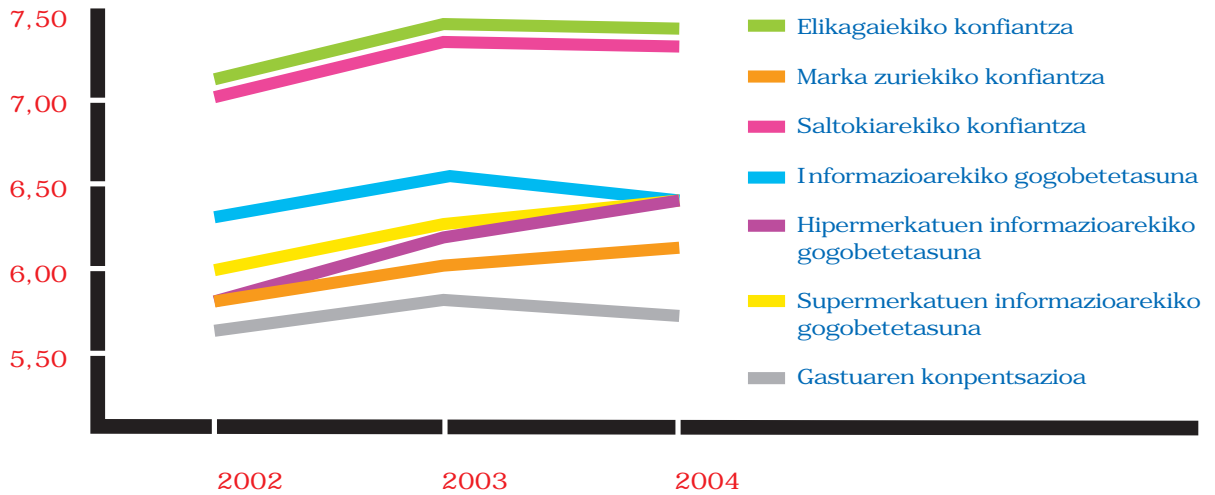
Gure kezka nagusia gizartearen interesak identifikatzea da. Helburu horrekin, iritzi-ikerketak egiten ditugu, gure produktuei buruz, ematen dugun informazioari buruz eta garapen iraunkorrean dugun eraginari buruz dituzten kezkak ezagutzeko eta barneratzeke.

Eroski Fundazioak, Enpresa Institutuarekin, Kontsumo Barometroa argitaratzen du, 2000tik. Horren bidez, asmo handiko ikerketa bat egiten du urtean behin, Espainiako kontsumitzaileen kezka, sentiberatasun

eta pertzepzioak sistematikoki eta ordenan aztertzeke. 2004an, gai hauek azertu ziren: elikagaien kontsumoaren inguruan duten konfiantza-maila, kontsumo-gaiei buruz jasotzen duten informazioaren inguruko gogobetetasun-maila, interes ekonomikoak, ingurumen-arazoarekiko sentiberatasuna, elkartasuna eta bizi-azturak.

Ikerketatik ondoriozta daitekeenez, gero eta konfiantza handiagoa dute kontsumitzen dituzten elikagaiekiko, eta apur bat handitzen da a priori mesfidantza handiagoa sortzen duten elikagaiekiko konfiantza (hots, haien ustez industrial edo artifizialak direnekiko).

Kontsumo-gaiei buruz jasotzen duten informazioari dagokionez, aurreko urteetako balioak errepikatzen dira, baina supermerkatu eta hipermerkatuek ematen duten informazioarekiko gogobetetasuna handitu egin da. Aitzitik, zenbait gairi –adibidez, hondakinak birziklatzeari eta bidezko merkataritzari– buruzko kontzientziarioa eta gizarte-sentiberatasuna txikia da, oraindik ere.



Eroskin, hori guztia osatzeko, elkarriketak egiten dizkiegu kontsumitzaileei, gure zerbitzuetan eta, batik bat, freskoen sailtan (Freskometroa) lortzen duten gogobetetasun-maila balioztatzen; izan ere, freskoen sailak dira gure elikagai-eskaintzaren bereizgarriak, bai eta freskotasunarekiko eta jatorrizko eta zaparezko bikaintasunarekiko konpromisoaren adierazgarriak ere.

Horrez gain, kalitatea bermatzen duten produktuak oso prezio lehiakorretan eskaintzea zeinen garrantzitsu den aintzat hartuta, kategoria bat sortu dugu oinarritzko produktuak sustatzeko: "Aurrezpen Handiena". Marken kalitate-estandarrei eutsita, % 7 jaisten da haien prezioa, batez beste, merkatuko ohiko prezioekin alderatuta.



## Negozio-linea berriak

Ireki diren 279 establezimenduetan eta kudeaketaren eta eraginkortasunaren hobekuntzan egindako inbertsioak zerbitzu hobea eta errentagarritasun ekonomiko handiagoa dakartza berekin, eta horrek kontsumitzaileekin eta gizartearekin dugun konpromisoan du eragina.

Gure Plan Estrategikoan bildutako dibertsifikazio-politikaren ildoan, oso negozio desberdinak ditugu; besteak beste, gasolindegia, higiezin agentziak, optikak, bidai-agentziak, kirol-dendak, perfumeriak eta aisia- eta kultura-dendak. Halaber, beste negozio-linea batzuk



garatu ditugu –hala nola, janari prestatua (Multifood Koop. Elk.)–, eta baita beste denda-mota batzuk ere (Sportland, Forum eta, duela gutxiago, Abac, aisia eta kulturak espezializatutako erredua, aisialdiaren erabilera aktiboa sustatzeko).



2003-2004 denboraldian, Eroskik bere produktu-sorta handitu du, besteak beste, haurtzaintzako produktuak eta nazioarteko zapoak (izozkiak, foieak, gaztak...) sartuz. Horrez gain, marka propioko drogeria-produktu gehiago ere baditu (garbigarriak, aluminioak, filmak...). Produktuak dibertsifikatzeko joera horretan, landare-kontserba ekologikoak eta janari prestatuko 49 erreferentzia berri erantsi ditugu (Eroski →

Restauralia markaren pean); azken horren helburua kontsumitzaileei kalitate handiko produktu hoztuak ematea da. Horrez gain, Eroski Natur markako produktu freskoak hedatzera jo dugu; alde batetik, lurralde gehiagotan saltzen ditugu, eta, beste batetik, produktu kopurua handitu dugu. Eta hori guztia kalitatea bermatzeko konpromisoari eutsita.

## Eskaintzaren berrikuntza

Etxeko kontsumoa errazteko, Eroski online zerbitzuaren estaldura-azalera handitu egin dugu. Zenbait urtez Gasteizen eta Bilboko eragin-eremuan funtzionatu ondoren, Iruñean hasi gara, eta, laster, Gipuzkoan, Asturiasen, Kantabrian eta Errioxan egongo gara. Zerbitzu hori [www.compraonline.grupoeroski.com](http://www.compraonline.grupoeroski.com) web orriaren bidez ematen dugu, eta ohiko produktu guztiak erosteko eta etxean jasotzeko aukera ematen du, aukeratutako egunean eta orduan.

Kontsumitzaile eta bezeroen beharrei buruz ezagutza handia dugu eta, beraz, haien bizitza-ohiturekin bat datozen produktuak egokitu eta diseina ditzakegu. Hori dela-eta, berriro diseinatu ditugu gure dendak, eta orain erosoagoak dira eta freskoek azalera handiagoko sailak dituzte (produktu freskoen kalitate handiak duen onespina aintzat hartuta). Horrez gain, berrikuntzak sartu ditugu beste sail batzuetan, hain zuzen, produktu-sortan eta kokapenean; adibidez, ardandegian, perfumerian eta elikadurazkoak ez diren beste batzuetan (zapatak, jostailuak, landareak eta teknologia). Halaber, zerbitzu gehigarriak aberastu egin ditugu (finantza-produktuak, aseguruak eta salmenta-bide berriak).

Teknologia berriek ematen dituzten abantailak aprobetxatuta, Eroski Bidaiak agentziak bidaiak interaktiboki diseinatzeko eta kontratatzeko aukera ematen du; horrez gain, bezeroen arreta-telefonoa eta denda birtuala ere baditu, eta Eroski Bidaiak Kluba →

sortu du, bidaiariek esperientziak trukatzeko, jolas-jarduerei buruzko informazioa lortzeko, eskaintzak posta elektronikoaren bidez jasotzeko eta intereseko lekuei buruzko erreportajeak ikusteko.

Halaber, balio erantsiko zerbitzuekin, informazio egokitua eta ordainketa-erraztasunak ematen ditugu, baita bazarreko produktuak, etxetresna elektrikoak, ehungintzako produktuak eta bidaiak erosteko aukera ere. 2004an, 860.279 titularrek zuten Eroski-Red ordainketa-txartela (hain zuzen, 1.006.526 txartel), eta Travel Club puntu-txartelak 621.322 opari baino gehiago eman zituen.

Komunikazio-bide iraunkorra eskaintzeko, bezeroen arreta-telefonoa dago, dohainik. Guztira, 56.075 dei jaso ziren. Horietatik, % 74 informazioa eskatzeko izan zen, % 2 iradokizunak egiteko eta % 24 intzidentzien berri emateko.

## Konfiantzazko produktuak

### Jatorria eta kalitatea bermatuta

#### Produktuen egiaztagiria eta elikagaien segurtasuna

Produktuen kontrol zorrotza eskaintzen diegu gure bezeroei, eta horrek produktu horien elikagai-segurtasuna eta kalitate handi-handia bermatzeko aukera ematen digu; gainera, informazio sakona eta haien beharretara egokitua ematen diegu.

Gure Kalitate Politikan, hauek sartzen dira: produktuak laborategian aztertzea, hornitzaileak homologatzea, banaketa-plataformetan eta saltokietan kalitate-sistemak ezartzea, eta kontsumitzaileekin ikerketa sentzorialak eta erabilera-probak egitea.

2003an, Unitate genetikoa gehitu zaie gure laborategiko Unitate kimikoari eta Unitate mikrobiologikoari. Hiru unitate independente eta egiaztatu dira, eta elikagaien segurtasuna kontrolatzeko modu berriak sartu dituzte:

-Eroski produktuak kontrolatzea. Prestige petrolio-ontziaren hondamen ekologikoak eragindako kezkaren ondorioz, analisi-teknika berriak sartu dira, Bizkaiko Golkoko kostalde osoko itsasbazterreko arrantza eta moluskuak kontrolatzeko. Horrez gain, piperrautsa edo kolore gorriko espeziak dituzten produktuak aztertzen dira, horrelako produktuek osasungarritasun-zalantzak sortzen baitizkie kontsumitzaileei.

- Elikagai-alertarik izanez gero, ekitea. Analisi-tresna zehatzak, elikagai-alertarik izanez gero berehala ekiteko.

Unitate kimikoa:

- Alergenoen presentzia aztertzea. Glutena, kakahuetea, esnea, arrautza eta soja dagoen ebaluatzea, badaudela adierazten ez duten baina kutsadura gurutzatuaren ondorioz izan ditzaketen elikagaietan.

- Zenbait mantenugai aztertzeke berariazko kanpainak. Aberastutako produktuen zuntza, gantz-azidoak, omega-3 eta bitaminak aztertzea, behar bezala etiketatuta daudela egiaztatzeke.

Unitate genetikoa:

- Elikagai-matrizeetan patogenorik dagoen hautematea. Denbora-tarte txikiagoetan patogenorik dagoen identifikatzea, unitate mikrobiologikoaren analisia osatzeko.

- Arrantza-espezieak identifikatzea. Espezieak identifikatzea

2004an, 7.869 produktu aztertu ziren; horietatik, 3.992 unitate mikrobiologikoak aztertutako Eroski Natur produktuak izan ziren (frutak, barazkiak eta haragia), eta 3.877 Eroski

markako produktuak edo unean uneko kasuak, laborategiak kalitateari edo osasungarritasun-baldintzei buruz zalantzak daudela uste izan duenean.

Elikagaien segurtasunaren kontrola osatzeko, higiene-kontrolak egiten dira saltokietan eta gure plataformetan; batez ere, haragi-produktuak egiten diren plataformetan. Kontsumo osasungarria eta kalitatezkoa emateko dugun konpromisoa osatzeko, ikerketarako bekak eta laguntzak ematen ditugu, arlo hauetan ikertzeko: Bioetikan eta Enpresan, Nutrizioan eta Osasunean eta Elikagaien Segurtasunean. Horrez gain, berrikuntza teknologikoko zentroein laguntzen diegu, eta lankidetzaren ondorioz, bi proiektu berri jarri ditugun martxan, elikagai-arloko I+G planaren barruan:

- Elikagaien analisiak PCR bidez egiteko teknikak garatzea, Gaiker Zentro Teknologikoarekin lankidetzan. Laborategian transgenikoak, salmonella eta E.Coli hautemateko teknikak sartzea, eta hegalaburren eta mihi-arrainen espezieak identifikatzea.
- Freskoen sailetan trazabilitatea kudeatzeko sistema automatizatuak. Freskoen plataformetatik saltokietaraino, trazabilitatea ziurtatzeko sistema informatizatuak.
- Haragi-produktuak egiteko, ontziratze eta banatzeko sisteman berrikuntza-proiektua, Gaikerrekin, Ikerlan-ekin eta Ulma enpresarekin lankidetzan. Haragi freskoa atmosfera eraldatuko sistema batean maneiatzeko eta ontziratze prozesua hobetzea, produktuaren kalitate-bermea eta balio-bizitza handitzeko.

## Horniketa-katearen kontrola

Gure hornitzaileekin elkarlan estuan dihardugu, produktuak eta kalitate-estandarrek eta kudeaketa logistikoa bermatzen dituzten fabrikazio-prozedurak zehazteko. Horrez gain, aplikazio teknologikoak sartzen ari gara, hala

nola, irrati-frekuentzia biltegietan, ekoizpen-linea automatikoak freskoetarako, haririk gabeko komunikazioa kamioiak kokatzeko, eta ekoizpen handiko tresnak plataformak hornitzeko.

Gure produktu guztien kalitate-, jatorri- eta zapore-ezaugarriak ziurtatzeko, kontrol-mekanismo zorrotzak ezartzen ditugu. Kontrol horiek are zorrotzagoak dira Eroski Natur markako produktuen hornitzaileen kasuan; izan ere, horrez gain, homologazio- eta egiaztapen-prozesuetan ezarritako baldintzak bete behar dituzte.

Eroski Natur markako hornitzaileak homologatzeko prozedura

Merkataritza- eta logistika-aldagaiak balioztatu ondoren, Kalitate Sailak, hasierako ikuskaritza batean, hornitzaileen kontrol-sistemak egiaztatzen ditu, produktuaren trazabilitatea,

arau tekniko-sanitarioak betetzea, ekoizpen-sistema naturala aplikatzea eta eskatutako eskakizunak betetzea bermatzeko. Hori guztiak egiaztatu ondoren, segimendu- eta analisi-ikuskaritzak egiten ditugu, aldi behin, produktu bakoitzerako berariazko kontrol-plan baten arabera.

Akreditazioak eta Produktuen Egiatagiriak, Eroski Taldeko Kudeaketa sistemak

EGIAZTAPENA	ENTITATEA	ARAU	EGIAZTAGIR. DATA	IRISMENA
Zorrotzako haragi-produktuen transformazio-zentrala	AENOR	9001:2000 UNE-EN ISO	1995	"Haragia eta haragi-produktuak hornitzea, maneiatzea, zatikatzea, biltegitratzea eta Eroski Taldeko saltokietara garraiatzea" (2002)
Eroski taldeko Produktuaren Kalitate Laborategia	ENAC	17025:2000 UNE-EN ISO/IEC	1997	"Hornidura-animalien deribatuen hondakin zoosanitarioen analisi fisiko-kimikoa eta elikagaien analisi mikrobiologikoak" (2002)
Zornotzako produktu frskoien plataforma	AENOR	9001:2000 UNE-EN ISO	1999	"Produktu freskoez (txarkuteria, frutak, barazkiak eta arrain freskoa) hornitzea eta horiek Zubietako plataformatik (Zornotza) Eroski Taldeko saltokietara banatzea. Produktu freskoez (txarkuteria, frutak eta barazkiak) hornitzea eta horiek Gasteizko plataformatik Eroski Taldeko saltokietara banatzea. Arrain freskoaz hornitzea eta Pintoko plataformatik (Madril) Eroski Taldeko saltokietara banatzea" (2001)
Arteako Eroski hipermerkatua	AENOR	14.001 UNE-EN ISO	2000	"Ingurumen-kudeaketa"
"Eroski Natur" txahala	CERTICAR	1760 /2000 araudia	2000	"Eroski Natur txahalaren trazabilitatearen eta etiketaren alderdiak"
"Eroski Natur" landare-oilaskoa	SGS	45.011 UNE-EN ISO	2001	"Eroski Natur landare-oilaskoaren jatorriaren, hazteko metodoaren eta elikaduraren alderdiak"
Garberako eta Max Centerreko Eroski hipermerkatuak	Bureau Veritas Quality International (BVQI)	Zerbitzuaren Kalitatearen Berme Erreferentzia	2001	"Produktu freskoen sailetan zerbitzuaren kalitate-bermea"
Eroski bidaiak	Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)	Turismo Kalitatearen Q	2001	"Eroski Bidaien negozioaren kalitate-sistema ICTEK Turismo Kalitatearen Q lortzeko ezarritako kalitate-arauen eskakizunekin bat etortzea"
Zallako Maxi hipermerkatua	Bureau Veritas Quality International (BVQI)	Zerbitzuaren Kalitatearen Berme Erreferentzia	2002	"Produktu freskoen sailetan zerbitzuaren kalitate-bermea"
Eroski bidaiak	AENOR	9001:2000 UNE-EN ISO	2002	"Oporretarako bidaien zerbitzua ematea (kolektiboak eta enpresei), merkataritza-marka hauen pean: Eroski Bidaiak, Travel Air eta Bidaien Forum Kluba. Opor-bidaiak diseinatzea eta garatzea"
Eroski Taldeko Erabiltzailearen Laguntza Zentroa (CAU)	AENOR	9001:2000 UNE-EN ISO	2002	"Eroski Taldeko informazio-sistemetak erabiltzailearen laguntza-zerbitzua"
Coruñako produktu freskoen plataforma	AENOR	9001:2000 UNE-EN ISO	2002	"Produktuaz hornitzeko eta horiek kontrolatzeko jarduerak. Eroski Taldeko dendetan eta beste zentro frankiziatu batzuetan saltzen diren produktu elaboratuak ekoiztea, txarkuteriaren, esnekien, fruten, haragiaren eta arrain freskoaren eskaerak prestatzea eta banatzea"
Elorrioko merkantzia orokorraren plataforma	Euskalit (Eusko Jaurlaritza)	Zilarrezko Q	2002	"Kalitatezko kudeaketan EFQMren arabera bikaintasun-eredua"
Oliban olioak ekoizteko zentroa	AENOR	9001:2000 UNE-EN ISO	2003	"Oliba- eta ekilore-olioak ontziratze eta horien banaketa kudeatzeko jarduerak"
Eroski Taldearen Gizarte Egoitza	Bureau Veritas Quality International (BVQI)	8000 SA	2003	"Gizarte Erantzukizunaren kudeaketa-sistema"
Zornotzako produktu freskoen plataforma	Euskalit (Eusko Jaurlaritza)	Zilarrezko Q	2004	"Kalitatezko kudeaketan EFQMren arabera bikaintasun-eredua"

## Idea sana EROSKI programa

### *Idea Sana EROSKI: bizitza on eta osasungarriaren alde*

Idea Sana EROSKI programa 2003an sortu zen, eta, horren bidez, gure bezeroengan bizitza onak, osasungarriak, ingurumenarekiko errespetuzkoak eta solidarioak sustatu nahi ditugu. Ongizate fisikoa, psikikoa eta soziala hartzen dugu aintzat, Osasunaren Mundu Erakundeak definitzen duen moduan. Beren ongizateaz kezkatuta dauden, gizarte-kezkak dituzten eta ingurunean aktiboki parte hartu nahi duten kontsumitzaileentzako proiektua da.

Atsegintasunez eta hurbiltasunez, hezitzaile talde baten ezagutzak hedatzen ditugu saltokietatik. Haien informazio baliagarri, oso eta egiazkoaz baliatuta, eskolak, kanpainak, aholkularitza espezializatuak eta prestakuntza-jarduerak antolatzen ditugu, osasunari, aisiari, elikadurari, ariketa fisikoari, ongizateari, ingurumenari eta elkartasunari buruz.

- Idea Sana EROSKI aldizkaria Bi hiletik behin, 300.000 ale argitaratzen dira, eta gure jardueren berri emateko balio dute. Informazio praktikoa biltzen dute, eta gai bakoitzeko adituek kolaboratzen dute. Doan banatzen dira gure zentroetan.

- Idea Sana EROSKI eskolak Ordubeteko iraupeneko topaketak dira, eta gure denda-sarean egiten ditugu, modu pertsonalizatuan eta hurbilean, zenbait gai buruz informatzeko; besteak beste, elikadurari eta nutrizioari, elikagaien

maneuari, aisialdiari, kirolari eta osasunari, natur inguruenari eta etxe-inguruenari buruzkoak dira. Urtean 60 gai garatzen ditugu, 445 eskolatan, gutxi gorabehera; eskola bakoitzean, batez beste, 15-20 lagun biltzen dira, eta, guztira, 2004an, 24.250 pertsonak hartu zuten parte.

- Aholkularitzak Zenbait gaitan aholkularitza orokorra eta banan-banakoa eskatzen dela ikusita, ekimen berri honi ekitea erabaki genuen. Lehen esperientzian, 125.000 kontsumitzaile baino gehiago bildu zituen, Jostailuaren Aholkularitza Zerbitzuan. Psikologo eta pedagogoez hartu zuten parte, gurasoak informatzeko.
- Idea Sana EROSKI standak Eroski hipermerkatuetan daude, eta egindako kanpainak euskarritzeko eta Fundazioaren Lagun berriak integratzeko balio dute. 2004an, 489.699 bezero hurbildu ziren stand horietara, guztira.

*Bidezko Merkataritzaren hamabostaldiaren barruan jarritako standa. Horretatik 32.542 bezero pasatu ziren, eta, horietatik, 3650ek Fundazioaren Lagun izatea erabaki zuten*

- Idea Sana EROSKI bildumagarriak eta liburuxkak  
Kanpainen euskarri diren oroigarri grafikoak. Idatziz adierazten dute informazioa.

- Idea Sana EROSKI foroak  
Hitzaldiak antolatzen dira profesional adituek jendeari aholkuak emateko, osasunaren eta ongizatearen inguruan. Ekimen hau 2004ko apirilean sortu zen. Lehen hitzaldia "La adaptación del recién nacido al mundo" izan zen, eta izen handiko pediatra eta espezialisten irizpide profesionaletik jorratu zen. Horren ondoren, honako hauek egin dira:

- *"Danza, equilibrio corporal"*, Víctor Ullate (Madril).

- *"Televisión y bienestar"*, Rosa Villacastín (Bilbo).

- *"Deporte y Estilo de Vida"*, Blanca Fernández Ochoa (Sevilla) eta Juanito Oiarzabal (Malaga).

- *"Nuevas Tecnologías en el Hogar"*, Microsoft (Santander eta Logroño).

- *"Estilo de vida y felicidad"*, Luis Rojas Marcos (Sevilla).

- *"La importancia de la música"*, Fernando Argenta eta Inma Shara (Madril).

- *"El placer de la lectura"*, Carmen Posadas (Malaga).

## 5.2 Ekonomi eta kultur garapeneko eragilea

Gure jarduera garatzen dugun eta bizi garen esparruko alderdi garrantzitsutzat har gaitzaten nahi dugu; hori dela-eta, gure jarduera garatzen dugun herriak ekonomikoki, sozialki eta kulturalki sustatzeko lan egiten dugu.

2003-2004ko aurrerapenak		2002	2003	2004
<b>Hazkunde-eragilea</b>				
Aberastasuna sortuz	Inbertsio garbia (mila eurotan)	271.815	509.304,56	357.193,51
	Merkataritza-sarea	1.955	1.556 *	1.790
<b>Hurbiltasuna eta integrazioa</b>				
Eskualdeko produktu eta kulturen sustapena	Tokiko eta eskualdeko produktu-kopurua	9.074	10.785	9.789*
	Eskualdeko denda-eta sail-kopurua	36	41	48
	Eskualdeko produktuen kanpaina monografikoen kopurua	13	13	13

\*Datu horiek aldatu egin ziren Consum Koop. Elk. Eroski Taldetik irtetean

### HOBETZEN JARRAITUKO DUGU...

...gure inguruneko gizarte- eta kultura-errealitateak geure egiten ahaleginduz, tokiko berezitasunak errespetatzen eta sustatzen dituen kultur-anitzeko erakunde gisa eratzuz, aberastasuna sortuz eta gizarte-ongizatea lagunduz.

## Hazkunde-eragilea

### Tokiko garapen ekonomikoari lagunduz

Komunitatearen garapen ekonomiko eta sozialerako eragile gisa, argi eta garbi gure jarduera: zuzeneko enplegua sortu dugu, gure zentroetan, eta zeharkakoa, hornitzaile eta azpikontratekin dugun harremanari esker. →

Bestalde, sinatutako kontratuetan adostutakoaren arabera ordaintzen diegu. 2004an, gure irabazien % 67,39 produktu eta zerbitzuak erosteko erabili genituen; hots, 3.952 milioi euro baino gehiago

Eroskin, jabeentzako aberastasuna sortzea baino gehiago egiten dugu. Gure jarduera lurralde nazional osoan zabaltzen da, eta horrek jarduera ekonomikoaren sustatzaile nagusietako bat bihurtzen gaitu, sortzen dugun enpleguaren eta gure inguruan kokatzen den jarduera ekonomikoaren bidez.

Gure zentroak gure jarduera garatzen dugun komunitatearen garapen sozio-ekonomikorako pizgarriak dira, zuzenekoak eta, gure denda-sarea zerbitzu osagarri hornitzeko azpiegiturak agertzean, eragin biderkatzailearen bidezkoak. Hori dela-eta, hari esker sortzen dugun aberastasunaren % 10 itzultzen diogu gizarteari. Eroski Taldeak 2004ko ekitaldian lortutako irabazi gordinak (5.866 milioi euro) honela banatu ziren.

- % 67,39 hornitzaileei ordaintzeko erabili zen, salmentarako erositako ondasun eta zerbitzuen truke.

- % 7,84 jarduera garatzeko kontsumitutako kanpo-ondasun eta -zerbitzuak ordaintzeko erabili zen. →

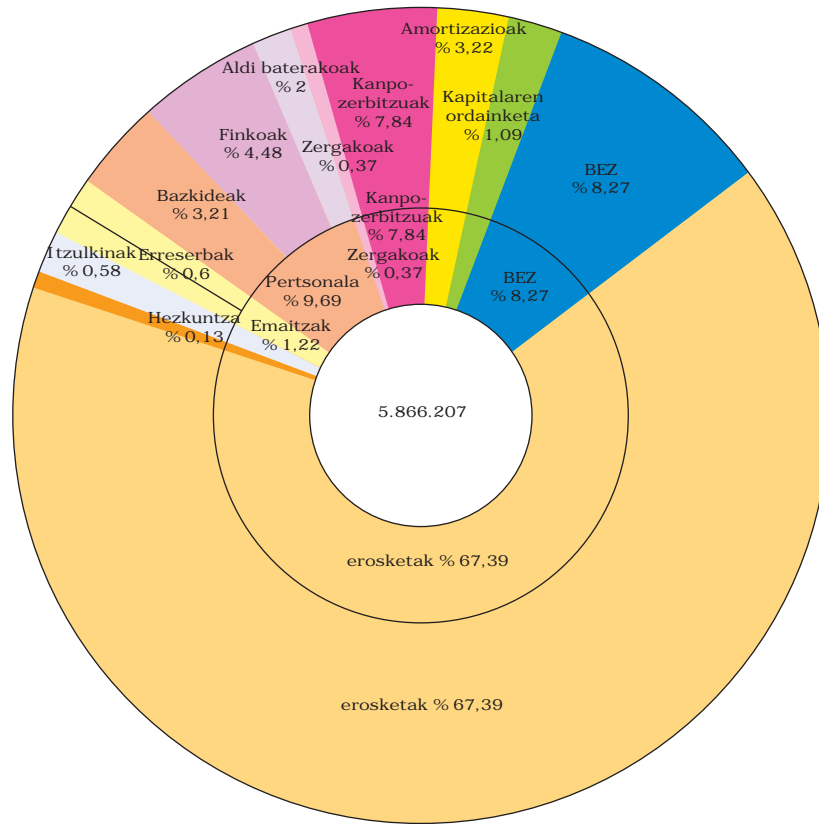
- % 8,83 Administrazioari tasa eta zergak ordaintzeko erabili zen; ehuneko horretan, BEZaren % 8,27 dago.

- % 9,68 giza taldeari zegokion zatia da, eta % 3,22, ekoizpen-taldeari zegokiona; kasu horretan, amortizazio bidez.

- Bazkide akziodunek emandako kapitalari eta erabilitako kanpo-baliabideei ordaintzeko zatia % 1,09koa izan zen.

- Emaitzen bidez enpresari zegokion zatia % 1,22koa izan zen (salmenta gordinen gaineko interes eta zergen irabazi garbiaren ehunekoak). Ehuneko horretatik ateratzen da gizarte-ekintzak egiteko erabiltzen den % 10a.





## Hurbiltasuna eta integrazioa

### Tokiko kulturak eta tradizioak sustatuz

Gure jarduera garatzen dugun herrietan integratzeko egiten dugu lan, eta lekuan lekuko kultura eta ohiturak barneratzen saiatzen gara. →

Horren ondorioz garatu dugun kultura anitzeko izaerak gure lan-zentroen inguruko komunitateen desberdintasunak hartzen ditu barne.

Kultur sustapena eta integrazioa eskualdeko hizkuntza koofizialen erabileran gauzatzen dira; izan ere, saltokietako informazio-euskarri guztietan erabiltzen ditugu, bai eta Interneten, inprimatutako argitalpenetan, Eroski markako produktuen etiketetan eta sustapen-liburuxketan ere.

Garapen ekonomikoa eta kultura sustatzeko, etengabe saltzen ditugu artisau-produktuak. Lan hori 1997an hasi zen, Caceresen lehen Eskualde Denda ireki zenean, eta, gaur egun, 48 Eroski hipermerkatutan daude horrelako →

guneak. Horietan, eskualde bakoitzeko apaingarri bereizgarrien kopiak jartzen ditugu, tamaina errealean; eskualdeko denda horietan, bezeroek, guztira, tokiko 9,789 produktu dituzte eskura.

## Eskualdeko denden banaketa

Hipermerkatua	Probintzia	Hipermerkatua	Probintzia
01. Lorca	Murtzia	25. Alcala de Guadaira	Sevilla
02. Max Center	Bizkaia	26. Logroño	Errioxa
03. Molina de Segura	Murtzia	27. Fuengirola	Malaga
04. Bilbondo	Bizkaia	28. Toledo	Toledo
05. Cartagena	Murtzia	29. Lalin	Pontevedra
06. Abadiño	Bizkaia	30. Tornelloso	Ciudad Real
07. Murtzia	Murtzia	31. Cuenca	Cuenca
08. Tarrasa	Bartzelona	32. Azuqueca de Henares	Guadalajara
09. Albacete	Albacete	33. Lebrija	Sevilla
10. Tarragona	Tarragona	34. Berango	Bizkaia
11. Algeciras	Cadiz	35. Miranda de Ebro	Burgos
12. Cuenca	Guadalajara	36. Tolosa	Gipuzkoa
13. Caceres	Caceres	37. Montilla	Kordoba
14. Guadalajara	Guadalajara	38. Eibar	Gipuzkoa
15. Ciudad Real	Ciudad Real	39. Moron	Sevilla
16. Garbera	Gipuzkoa	40. Zalla	Bizkaia
17. Cordoba	Kordoba	41. Ponteareas	Coruña
18. Urbil	Gipuzkoa	42. Jaca	Huesca
19. Malaga	Malaga	43. Ribadeo	Pontevedra
20. Calahorra	Errioxa	44. Castro	Kantabria
21. Velez Malaga	Malaga	45. Figueres	Girona
22. Santander	Cantabria	46. Antequera	Malaga
23. Roquetas de Mar	Almeria	47. La Bañeza	Leon
24. Oviedo	Asturias	48. Valladolid	Valladolid

Horrekin batera, eskualdeko ekoizpen-jarduera bultzatzeko, urtean zehar, aldi behingo kanpainak egiten ditugu zentro guztietan, eskualdeko gastronomiako produktu bereizgarriak sustatzeko. Sustapen-kanpaina horiek produktuak kontsumitzen diren eremu geografikoaz haratago ere egiten dira. Kanpaina monografikoak bereziki prestatutako standetan edo sustapen-guneetan egiten dira, dendan produktu horiek saltzen diren bitartean; stand edo gune horiek eskualdeko zenbait artikulu sustatzen dituzte, eta, batik bat, produktu-mota jakin bat nabarmentzen da.

## Eskualdeko kanpaina

Murtzia: Ahuntz-gazta  
 Extremadura: Pasta biguneko gazta  
 Gaztela-Mantxa: Castilla jatorri-deiturako ardoa  
 Andaluzia: Oliba-olio birjina  
 Asturias: Cabrales gazta  
 Kantabria: Uxuala-krema  
 Galizia: Rías Bajas jatorri-deiturako ardoa  
 Aragoi: Somontano jatorri-deiturako ardoa  
 Gaztela eta Leon: Zezina  
 Katalunia: Oliba-olio birjina  
 Errioxa: Errioxako jatorri-deiturako ardoa  
 Nafarroa: Patxarana  
 Euskadi: Jatorri-deiturako txakolina

Horrez gain, urtean behin, eskualdeko produktuen lehiaketa antolatzen dugu; laborategiak eta kontsumitzaile-epaimahai batek baloratzen dituzte produktuak. Oro har kalifikaziorik onena lortzen duen hornitzaileak →

bere salgaia produktu-sorta orokorrean sartzeko aukera izaten du; produktu hori gure dendasare osoan eskaintzen da, eta ondorioz, salmentak areagotu egiten dira.

Gure establezimendu guztiek gure funtzioa zehazten dute ingurunearen sustatzaile ekonomiko gisa, eta, horrela, bost urtez jarraian, artisau-ekoizle txikiekin lankidetzan jarduteko konpromisoari eutsi diogu.

Tokiko eta eskualdeko garapenari laguntzeko asmoz, urtero sinatzen ditugu hitzarmen egonkorrak lehen sektoreko hornitzaileekin (fruta-, barazki- eta haragi-hornitzaileekin). Guztira, ehun bat ekoizlerekin sinatu ditugu horrelako akordioak; horietan, erosketabaldintzen agiria adosten dugu, besteak beste, prezioak, kalkulaturako ekoizpenak, produktuen fitxa teknikoak eta kalitatea kontrolatzeko mekanismoak zehazteko. Horrez gain, laguntza ematen diegu (teknikoa...) beren emaitzak optimizatzeko.

Maila orokorragoan, akordio horiez gain, eskualdeko produktuak sustatzeko lankidetzahitzarmenak sinatzen ditugu administrazioarekin eta interes kolektiboak ordezkatzeko dituzten erakundeekin. Hona hemen 2004an sinatutako zenbait akordio:

Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Ministerioa: ETEek ekoiztutako nekazaritza-elikagaiak sustatzeko hitzarmena, langileek prestakuntza emateko programak, kalitate-irizpideak ezartzea eta krisi-egoeran jardutea.

Arrantzako eta Itsas Haztegietako Produktuen Merkatua Arautzeko eta Antolatzeko Fondoa (FROM): Nekazaritza, Arrantza eta Elikadura Ministerioari atxikitako organismo autonomo horrekin sinatutako akordioa, arrain txikiegiak ("pezqueñines") ez saltzeko. →

Malagako Diputazioa: bertako produktuak probintziako hipermerkatuetan sustatzeko hitzarmena; establezimendu bakoitzean, 100 m<sup>2</sup> baino gehiago utzi ditugu produktu horiek erakusteko eta saltzeko, eta 5 m<sup>2</sup> Malagako Diputazio Probintziala bera sustatzeko.

Landaluz: Nekazaritzako Elikagaien Kalitaterako Enpresa Elkartean (LANDALUZ) sartutako beste enpresa batzuekin batera, Andaluziako produktuak sustatzeko kanpaina.

Oviaragón: Aragoiko arkumea merkaturatzen duen kooperatiba-talde nagusietako da, eta lankidetzahitzarmena sinatu dugu. Corderex: Extremadurako arkumearen jatorrizko deituraren Kontseilu Arautzailearekin sinatu dugu hitzarmena, arkumearen kalitatea eta berriazko ezaugarriak kontrolatzeko, sustatzeko eta defendatzeko.

Galiziako txahal-haragiaren ekoizleak: Consello Regulador da Indicación Xeográfica Protexida TERNERA GALLEGA delakoarekin sinatutako lankidetzahitzarmena, haragi hori sustatzeko eta ekoizpena eta merkaturatzea babesteko.

Ojiblanca eta Cordoriva: Oliba ekoizten duten 205.000 kooperatiba eta familiarekin sinatutako hitzarmena. Urtean ekoizpenaren % 15 inguru merkaturatzeko konpromisoa hartu dugu.

## 5.3 Pertsonak

Erakundeak azken urteetan izan duen hazkunde handiaren ondorioz, pertsonen kudeaketan aitzindaria den enpresa gisa bereizten gaituzten korporazio-balioak gauzatzeko ahalegina indartu dugu. Pertsonen kapitallean, kudeaketan eta emaitzetan duten partaidetzaren sustapena funtsezkoa da hedapen hori ulertzeko.

2003-2004ko aurrerapenak		2002	2003	2004
<b>Jabeak eta protagonistak</b>				
Sozietate-bizitza aktiboa	Langile bazkideak	13.079	10.868*	12.298
	Kontsumo-bazkideak	516.666	341.333*	356.590
	Batzarretan parte hartzen duten langile bazkideak	9.793	7.419	6.864*
	Batzarretan parte hartzen duten kontsumo-bazkideak	7.985	7.297	7.727
	Eroski Fundazioaren Lagunak	9.854	99.854	137.396
<b>Kalitatezko enpleguaren alde</b>				
Enplegu egonkorra sortzea	Enplegu-sorkuntza	1.318	173	909
	Aldi baterako langileak (%)	%28.57	%28.82	%28.91
Gizarte-egoera ahuleko kolektiboak sartzea	Emakumeak (%)	%72.77	%74.16	%76
Gure langileak zaintzen	Lan Arriskuen Prebentzioko prestakuntza-orduak Riesgos Laborales	44.302	45.441	46.986
Gaikuntza eta promozioa	Prestakuntza-orduak	153.000	159.124*	246.390
Lan-giro ezin hobea	Lan-giroa (bi urtez behin)	5etik 3,27		5etik 3,34

\* Datu horiek aldatu egin ziren Consum Koop. Elk. Eroski Taldetik irtetean.

### HOBETZEN JARRAITUKO DUGU...

... estrategia-erronka handiak oinarri hartuz (berrikuntza, kudeaketa-eredua, partaidetza eta enpresa-kultura) eta pertsonen protagonismoa handituz, beren taldeetako eta erakundeko lanean partaidetza eraginkorraren bidez.

Eroskin, erakundearen hazkundera zenbait faktore uztartuz lortu dela uste dugu. Hona hemen faktore horiek:

- Emaidza ekonomiko onak eskuratzea, irabazien % 40 langile bazkideei eta % 10 gizarteari ematek.
- Pertsonak erakundearen protagonismoa eta garapena izateko aukera izatea.
- Kontsumitzaileen eskubideak eta gizartea →

defendatzea.

- Kontsumo osasungarri eta kalitatezkoaren alternatiba eskaintzea.
- Ingurumena zaintzea, gure jardueren ingurunean duten eragina behin betiko murrizteko.

Gure enpresa-estrategiaren definizio horretatik ondoriozta daiteke pertsonak taldearen barruan oso garrantzitsuak direla eta sentiberatasun hori erakunde guztietara hedatu nahi dugula.

Eroski Taldeak giza eskubideekiko errespetua ziurtatzeko egiten du lan; horri esker, 8000:2001 SA Araua lortu dugu, bai eta horri eutsi ere, eta beraz, agerian geratu da zuzenean inplikaturik gaudela eta sentiberatasun hori gure hornitzaileen artean sustatzen dugula.

Jabeak eta protagonistak

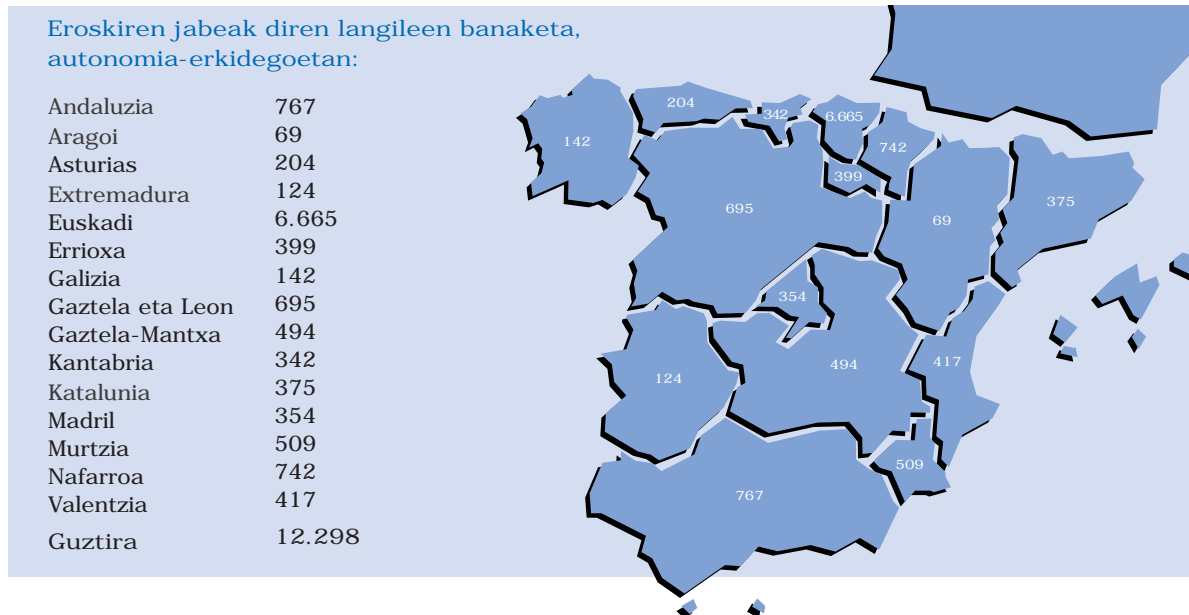
Eroski Taldeak langile bazkideengan oinarritutako sozietate-erakundeko eredua garatu du; izan ere, langile bazkideak dira erakundearen jabeak eta protagonistak. Hori dela-eta, erakundearen sartzen den bakoitzak bi aukera ditu: gure kooperatibaren bazkidea izatea ala Gespa-ko (kooperatibaz kanpoko atala) bazkidea izatea. Kooperatibako bazkidea izatea aukeratzen badu, kapital sozialean, kudeaketan, helburuetan eta emaitzetan hartuko du parte. Espainian aitzindaria izan da esperientzia hori, alegia, langileak enpresaren jabeak izateko asmoa sozietate →

anonimo baten bidez gauzatzea.

Gure partaidetzak esan nahi du bazkideok erabakiak hartzeko prozesuan eta estrategia-garapenean eragile erabakigarriak garela. Gure artean demokratikoki aukeratutako ordezkariak ordezkatzeko gaituzte, eta, horien bidez, proposamenak egin ditzakegu, bai eta kudeaketa-organoetan gizarte-akordioak hartzen direnean hitz eta botoarekin parte hartu ere.

2004. urtean, Eroski Taldeak 30.101 langile zituen, eta, horietatik, 12.298 ziren langile bazkideak eta, beraz, Taldearen jabeak.

Gure proposamen eta iradokizunak barneko demokrazia-sistema baten bidez aztertu eta bozkatuko dira; sistema hori gobernu paritario batean oinarrituta dago, eta, horretan, erdia kontsumo-bazkideak dira, eta beste erdia, langile bazkideak.

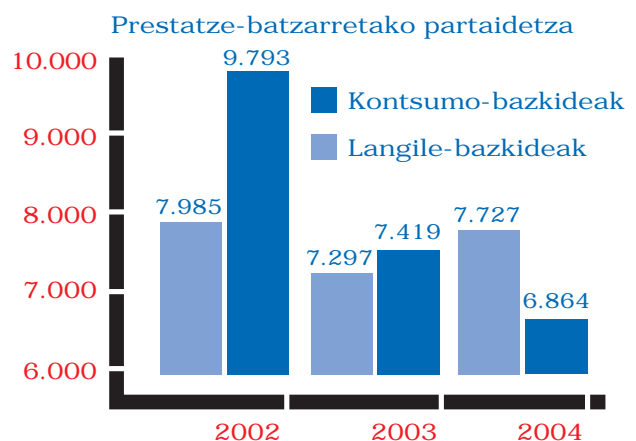


Gure korporazio-balioen printzipio bereizgarriak eta oinarrizkoak ordainsari-elkartasuna eta partaidetza dira. Lanaren balorazioa, beharrezko gaitasunak eta etengabeko hobekuntzarako jarrera proaktiboaren jardueraren profesionala dira ordainsari-maila ezartzeko irizpide bakarrak, eta ordainsari-maila hori bi balorazio-eskulibururen ondorioa da. Balorazio Batzordeak –Zuzendaritza Nagusiak eta Kontseilu Sozialak aukeratutakoak– erabiltzen ditu balorazio-eskuliburu horiek, ordainsari-maila ezartzeko. Horrenbestez, ordainsari-elkartasunak esan nahi du langile guztien soldaten arteko aldea txikiagoa dela; alegia, hierarkia-maila handiko lanpostuen ordainsariaren zati bat erantzukizun txikiagoko lanpostuen soldata osatzeko erabiltzen da, eta, beraz, azken lanpostu horien soldatak sektoreko batez bestekoak baino handiagoak dira.

Taldearen eta bezero eta kontsumitzaileen arteko elkarreragina eta hurbiltasuna oso handiak dira, bezero eta kontsumitzaileek gure gobernu-organoren gisa parte hartzen baitute, langile bazkideen proportzio berean. 2004. urtearen amaieran, Espainia osoan 356.590 kontsumo-bazkide zeuden guztira.

Kontsumo-bazkideek zein langile bazkideek jasotzen dute erakundearen bilakaerari buruzko →

informazioa, urtero egiten diren Sozietate Batzarren bidez. Batzar horietan, taldeko estrategia-zuzendaritzan parte hartzen duten kontsumitzaileek informazioa jaso eta, beren iradokizun eta ekarpenen bidez, negozioaren kudeaketan laguntzen dute.



Kontsumo-bazkiderik ez dagoen lekuetan kontsumitzaileei ordezkari emateko, Eroski Fundazioaren Lagunak sortu zen. 2004. urtearen amaieran, 137.396 kide ziren Eroski Fundazioaren Lagunak. 2003an eta 2004an, hiru aldiz kide gehiago ziren.

## Kalitatezko enpleguaren alde

### Gure lanaz arduratzen gara

2004an zehar, hobekuntza-programak garatzen jarraitu dugu, langileek kudeaketan eraginkortasunez parte hartzeko eta lan-kalitatea hobetzeko. Politika horren ondorioz, Langileen Gogobetetasun Inkestaren emaitza hobetu egin da; 3,34koa izan da. Datu horrek gizarte-giro ona dagoela adierazten du, eta Korporazio Erreputazioaren Espainiako Monitoreak balorazio aparta ematea eragin du.

Korporazio Erreputazioaren Espainiako Monitoreak (MERCOS) Espainiako gestoreen eta enpresen erreputazioa neurtzen du, Korporazio Erreputazioaren Indizearen bidez.

Erreputazioaren oinarritzko aldagai hauek hartzen ditu aintzat: emaitza ekonomiko-finantzarioak, produktu edo zerbitzuaren kalitatea, korporazio-kultura, lan-kalitatea, korporazioaren etika, gizarte-erantzukizuna, garrantzi globala, nazioarteko presentzia eta berrikuntza.

Eroski Taldearen kalifikazioan, hauek azpimarratu behar dira: lan-kalitatea, etika eta gizarte-erantzukizuna, eta berrikuntza. Izan ere, aurreko urteetako balorazioa hobetu dugu. Produktu eta zerbitzuaren kalitatea eta emaitza ekonomikoak ere nabarmendu ziren.

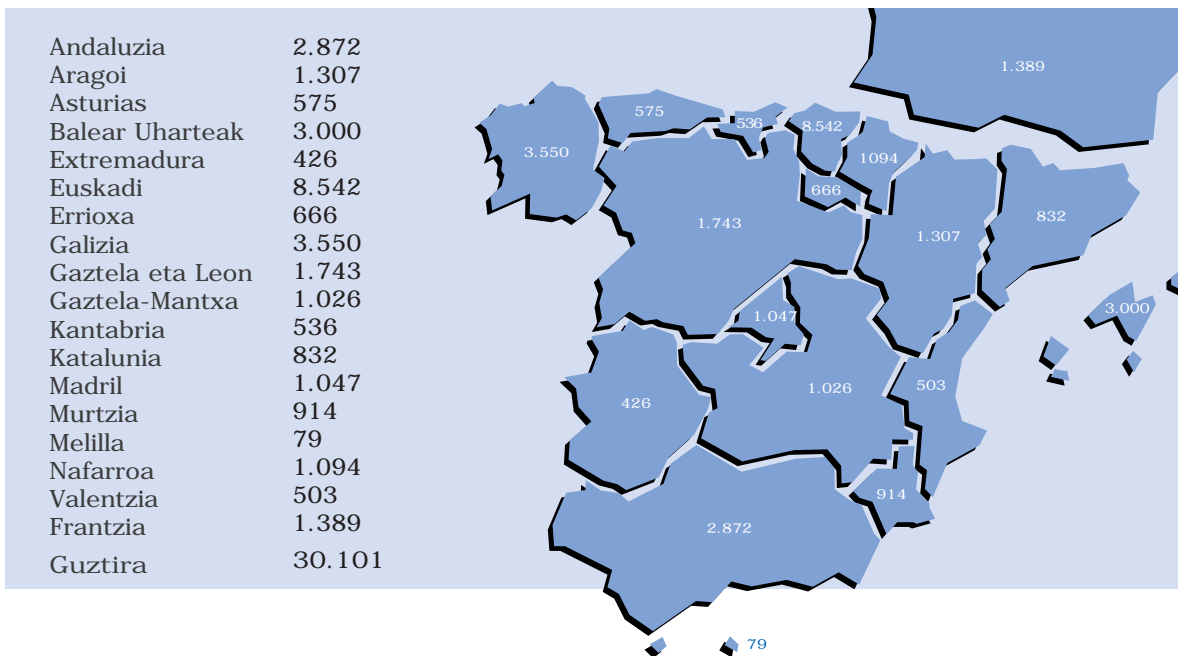
2004an, Korporazio Erreputazioaren Espainiako Monitorearen (MERCOS) indize nagusiko 33. postua lortu genuen. Aurreko urteetako balorazioa hobetzeaz gain, gure presidentea 100 enpresa-liderren zerrenda sartu zen; hain zuzen, 83. postua lortu zuen.

### Enplegua sortzen

2004. urtean, 909 langile gehiago izan zituen Eroski Taldeak; horrek adierazten du, denboraren joanean enplegu-sorkuntza jarraitua eta iraunkorra dela. Eroski Taldeak hedapen-politika sendoari eusten dio negozio guztietan: 2003an, 159 establezimendu ireki genituen, eta, 2004an, 113. Horren ondorioz, lurralde

nazional osoan eta Frantzian gaude, eta, autonomia-erkidego askotan enplegu gehiago sortzen duen erakundea gara. Horrekin batera, tokiko eta eskualdeko hitzarmenak sinatu ditugu –besteak beste, Gipuzkoako Foru Aldundiarekin eta Caceresko udalarekin–, enplegu-sorkuntza eta biztanleriaren prestakuntza bultzatzeko.

Langileen banaketa-mapa, autonomia-erkidegoetan:



Eroski Taldea handitzen ari da. Zentro gehiago irekitzeaz gain, gure jarduera garatzen dugun lekuekin konprometitzen gara; izan ere, lan egiten dugun lekuetakoak gara, lekuan lekuko berezitasunak hoberen ezagutzen dutenak bertan bizi direnak baitira.

## Kalitatea eta egonkortasuna

Eroskin, harro gaude aurtengoan ere oinarritzko helburuetako bat bete dugulako: alegia, enplegu egonkorra, parte-hartzailea eta kalitatezkoa sortzea. Aldi baterako kontratua duten edo azpikontratatuta dauden langile-kopurua txikitzeko lan egiten jarraitzen dugu, baita gizarte-egoera ahulean dauden kolektiboak sartzeko ere.

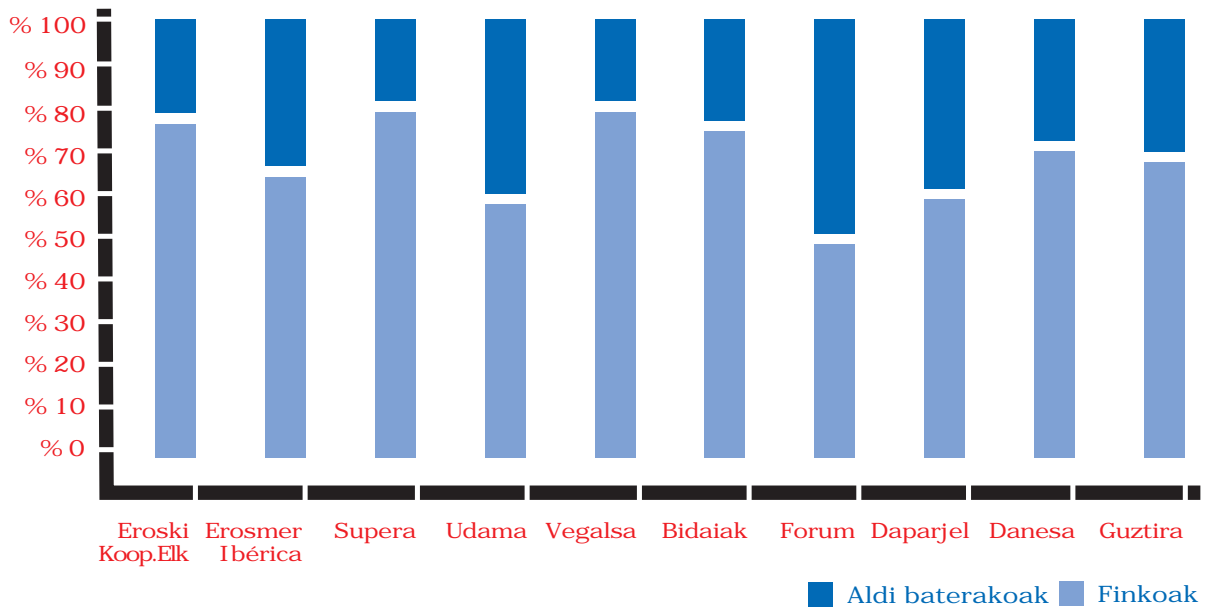
Azpimarratzekoa da Eroski Kooperatibaren ekimen bat: 2003an, ahalegin handia egin zuen gure hipermerkatuetan bereziki birjapen- →

lanetan jardungo zuten 800 lagun kontratatzeko.

Halaber, nabarmendu behar da gero eta langile gehiago sartzen direla langile bazkide gisa; beraz, langile-kopurua baino gehiago handitu da bazkide-kopurua. Datu bat ematearren: 2004. urtean, langile bazkideen kopurua % 13,15 handitu zen, eta langile-kopurua, berriz, % 3,11. Horrek agerian uzten du gure enpresa-politikatako bat enplegu egonkorra eta parte-hartzailea dela.



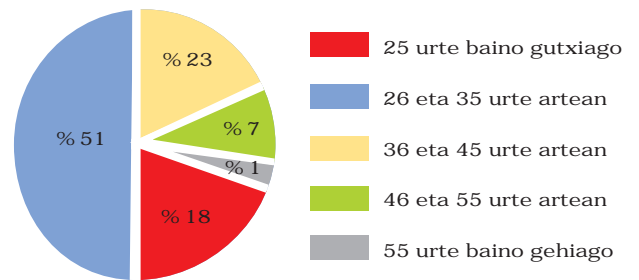
Taldearen sozietateen araberako langileen ehunekoa



Gaztetasunaren eta dinamismoaren aldeko apustua ere egiten dugu Eroskin, jarduera ekonomikoaren joera orokorra bestelakoa bada ere. 2004an, helduen profildun langile kopurua % 3,2 hazi zen; gazteen enpleguak, berriz, behera egin zuen.

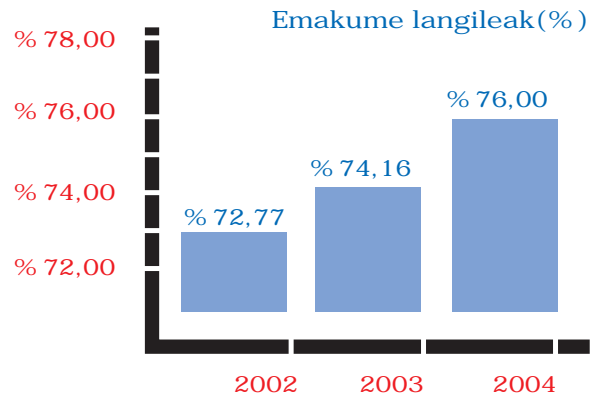
Ildo horretan, gure langileek 36 urte dituzte batez beste, eta enpresako langileen batez besteko antzintasuna 8 urtetik gorakoa da. Argi dago, beraz, askotan lehen lanpostu egonkorra sortzen dugula, eta halaber, kalitate-baldintza onetan aritzeko eta Taldearen bazkide izateko aukera bihurtzen dela.

Langileen ehunekoak, adinaren arabera



Emakumeei ematen diegu protagonismoa Eroskin, eta are protagonismo handiagoa eman nahi diegu, egungo lan-merkatuaren joera alderantzikatuta. Lan Ministerioaren datuen arabera, langabetuen % 56,7 emakumeak dira.

Ildo horretan, emakumeek betetzen dituzte ia lanpostu guztiak Taldearen elkarte guztietan: langileen % 76 emakumeak dira. Beraz, aukera-berdintasunaren kultura oinarri dela, ardura-kargu ugari emakumeek betetzen dituzte, eta egunetik egunera, gora egiten du zuzendaritza-postuetan dagoen emakumekopuruak.



Eroskik lanpostu egonkorrak eta kalitatezkoak sortzeko konpromisoa hartu du. Hori erakunde osoan neurtzen da, gogobetetze-maila eta banakoen beharretarako egokitzapena ebaluatzen duten inkesten bidez.

Parte hartu duten 13.582 lagun ingururen arabera (langile guztien % 60 baino gehiago), hobetzeko moduko alderdi nagusiak soldata eta balorazioa dira. Inkesta horren ondoren, Balorazio-sistema berri bat jarri da martxan →

(hainbat ekintza espezifikoki proposatu dituen), eta baita helburu handiak dituen Aitzindaritzaprograma ere. Programa horrek balorazioa landuko du, besteak beste. Gainerako faktore guztiak egokiak dira. Honako hauek faktore oso egokitzat hartzen dira: laneko giroa (3,73), ingurumen-inpaktuaren politika (3,60), eta enpresako integrazioa. (3,59). Hauxe da jendearen gogobetetzearen portzentajebanaketa:

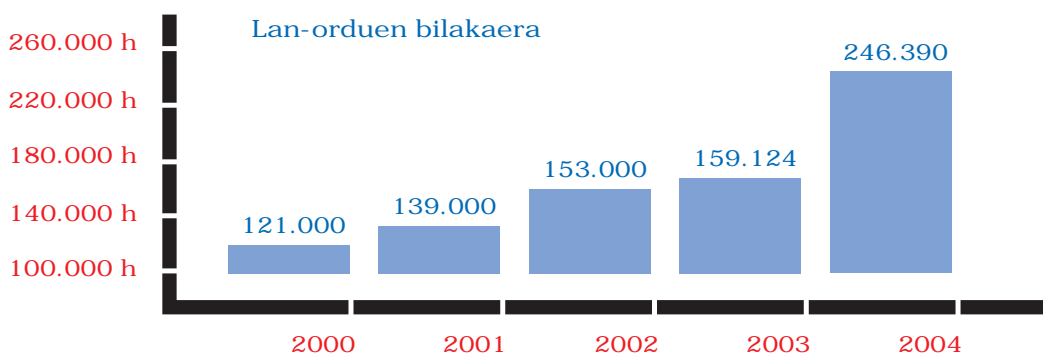
Oso gustora	% 3,9
Nahiko gustura	% 39,4
Gustura	% 45,6
Ez dago gustura	% 10,3
Ez dago batere gustura	% 0,7

## Garapen profesionala

Langileek bi arlotan izan behar dute gaitasuna, hazteko eta zabaltzeko strategiaren azkartasuna medio. Batetik, guztiok hartu behar dugu parte neurri handiagoko erakunde baten kudeaketan; horrek erronka handien aurrean jartzen gaitu, eta eduki eta ardura handiagoko lanpostuetarako gaitasunak eta trebetasunak garatzea eskatzen du, betiere behar berrietara egokitutako etengabeko prestakuntza-programen bidez. Bestetik, barne-sustapenaren kulturak profil malguak →

eta diziplina anitzekoak eskatzen ditu funtzioak betetzean, hainbat arlotan jasotako ezagutzak eskaintzeko eta erakundea bera aberasteko.

Sartzen diren langileak gaitzeko inbertsioez gain, gure erakundeko jendearentzako prestakuntza-prozesuak egiten jarraitu dugu, hori baita barne-sustapenaren giltza, edo enpresa-jarduerari buruzko ezagutza orokorrak sendotzeko modua. Horri esker, aurtengo promozioen % 56 barne-sustapenaren bidez bete dira.



Prestakuntzari dagokionez, gai hauei buruzko prestakuntza-programak nabarmendu nahi ditugu: Lan-arriskuen prebentzioa, Lanpostuaren garapenik onenerako ezagutzak, Korporazio-prestakuntza eta Etengabeko hobekuntzarako prestakuntza.

Gainera, 2004an, Gidaritza-programa trinkoa gauzatu da: 63 ikastaro egin dira, eta 939 lagunek hartu dute parte. Guztira, 26.288 ordu eman dira. Helburua zuzendariei taldeak hobeto zuzentzeko gaitasunak eta trebetasunak erakustea zen, eta, bereziki, komunikazioa, afektibitatea eta pertsonen arteko harremanak azpimarratu ziren.

Aldi berean, jendearen gogobetetzearen aldeko konpromisoari eta kalitatezko enplegua sortzeari lotutako ondorio bat aipatu behar da: euskara-ikastaroak eta prestakuntza-jarduerak. Ezaugarri pertsonalen eta profesionalen arabera →

eman dira, egoera hobetzeko eta parte-hartzaileen nahiei erantzuteko.

## Gizarte-onurak

Eroskin gure lanpostuen kalitateak kezkatzen gaituenez, lanpostua gizabanakoen beharretara egokitzeko politikak planteatzen ditugu, gure lana ahalik eta hobekien egiteko. Horregatik, lan-bizitza eta bizitza pertsonala bateratzeko politika garatu dugu; pixkanaka-pixkanaka, jendearen errendimendua eta gogobetetzea hobetzeko neurri gehiago sartu dira, diseinu eta tratamendu pertsonalizatutik abiatuz.

Horrela, bada, Taldeko kide guztientzat onuragarriak izan daitezkeen neurri batzuk aurreikusi dira, eta gizarte-onura horiek hartzeko baldintzak betetzen dituzten kideei eskainiko zaizkie. Gizarte-onura horiez

jabetzeko aukerak ez du zerikusirik lanpostuaren mailarekin, eta berdintasun-irizpidea erakundearen osatzen duen pertsona orori zabaltzen zaio.

Neurri horietako bat lanaldiaren malgutasuna da: legeak ezarritakoak baino epe luzeagoko →

borondatezko lan-utzialdiak edo ordutegi-murrizketak eskatu ahal izango dira, 20 eta 28 ordura egokituko zaie lanaldia arduradunei, etab. Horrek ez du eraginik izango lanbide-kategorian, eta pertsonal-sailarekin batera aztertuko dira lanpostuaren betebeharrei erantzuteko neurri osagarriak.

Pertsonak gara, eta ezagutzen ditugu kalitatezko lanpostuak sortzeko bete behar diren premiak eta kezak. Gure eskakizunei emandako erantzunaren ondorioak dira erakundearen parte-hartzeko maila eta konpromisoa, baita lan-bizitza eta bizitza pertsonala bateratzea errazteko eta lanpostua hobeto betetzeko neurri berriak diseinatzeko lankidetzarena ere.

## Lan Arriskuen Prebentzioa

Helburua lan-baldintzak hobetzea da, bai fisikoak, bai antolakuntza-mailakoak. Ildo horretan, ondorengo ahaleginak egin ditugu: prebentzioaren ikuspegitik garrantzitsuak diren zereginen azterketa ergonomikoak, lanpostuen modelizazioak, eta esku-hartze psikosozialak →

(gai horri buruzko arriskuen ebaluazioa, baita emozioen kontrolari buruzko zenbat jardunaldi ere). Horretaz gain, gure langileen babes-maila bermatzeko, gai horri buruzko legediaren araberrako enpresa-jardueraren koordinazioa egokitzeari ekin diogu.

2004an, 9.000 lagunek baino gehiagok hartu zuen parte prebentzioari buruzko jardueretan, eta 47.000 prestakuntza-ordu eman zitzaizkien gai horiei buruz.

Osasunaren zainketari dagokionez, gure konpromisoari eutsi diogu, eta Osasuneko Oinarrizko Unitatea jarri dugu Murtzian; beraz, Osasuneko Oinarrizko Unitate bat gehiago dugu. Unitate horietan guztietan, arriskuen araberrako mediku-azterketak egiten ditugu, kontsultak pasatzen dira eta mediku-aholkularitza ematen da; osasunaren →

prestakuntza- eta sustapen-jarduerak ere gauzatzen dira.

Jarduera horien eta lan-arriskuen prebentziorako sistematik eratorritako ekintzen bidez, intzidentzia-tasa (istripu-kopurua mila langileko) jaitsi egin da, aurreko ekitaldiekin alderatuz gero; orain, % 70,96koa da.

## 5.4 Ingurumenarekin konprometitutako kudeaketa

Hazkudearen beharrek ezin dute etorkizuneko belaunaldien ongizatea kolokan jarri. Horregatik, Ingurumena errespetatzearen aldeko apustua egiten dugu gure eguneroko jardueretan. Eta gure hornitzaileengana eta kontsumitzaileengana hedatzen dugu printzipio hori.

2003-2004ko aurrerapenak		2002	2003	2004
<b>Ingurumen-kudeaketa</b>				
Etengabeko hobekuntzarako eredia	Ingurumen-egiaztagiriak	2	1	1
	Plaka fotovoltaikoen instalazioak	3	3	4
Klima-aldaketa	Elektrizitate-kontsumoa (J/m <sup>2</sup> /h)	15.086.614	8.748.000	7.488.000
Baliabide-erabilera	Ur-kontsumoa (Artea) (m <sup>3</sup> /arrandegiko salmentak)	2,23	1,83	1,5
	Ontzi-kontsumoa (Artea) (m <sup>3</sup> /freskoen salmentak)	162,58	134,74	128,57
Hondakin-kudeaketa	Hondakinen sorrera (Artea) (kg)	1.170.944	972.751	1.004.611
	Hondakin arriskutsuak (HPak) (Artea) (kg)	1.395	1.510	1.154
	Birziklatutako materialak (Artea) (kg)	598.540	543.211	569.097
Biodibertsitatea	GEOen analisiak	281	208*	148
<b>Erantzukizunaren hedapena</b>				
Horniketa-katean jarduerak	Eroski Natur produktuen hornitzaileei egindako analisi-kopurua	2.240	2.651	3.992
	Eroski Natur produktuen hornitzaileei egindako ikuskaritza-kopurua	370	1.648	955
	Hornitzaile egiaztagiridunak (e+5 mailen arabera)	50	100	135
Kontsumitzaileen sentiberatasun ekologikoa indartzea	Ingurumenari buruzko sentiberatasun- eta hezkuntza-jardueretako parte-hartzaileak	32.500	85.560	211.200
	Pila-bilketa (kg)	29.180	26.100	21.150
	Garbigune-kopurua	6	6	6

\* Datu horiek aldatu egin ziren Consum Koop. Elk. Eroski Taldetik irteteen.

Hobetzen jarraituko dugu... gure konpromisoa hornitzaileentzako eta kontsumitzaileentzako programak prestatzera hedatuz, ingurumena errespetatzen duten praktikak sustatzeko, eta ingurumen-inpaktua onartzeko, kontrolatzeko eta murrizteko.

## Ingurumen-kudeaketa

### Ingurumena errespetatuz hazten gara

Espainiako lehen banaketa-enpresa izan gara ISO 14001 arauaren arabeko ingurumen-kudeaketako sistema bat egiaztatzen; zehazki, Iruñeko instalazioan lortu genuen. Ondoren, AENOREk ISO 14001 arauaren arabeko ingurumen-kudeaketako sistemaren egiaztatzea eman zion, 2000. urtean, Arteako Eroski hipermerkatuari.

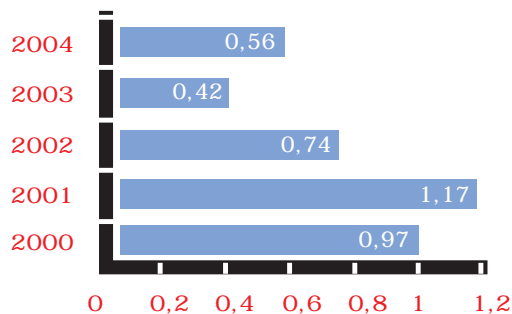
1994an sortu zen ECOPLAN, gure ingurumen-politikaren lehen kontzeptuzko esparrua, eta zeharka barneratu zen erakunde osoan. Urte horretatik aurrera, etengabe hobetzeko helburuari jarraiki, ECOPLAN berritu egin da, eta egitura, dimentsio geografiko eta kontsumitzaile- eta pertsona-kopuru berrietara egokitu da. Baliabideen erabilera eraginkorrari buruzko barne-prestakuntzako programak eta laneko espazioan hondakinak egoki kudeatzeko programak eman dira, eta, horrela, erakunde osoa uztartu da.



Errespetuzko praktikei eta praktika iraunkorrei buruzko eztabaida- eta ikerketa-foro nagusietan parte hartzen dugu. 2004an, CONAMA fundazioak antolatutako Ingurumenaren VII. Nazio Biltzarra: garapen iraunkorraren gailurra babestu genuen. Gai hauek landu ziren gailurrean: garapen eta kontsumo iraunkorraren erronkak, globalizazio berria, natura-baliabideen erabilera iraunkorra, hondakinen kudeaketa eta klima-aldaketaren estrategiak.

Gure ingurumen-inpaktua murrizteko jarduerak munduko lau ingurumen-arazo nagusiei erreparatuta ezarri dira: klima-aldaketari, baliabideen erabilerari, hondakinen kudeaketari eta biodibertsitateari, hain zuzen ere. Horretarako, arlo eta negozio bakoitzaren ingurumen-inpaktu nagusiak identifikatu ditugu, eta horietara bideratu ditugu gure ahaleginak. Urtero berrikusten dugu Ingurumen-kudeaketarako plana, eta etengabeko hobekuntzaren aldeko konpromisoa betetzeko egokitzen dugu.

Arteako hipermerkatuan ingurumen-prestakuntzan emandako orduen bilakaera



Eraginak identifikatzeko matrizea

ERAGINAK	Zer ataletan jardun	Tartean sartutako arlo eta negozioak					
		Eroski	Eroski City Eroski Center	Gasolindegiak	Logistika (Plataformak)	Merkataritze-arloa Marka propioko erosketak	Garapen-arloa
Klima-aldaketa	Garraioa	■	■	■	■	■	■
	Energia-kontsumoa	■	■	■	■	■	■
	Hozgarria	■	■	■	■	■	■
Baliabideen erabilera	Ura	■	■	■	■	■	■
	Produktua	■	■	■	■	■	■
	SGMA	■	■	■	■	■	■
	Berriro erabiltzeko ontziak	■	■	■	■	■	■
	Kontsumitzailearentzako enbasatua	■	■	■	■	■	■
	Eraikinen eraikuntza	■	■	■	■	■	■
	Bigarren eta hirugarren mailako bilgarriak	■	■	■	■	■	■
Hondakin-kudeaketa	Gaikako bereizketa	■	■	■	■	■	■
Biodibertsitatea	Nekazaritza iraunkorra	■	■	■	■	■	■
	Eroski NATUR	■	■	■	■	■	■
	FSC	■	■	■	■	■	■
	Natur guneen kontserbazioa	■	■	■	■	■	■

Klima-aldaketa

Klima-aldaketa da ekologia-arazo handienetako bat, eta gure ekarpena “garraiora” bideratzen da. Ez ditugu ahazten, ordea, gure instalazioen kontsumo elektrikoak eragindako zeharkako CO2 igorpenak eta gas hoztailearen ihesak.

AECOCekin (Asociación Española de Codificación Comercial) batera, Garraio iraunkorreko ekimenak egiten ditugu, eta MIRACLE proiektuko kideak ere bagara. Ekimen horien bidez, errepideko garraioarentzako alternatibak →

aurkitu nahi dira: 2004. urtean, 168.000 litro erregai aurreztu ziren, trenean 7.800 palet garraiatuta. Horrekin batera, Italiatik eta Holandatik merkantziak itsasontziz ekartzearen bideragarritasuna aztertzen dugu.

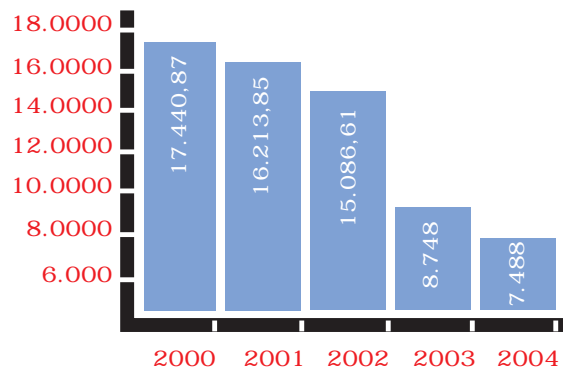
Elorrioko, Zubietako eta Aguraingo plataformetan (fakturazioaren % 32), flota berritzeko politiken bidez, gure jarduera logistikoak hobetzen ditugu. Erregai-kontsumoaren eraginkortasuna bermatzen dugu, eta berotegi-efektuko gas-isurpenak murrizten ditugu. Ibilgailuen batez besteko bizitza 2-2,5 urtekoa da.

Bidalketak hobetuz gero eta plataforma erregionalen bidez egiten diren birbidalketa-eta banaketa-plataformen arteko ibilbideen plangintza automatizatuz gero, guztirako kilometro kopurua murriztu ahal izango da, eta, gainera, ibilbideak optimizatzeko PMGE modulu bat ezartzen bada, ekonomi a-gastuen nahiz isurpen kutsatzaileen % 4 inguru murriztea lortuko da. Neurri horri 2001etik 24 gasolindegitan jarritako hornigailuak gehitu behar zaizkio, depositua betetzean baporeak berreskuratzeko sistema baitute. Horien bidez, konposatu organiko lurrunkorren isurpenen % 2 murrizten da.

Batez besteko kontsumo elektrikoa % 15 murriztea ere lortu dugu, eta 19.250 euro aurreztu ditugu instalazio hauetan: hotz industrialekotan, girotze-instalazioetan, argiztatzekoetan, eta okindegiatako labeetan. Aurrezki hori sistema hauen bidez lortu dugu: eremuekiko eta ordutegiekiko independentea →

den argiztatze-sistemaren, mugimendu-sentsoreen bidezko argien kanpo-irakurketaren arabera automatikoki pizteko sistemaren, eta argien bizitza erabilgarria luzatzeko neurrien bidez.

Kontsumo elektrikoaren bilakaera eta aurrezpena hipermerkatuetan



Neurri-unitatea: milaka joule/m/h, produkzioaren guztirakoa

Kontsumoa jouletan zenbatekoa den jakiteko, zentroetako salmenta-geletako m<sup>2</sup>-ak extrapolatu dira.

Horrez gain, iturri berriztagarriak erabiltzearen aldeko apustua egin dugu. Osagarri gisa, plaka fotovoltaikoak jarri ditugu, behar elektrikoei erantzuteko. Egun, lau zentrotan daude, baina merkataritza-sare osora hedatu nahi dugu.

## Baliabideen erabilera

Natura-baliabideak modu eraginkorragoan esplotatu eta kudeatu behar dira, bai iturri ez-berriztagarriak agortzeko aukerari aurrea hartzeko, bai baliabide horien kontsumoaren ondorioz sortutako hondakin-kopurua murrizteko.

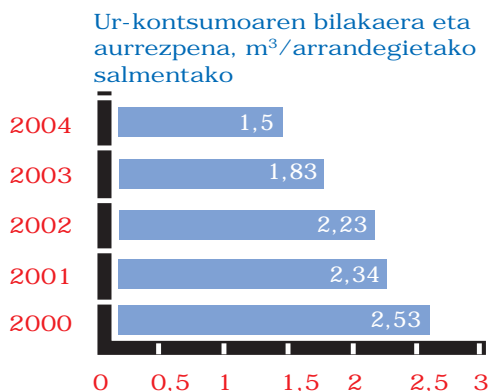
Hauek dira gure kontsumo nagusiak: elektrizitatearen erabilera merkataritza-sarean, erregaiaren erabilera plataforma logistikoetan, →

ontzien erabilera, ura garbiketa-lanetarako eta osasun-erabilerarako, eta paper-kontsumoa.



Ura baliabide berriztagarria da, baina oso urria Estatuko zenbait lurraldetan. Gizakiaren presio handia jasan duenez, hondatu egin da, eta kalitatea galdu du.

Gure konpromisoa aurrezteko neurriak sartzera bideratu dugu: arrandegian, dutxakoen moduko tutu malguak lurrin bidez egosteko lekuan jarri dira, eta tenporizadoreak gure zentro guztietako komunitateko iturrietan. Bilakaeran adibide moduan, Arteako hipermerkatuaren datua dugu (ISO 14001 arauaren egiaztatzea du), bere gainerako merkataritza-sarearentzat eredu garri baita.



Papera ekoizteko energia eta ur asko behar da, eta zuhaitzak ere moztu behar dira, zelulosa lortzeko. Beharrezkoa da papera aurrezteko eta ondoren birziklatzeko neurriak sustatzea, baso eta ekosistemen gain eragiten dugun presioa arintzeko.

Papera, nagusiki, publizitate-liburuxketan eta argitalpenetan, bulegoetan eta kaxetako tiket-biribilkian erabiltzen da. Paperaren kontsumoa neurri batzuen bidez murriztu da; esaterako, →

bulegoetan papera bi aldeetatik erabilia, barruko postarako gutunazalak berriz erabilia, klororik gabeko papera eta % 100 birziklatua erabilia liburuxketarako eta argitalpenetarako,

Bilgarriak eta ontziak ekoizteko, plastiko-, metal- eta energia-kopuru handia behar da. Berreskuratu eta birziklatuz gero, bereizi gabeko isuria ez izatea lortuko dugu, eta airea eta ura kutsatzeko prozesu garrantzitsuak ekidingo dira.

Ontzien (nagusiki produktu freskoetan) eta erosketa-poltsen (fotodegradagarriak 1991tik) kontsumoa murrizten ari da. Egun, horien ordez berriz erabil daitezkeen bilgarriak ditugu, beharrezkoa den materiala eta ingurumen-zama murrizten dutenak. Berrito banatu ditugu berriz erabiltzeko poltsak, AENOR →

Ingurumenak 2000. urtean egiaztatutakoak; hausten direnean, gainera, berriak ematen ditugu. Poltsa horiek erabiliz gero, ohiko 15 poltsa gutxiago erabiltzen dira. Gainera, poltsa horien % 15, gutxienez, material birziklatua da, eta legedirik estuenak betetzen dituzten tintak erabiliz egin dira.

## Hondakinen kudeaketa

Gure helburuek salmenta-puntuako hondakinen sorrera eta Eroski markako produktuen bilgarriak uztartzen dituzte. Zaindu egiten ditugu hondakin horien ezaugarriak; urbotiletan PVC PETagatik aldatu dugu. Eroski hipermerkatuetan, hondakinak banatzeko azpiegiturak daude, hondakin horiek, ondoren, ongi kudeatu daitezzen. Hauek dira berezitateko eta kudeatutako hondakinak:

· Hiri-hondakinak eta hiri-hondakintzat har daitezkeenak: haragi-hondakinak, →

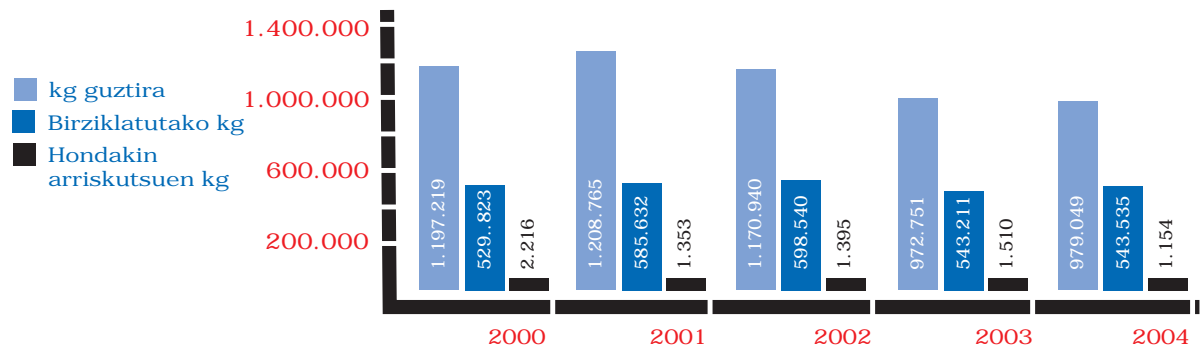
erabilitako landare-olioa, plastiko gogorrezko hondakinak.

· Bilgarri- eta ontzi-hondakinak: bilgarri sekundarioak eta tertziarioak (kartoia eta plastikoa), ontzi arinak, egurrezko ontziak.

· Tamaina handiko hondakinak: txatarra eta obra-hondakinak.

· Hondakin arriskutsuak: pinturak, lixibak, motor-olioa, fluoreszenteak, koipe-lohiak, pilak, gai arriskutsuak dituzten ontzi hutsak.

Arteako hipermerkatuko hondakin-sorreraren bilakaera (kg)



## Biodibertsitatea

Biodibertsitatea galtzea ez da ingurumen-arazoa soilik; izan ere, berebiziko eragina du garapen ekonomiko eta sozialean ere.

Eroskin, biodibertsitatearen alde egiten dugu: nekazaritza-praktika iraunkorrek erabiltzen ditugu produktu freskoetan, eta modu iraunkorrean kudeatutako basoetako egurrez osatutako produktuak erabiltzen ditugu (gogora dezagun basoen galera dela munduan klima-aldaketaren beste eragile nagusietako bat).

Genetikoki eraldatutako organismoen (GEOak) azterketa

URTEA	KOPURUA
2004	41
2003	0
2002	281
2001	208
2000	148

## Erantzukizuna hedatzea

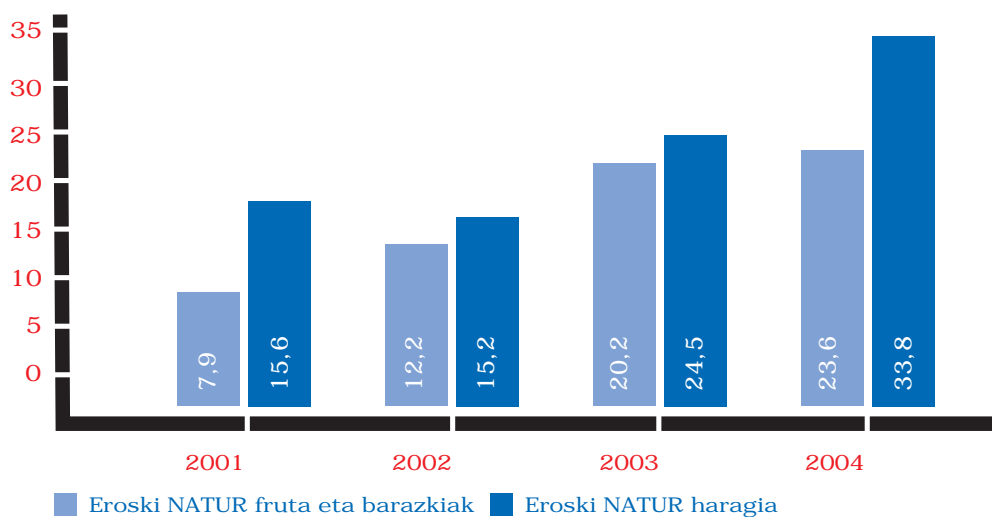
### Errespetuzko praktikak sustatzeko elementu eragile bat

#### Horniketa-sarean eragiten

1999. urtetik, gure hornitzaileen eta azpikontraten ingurumen-diagnostikoak egin ditugu, eta lan hori baldintza-agiri zorrotz baten bidez gauzatu dugu. Ingurumen-baldintzen artean (bereziki delikatuak dira produktu freskoen arloan), hauek ezartzen dira: berotegietako plastikoak eta tratamendu

fitosanitariodun ontziak birziklatzea, baratzeko produktuetan eta frutetan produktu fitosanitarioen erabilera mugatzea, lurzoruak tratatzeko nitrato-kopurua mugatzea, eta haragikietan medikamentudun pentsuak erabiltzea debekatzea.

Ingurumen-irizpideak dituzten produktuen ehunekoak



Ingurumen-baldintza horiek eta beste higiene-, osasun- eta jatorri-baldintza batzuk betetzen direla bermatzeko, kontrol-programa bat egiten zaie Eroski NATUR produktuen hornitzaile guztiei: urtean zenbait ikuskapen egiten zaizkie, eta laginak ere hartzen dira, hondakinak kontrolatzeko.

Eroski NATUR hornitzaileen analisiak

URTEA	Analisi-kopurua	Ikuskaritza-kopurua
2004	1512	250
2003	2016	333
2002	2240	370
2001	2651	1648
2000	3992	955

Horretaz gain, ISO 14001 arauaren arabera egiaztatutako bost garraio-enpresarekin eta 2005ean ingurumen-kudeaketarako sistemaren →

egiaztatzea lortzea aurreikusten duten beste 3 enpresarekin egiten dugu lan. Beraz, garraioaren % 90 egiaztatuta egongo litzateke.

e+ 5 programa. Hornitzaileen eta kontraten ingurumen-kalifikazioa

Eroski Taldeak Entorno Fundazioak garatutako hornitzaileen eta kontratuen ingurumen-kalifikaziorako programa batean parte hartzen du. Gure 135 hornitzaile ingurumen-kudeaketarako sistemak faseka ezartzeko prozedura ematen die, betiere, ISO 14001 arauaren baldintzei jarraiki, eta kanpo-auditoria burutu behar dute egiaztatzea lortzeko.

2004. urtean, Eroski Taldeak, Coca Colak, Gas Naturalek eta Ericssonek, Entorno Fundazioaren laguntzari esker, Ingurumen-Kudeaketa Iraunkorraren Garrigues saria lortu zuten, ingurumen-kudeaketa, e+5 metodologiaren bidez, enpresa handitik hornitzaileengana eta kontratistengana hedatzeko ekimenagatik.

Metodologia horri esker, gure hornitzaileen ingurumen-jarrera baloratzen eta hobetzen dugu, eta, beraz, gure konpromisoerantz erantzuten diegu; garapen iraunkorrari laguntzen diegu, baita ingurumena errespetatzeko gizarte-eskaerari ere.

Informazio gehiago nahi izanez gero, ikus [www.emas5.com](http://www.emas5.com) web orria.

## Kontsumitzaileen ekologia-sentiberatasuna sendotzen dugu

Handia da ingurumena errespetatzearen aldeko kontzientzia, eta errespetuzko kudeaketa-praktikak ezartzeko ez ezik, praktika horiek zabaltzeko konpromisoa ere badugu, inguruarekiko errespetuzkoak diren bizi-estiloak hedatu ahal izateko.

Gure lan-prozesuetan eta produktuetan, ingurumenaren aldagaia sartzen dugu, eta kontsumitzaileei ere irakatsi nahi dizkiegu balio →

horiek, sentsibilizazio-jarduera eta ekintza ugari eginez, inguruarekin errespetuzkoak diren praktikak sustatzeko eta errazteko.

2004an sentiberatasuna eta jarduera errespetutsuak sustatzeko  
gauzatu ziren ekintza nagusiak

“S.O.S. Salva el Planeta” erakusketa	WWF/Adenarekin batera egindako erakusketa ibiltaria, gure planetako ingurumen-arazo nagusien berri emateko. Erakusketaz gain, ikasleentzat eta, oro har, publiko osoarentzat, bisitaldi gidatuko programa bat dago, energia aurrezteko beharraz jabearazteko.	Gaur egunera arte, 9.200 bisitari baino gehiago.
“Eta nik, kontsumitzaile honek zer egin dezaket?”	Gure saltokietan WWF/Adenarekin batera egindako Idea Sana EROSKI informazio-kanpaina, kontsumitzaileei aurrezpenaren garrantziari eta energiaren optimizazioari buruzko informazioa emateko eta hori etxean, ikastetxean, lantokian eta garraioan aplikatzeko aholkuak emateko.	100.000 dibulgazio-liburuxkak.
Tragamovil	ASIMELECEkin (Asociación Multisectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones) batera, erabiltzen ez diren sakelako telefonoak eta horien osagarriak biltzeko eta gaiaz sentsibilizatzeko kanpaina, birziklatu daitezten.	18.305 kontsumitzaile parte-hartzaile.
Poltsa birziklagarria	Zentroetan poltsa birziklagarriak eskaintzea; erabileragatik hondatuz gero, doan aldatzen dugu. Ekimen horri esker, kamiseta gisako poltsa gutxiago erabili beharko da, eta gizartea ingurumena errespetatzeko beharraz jabetuko da.	50.000 poltsa baino gehiago.
“Ingurumenari kalterik egiten ez dioten gidatzeko ohiturak”	RACCEkin (Real Automóvil Club de Cataluña) batera antolatutako eskolarekin batera, Idea Sana EROSKI informazio-diptikoa, ingurumenarekiko errespetuzkoak diren gidatze-jarduerei buruzkoa.	25.000 diptiko, 1.430 parte-hartzaile eta 6 prentsaurreko.
“Beiraren birziklapena eta etxeko ohitura osasungarriak”	Idea Sana EROSKI, ECOVIDRIOekin batera, bildumagarri bat argitaratu eta etxeko birziklapenaren garrantziari buruzko eskola antolatu dugu: Murriztu, Berrerabili eta Birziklatu.	5.000 bildumagarri, 800 parte-hartzaile eta 4 prentsaurreko.
“Uda ekologikoa”	Federación de Asociaciones Conocer y Proteger la Naturaleza elkarteekin batera, informazio-kanpaina. Diptiko batean, etxean eta gure udako oporretan ingurumena errespetatzeko hamar proposamen egiten dira.	10.000 diptiko.
VII. Ingurumenaren Batzar Nazionala babestea	CONAMA fundazioak antolatutako Ingurumenaren VII. Batzar Nazionala: Garapen Iraunkorraren Gailurra, babestea. Batzar horretan, baliabide naturalen erabilera iraunkorra, hondakin-kudeaketa eta klima-aldaketaren inguruko estrategiak aztertu ziren.	
Toner-bilketa	Merkataritza-sareko hipermerkatu guztietan, inprimagailuetako tinta- eta toner-kartutxoaren bilketa, WWF/Adenaren eta Pelikan Hardcopy-ren laguntzarekin.	
Pila-bilketa	Merkataritza-sareko hipermerkatu eta supermerkatu guztietan, pila-bilketa.	21.150 kg
Garbiguneak	Gure merkataritza-guneetako bezeroen artean gaikako bilketa sustatzeko, etxebizitzetan sortzen diren hondakinak –kartoia, plastikoa, ontziak, beira, olio eta pilak– uzteko lekuetan jarri ditugu zenbait saltokitan. Horrez gain, Iruñeako zentroak hondakin bereziak –besteak beste, pinturak, farmazia-produktuak eta erradiografiak– biltzeko azpiegitura du	6 establezimendu horrelako azpiegiturarekin.
“Tantaz tanta aurretik”	Arabako Ura Aurrezteko Plan Integralaren berri emateko kanpaina, Gasteizko Udalarekin eta AMVISArekin batera.	

## 5.5 Solidarioak eta aktiboak gizartearen

Gizarte-ardura gure komunitateko eta, oro har, gizarteko kide solidario gisa jarduteko konpromisoa da. Horrela, bada, ingurunearekiko konpromisoazko jardueretarako →

erabiltzen dugu gure etekin % 10, Eroski fundazioaren bidez, eta aberastasuna sortzeaz gain, gizarte-ongizateari eta garapen iraunkor orokorrari laguntzen diogu.

Eroski Fundazioaren jarduerak nazioarte-mailan eta kontsumitzaileengandik gertueneko mailan antolatzen dira. Bizi-ohitura onak, osasungarriak, ingurumenarekiko errespetuzkoak eta solidarioak hedatzen saiatzen gara, eta haien gizarte-sentiberatasuna garatzeko bide bat gara. Gizarte-ardura dugunez, giza eskubideen eta ingurumenaren errespeturako eta defentsarako Munduko Hitzarmenaren Printzipioekin konprometitzen gara, baita 2015 Milurtekoko helburuekin ere, ongizateari laguntzeari eta pobrezia erauzteari dagokienez.

2003-2004ko aurrerapenak		2002	2003	2004
<b>Modu hobea baten alde</b>				
Parte-hartze aktiboa	Gizarte-ekintzari egindako ekarpena (mila eurotan)	2.083,47	1.526,20*	1.706,44
Balioen transmisioa	Kontsumitzaileentzako kanpainak (mila eurotan)	4.485,73	5.138,47	6.021,18
	Bidezko Merkataritzako salmentak	120.200	180.303	101.779 *
	Emandako elikagaiak (Banco de Alimentos)	125.183 Kg	158.242 Kg	158.634 Kg
	Produktuak emateko programaren fondoak	480.809 ¤	802.311	1.187.543
	Urritasunen bat dutenek egindako produktuen salmenta (bi urtean behingo kanpaina)	16.934,32 euros	5.951	84.779,83
	Enplegu Zentro Berezien zerbitzuak	101.061,27	127.112,38	136.458,03

\* Datu horiek aldatu egin ziren Consum Koop. Elk. Eroski Taldetik irtetean.

Hobetzen jarraituko dugu... gizartearen partaide sentituz, eta garapenean aktiboki parte hartuz, gure enpresa-jardueraren eta Eroski Fundazioaren jardueren bidez; irabazien % 10 gizartearen inbertitzen ditugu.

## Mundu hobe baten alde

### Parte-hartze aktiboa

Eroski Fundazioak jarduera hauetara bideratzen ditu bere ahaleginak: gizarte-ekintzara (lankidetzeta-hitzarmenak sinatzen ditu hirugarren sektoreko erakundeekin), sentsibilizazio-jardueretara, urteroko Ikerketarako Beka eta Laguntzetara eta Nazioarteko Kooperazioko Esku-hartzeak Finantzatzeko Proiektuetara, kooperatibak, bidezko merkataritza, biztanleria ahularen →

prestakuntza eta gaikuntza sustatzeko eta garatzeko. Aktiboki laguntzen dugu, gure jardueren eta gizarteko parte-hartze solidarioaren bidez, gizarte-, ekonomia-, kultura- eta ingurumen-garapenean. Horregatik, Eroski Fundazioak laguntza ematen die GKEei, bai zuzeneko diru-laguntzen bidez, bai elkarlanerako hitzarmenak sinatuz, jarduera zehatz batzuk egiteko.

#### 2004an GKE-ekin sinatutako hitzarmenak

Intermon-Oxfam. "Itzaropenerako egun bat" 10. Elkartasunaren festa babestea Estatuko 47 hiritan, "Emakumea garapenera" lemapean. 262.800 lagunek hartu zuten parte. Eroski Fundazioaren ekarpena 20.000 eurokoa izan zen.

Mugarik gabeko medikuak. "Larrialdietarako funtsari" laguntzea, natura-hondamendien ondorioei aurre egiteko 9.000 euro eman ditu Eroskik.

UNICEF. Hirugarren munduan hezkuntza-eskubidea babesteko "Hezkuntza Orain" kanpaina, hirugarren munduko 25 herrialdetako haurrei eskolako materiala erosteko funtsak biltzeko. Eroski Fundazioak 25.000 euro eman zituen.

Gurutze Gorria. Asiako itsasikarak kaltetutakoei laguntzeko Giza larrialdiko kanpaina egin zen, eta 15.000 euro eman genituen.

WWF/Adena. Gizartea klima-aldaketari buruz sentsibilizatzeko laguntza-kanpaina; hobetze-proposamenak finkatu dira lantokietarako, eskolarako, etxerako eta garraiorako. 30.000 euroko ekarpena egin da.

Munduko Haurren Federazioa. Jostailuak, ehun-gaiak eta oinetakoak emateko programa (894.000 euroko balioa zuten), herrialde ahulenetara bidaltzeko; nagusiki, Txilera, Perura, Guatemalara, Errusiara eta Boliviara bidali dira, baita Brasilera ("kaleko haurrentzat"), Kubara eta Afrikara ere.

Eroski Fundazioak nazioarteko lankidetzarako laguntza-programak garatzen eta babesten ditu. Bere ahaleginak 2015 Milurtekoko Garapen-helburuen arabera bideratzen ditu; 2000. urtean New Yorken ospatutako Nazio Batuen bileran onartutako Milurtekoko Deklarazioan ezarri ziren helburu horiek. Gizarte-ekintzaren ahaleginak bat datoz zortzi →

helburu horiekin (IV. eranskinean zehazten den moduan), eta Nazio Batuek ezarritako lehenetasunak babestuko dituzten ekimenak garatzen ditugu. Hauek dira ezarritako lehenetasunak: herrialde ahulenen KANPO-ZORRAREkin amaitzea, NAZIOARTEKO MERKATARITZAREN egitura orekatua antolatzea eta GARAPENARI LAGUNTZA OFIZIALA ematea.

<p>Produktuak emateko programa</p>	<p>Munduko Haurren Federazioarekin hitzarmena sinatu du, baina Eroski Fundazioak beste erakunde eta GKE batzuei produktuak emateko kanpainak ere egin ditu. Elkarte hauei ematen dizkie: Sahararen aldeko Elkartasun Karabanaren Koordinadora, Sahara, Unicef, Etorkizun Berria, Apace, O Belén Fundazioa, Adra...</p>	<p>Emandako produktuen balioa: 1.187.543 ¤</p>
<p>Intergroup Far East Limited (IFEL) elkartearen bazkidea 1997tik</p>	<p>IFEL Europako kontsumo-kooperatiben elkarte da, eta Asian elikagaiak ez diren produktu-erosketen baterako kudeaketa egiten du. Gizarte-ongizaterako eta haur hezkuntzarako funtsa sortu zuen, eta helburu nagusia haurren oinarritzko hezkuntza sustatzea da. Sortu zenetik, bost proiektutan hartu du parte, eta guztiak eskolak eraikitze eta hezkuntzako proiektuak izan dira; Thailandian, Indonesian, Indian eta Vietnamentan gauzatu dira.</p>	<p>Konprometituta ko kopurua: 250.000 US \$</p>

## Nazioarteko garapenean esku-hartzeko proiektuak finantzatzeko urteko deialdia

Herrialde pobreetako ahulenek, marjintatuenek eta baztertuenek oinarritzko beharrak beren kasa eta modu iraunkorrean asetzen laguntzen dugu. Horretarako, justizia, berdintasuna, giza eskubideen errespetua eta ingurumen-iraunkortasuna sustatzen ditugu. Hiru arlotako proiektuak finantzatzen ditugu: kooperatiben sustapen eta garapenekoak, bidezko merkataritzakoak eta biztanleria ahulenaren prestakuntza eta gaikuntzari lotutakoak.

Azken bi deialdietan (2003 eta 2004 urteetakoak), 6 proiektu jarri dira martxan, Eroski Fundazioaren 317.434,85 euroko →

ekarpenari esker. Aukeratutako proiektuentzako dirulaguntza % 45 igo da, 2001 eta 2002 urtekoekin alderatuz gero.



Aurkeztutako proiektuen kategoria helburuen arabera zehazten da. Gure lankidetzaz izaera, merkataritza osasungarria eta bermeduna sustatzeko konpromisoa, eta kontsumitzaileak prestatzeko eta informatzeko programa bizia kontuan hartuta, lankidetzako deialdiak gure kulturarekin bat datozen den hiru gaietako proiektuak jaso behar ditu:

2003			
CEAR Fundazioa	Kooperatibak sustatzea	Senegal	Pobreziaren aurkako borrokan mikrokredituen eta mikrofidantzen bidez laguntzeko proiektuak.
COCENFE	Prestakuntza eta gaikuntza	Santo Domingo (Dominikar Errepublika)	Minusbaliotasunak dituztenen gaikuntza eta laneratzea, azpiko arropa egiteko tailer bat sortuta.
INTERMÓN- OXFAM	Prestakuntza eta gaikuntza	Santo Domingo (Dominikar Errepublika)	Kafea eta garapen iraunkorra Concepción Husta herriarentzat (Huehuetenango).

2004			
Federación Española de Religiosos (FERS)	Prestakuntza eta gaikuntza	Bolivia	"San Lorenzo komunitateko bizi-baldintzak hobetzea, emakumeak gaituz eta merkaturatzearen bidez"
Kataluniako Fundazio pribatua: AKWABA	Prestakuntza eta gaikuntza	Boli Kosta	"Haur soldaduentzako gizarte- eta lan-prestakuntza Boli Kostan"
Merkataritzarako fundazioa COFADE	Kooperatibak eta bidezko merkataritza	Honduras	"Bidezko merkataritzako harremanak garatzea artisauekin eta nekazarien kooperatibekin, FSC egiaztagiridun egurrez"

Eroski Taldeak garapen iraunkorraren eta aberastasunaren banaketa berdina goaren alde egindako ahaleginak eta inbertsioak eskertzeko, Garapen iraunkorrerako kooperazioaren saria jaso genuen 2004ko apirilean. Sari hori 2003-04ko Ingurumenaren Europako Sari Espainiako atalean ematen da. Entorno Fundazioaren saria da, eta Gurutze Gorriarekin batera gauzatutako "Machacos-en (Kenia) elikagaien segurtasunaren aldeko kooperatibak eta elkarteak sortzeko laguntza" proiektuagatik jaso genuen.

## Ikerketarako beken eta laguntzen urteko deialdia

Hiru ikerketa-arlori laguntzen diegu: Bioetika eta Enpresari, Nutrizioa eta Osasunari, eta Elikadura-segurtasunari. Bekak edo laguntzak urtebeterako dira, eta, gehienez ere, hiru urtera arte luza daitezke. 6.000 eurokoak dira, eta Estatuko ikerketa-zentroetako unibertsitateko goi-mailako tituludunei zuzentzen zaizkie.

2004. urtean, zentro hauek lortu zituzten: Murtziako Unibertsitateko Biologia Fakultateak, →

Nutrizio eta Osasunaren arloko “Akuikulturan interes berria duten espezieen nutrizioa hobetzea: elikadura-erritmoak eta dietak” proiektuagatik; Bartzelonako Unibertsitate Autonomoak, Elikadura-segurtasunaren arloko “Merkataritza zentroetako azaleretako arrisku mikrobiologikoak zehazteko metodo berriak” proiektuagatik. Eman gabe geratu zen Bioetika eta Enpresaren arlokoa, ez baitzen proiekturik aurkeztu.

## Balioak igortzea

### Konprometitutako kontsumitzailea

Gure konpromisoari eusten diogu: gizarte-ardura duen enpresa gara, giza eskubideak babesten eta errespetatzen ditugu, eta →

sentiberatasun hori erakundea osatzen dugunoi, kontsumitzaileei eta gurekin lanean aritzen diren erakundeei hedatzen diegu.

Eroski Fundazioaren elkartasun-ahalegina kontsumitzaileen gizarte-sentiberatasuna sustatzeko zuzeneko inplikaziotik abiatzen da. Helburua elkartasun-ekimenen eragin ekonomikoa eta oihartzuna areagotuko duten ahaleginak batzea da.

Eroski Fundazioaren nahia kontsumitzaileak zentroetako kooperazio- eta elkartasun-ekintzetan inplikatzeko da; horregatik, parte- →

hartzeko eta laguntzeko aukera ematen zaie. 2004an egindako ekintzetatik, hauek nabarmenduko ditugu:

Hezkuntzaren aldeko munduko kanpaina: "Hezkuntza orain"	UNICEF erakundearekin koordinatutako kanpaina, herrialde azpigaratueta haurren hezkuntza-programak sustatzeko funtsak biltzeko; horretarako, Eroski fundazioak finantzaturako egutegiak saldu ziren gure dendetan.	Bildutako dirua: 60.000 euro.
Produktuak jasotzeko kanpaina	Federación Española de Bancos de Alimentos elkartearekin sinatutako hitzarmenaren ondorioz, bi kanpaina urtean. Kontsumitzaileek emandako produktuak biltzen dira, eta Eroski Fundazioak bilketa-zentro bakoitzean kontsumitzaileek gehien emandako produktuaren pisua beste hainbat ematen du. Ondasun horiek herri bakoitzeko jende behartsuen artean banatzen dira.	Bildutako kopurua: 158.634 kg. Zortzi urtetan, milioi bat baino gehiago batu dira hitzarmen horren bidez.
Bidezko merkataritzaren III. kanpaina: Bidezko merkataritzaren kamisetak	Bidezko merkataritzaren parametroen arabera egindako produktuen kontsumoari buruzko informazio- eta sentsibilizazio-hamabostaldia, Intermon-Oxfam elkartearekin batera. Kanpaina horretan, herrialde ahulnekiko eta genero-indarkeriaren biktima diren emakumeen babesarekiko konpromiso-programa finkatu zen.	45.800 lagun etorri ziren, eta 3 euroko ekarpena egin zuten kamiseta bat erostean. Bildutako dirua bi helburu horietarako erabili zen.
Giza Larrialdiko kanpaina: Tsunami plan berezia	Idea Sana EROSKI eta Gurutze gorria erakundeek funtsak biltzeko elkartasun-ekimena antolatu dute, Eroski Fundazioak finantzaturako 60.000 egutegiren bidez. Egutegi bakoitzarekin, euro bat lortzen zen. Fundazioak, gainera, 15.000 euro eman zituen.	119.500 euro bildu ziren.
Idea Sana EROSKI egutegia	Elkartasuna, ingurumena eta elikadurari lotutako balioei buruzko egutegia egin zen, Reina Sofia Fundaziorako funtsak biltzeko.	300.000 egutegi atera ziren, eta euro bat bildu zen bakoitzeko.
"Itxaropenaren egunerako" laguntza	Idea Sana EROSKI eta Intermon Oxfam erakundeak elkartasunaren festa antolatu zuten; Estatuko 46 hiritako hiritarrak gonbidatu zituzten munduko milaka pertsonen egoera txarrari buruz kontzientziatzera.	235.000 parte-hartzaile baino gehiago.

Eroski Taldearen (gizarteari baliabideak ematen dizkion izaera kooperatiboko enpresa gisa), eta Eroski Fundazioaren (hirugarren sektoreko erakunde gisa) konpromisoak sentibera egiten gaitu; horregatik, urteko laguntzen bidez babestutako nazioarteko lankidetzaren proiektuez gain, premia handieneko beharretarako gizarte-ekintzako kanpainak gauzatzen ditugu. Horrela, bada, 2003. urtean, "Nik lagundu egiten dut" kanpaina antolatu genuen, Irango lurrikaren biktimen alde; euro batean saldu ziren poltsiko-egutegiak atera ziren, eta 48.592 euro bildu ziren.

2004an, zoritxarrez, beste premiazko kanpaina bat antolatu behar izan genuen, tsunamiak hondatutako Asiaren hego-ekialdeari laguntzeko. Kasu horretan, 15.000 euro eman genituen, eta 119.500 euro bildu genituen gure zentroetan, abenduaren 26tik urtarrilaren 31ra bitartean, Gurutze Gorriarekin batera egindako "Tsunami plan berezia" proiektuaren bidez. Bildutako funtsei esker, edateko urarentzako bidoiak, laguntza-materialak eta larrialdietako zerbitzuak bidali ziren, bilaketa eta familiak

berriz elkartzeko zerbitzuak eskaini, berrikuntza-lanetan lagundu, etorkizuneko balizko hondamendietarako trebakuntza eman eta garapen ekonomikoko programak egin ziren.

Bestalde, nazioarteko kooperazioaren alde lanean jarraitzen dugu, 2000. urtetik. Eroski Fundazioaren eta kontsumitzaileen kanpaina zehatzen ekarpenen bidez, lankidetzaren egonkorreko programak sortzen ditugu, eta gure denda-sare osoko merkataritza-jardueran barneratzen ditugu. Horretarako, hainbat sentsibilizazio-kanpaina egin ditugu dendetan, ahulenen bizi-kalitatea hobetzen lagunduko duen kontsumo arduratsua sustatzeko. Idea Sana EROSKI programa eta Intermón-Oxfam erakundea, beraz, Bidezko Merkataritza familia-erosketaren otarrean egoteko lan egin dugu azken urte hauetan. Horrez gain, kanpaina horiek sendotu ditugu zentroetan Idea Sana EROSKI eskolak emanda, eta proiektu horiei buruzko informazioa argitaratuz Idea Sana EROSKI aldizkarian eta [www.ideasana.com](http://www.ideasana.com) web orrian.

Bidezko merkataritza ohiko nazioarteko merkataritzaren alternatiba da. Garapenerako lankidetzarako merkataritza-harremana da, eta merkatutik baztertu diren eta desabantailak dituzten ekoizleen garapen iraunkorra du helburu; hau da, alternatiba ekonomiko iraunkorra da herritar pobreenentzat eta ahulenentzat.

Hauek dira produktuon ezaugarri nagusiak: ekoizleentzako soldata duinaren eta genero-berdintasunaren bermea dute, eta halaber, osagaien kalitate eta naturaltasunarena eta ekoizpenean ingurumena errespetatu izanaren bermea.

Gure zentroetan, Bidezko merkataritzako produktu hauek aurkituko dituzte bezeroek:

- EQUITA kakao-krema, 400 gr
- EQUITA instanteko kakaoa, 375 gr
- Ehotako EQUITA kafe naturala, 250 gr
- Egiteko AFRICAO txokolate-hautsa, 250 gr →
- Eshedun bio MASCAO txokolatea, 100 gr
- Txokolate hutseko bio MASCAO, 100 gr
- Te beltz biologikoa, palmazko otarrean