

# El bus más saludable

**EROSKI pone en ruta por 70 localidades un autobús para difundir entre la población hábitos de alimentación saludable y consumo responsable**



Comer a diario alimentos que contienen más fibra y menos sal y azúcar y, además, desterrar las grasas trans de nuestra alimentación es beneficioso para la salud. EROSKI lo sabe y además de contar con una oferta de productos que hace posible esta premisa, no duda en colaborar en la educación nutricional de la ciudadanía con una nueva iniciativa que pretende sensibilizar sobre la importancia de unos hábitos de alimentación saludable y consumo responsable. Para ello, desde principios de julio, ha puesto a rodar un autobús que bajo el lema "Campeones en calidad. Únete al equipo", cuenta con diversos talleres educativos en su interior, recorre más de 70 localidades del País Vasco y Navarra, además de Castro Urdiales (Cantabria), Calahorra (La Rioja) y Miranda de Ebro (Burgos).

Así, durante 120 días, 202 centros de EROSKI (25 hipermercados y 177 supermercados) recibirán la visita de este original bus rojo que también a lo largo del verano ha estado presente en playas y fiestas locales

y, a partir de este mes de septiembre, se acercará a centros escolares.

El interior de este peculiar medio de transporte cuenta con una zona de exposición y un espacio habilitado para desarrollar nueve talleres formativos orientados al público familiar. En ellos se trabajan de forma amena y activa pautas para elaborar menús saludables y equilibrados, conocer la combinación idónea de alimentos y las recomendaciones sobre ingesta diaria de los nutrientes, identificar los alimentos de cada temporada e interpretar de forma correcta el semáforo nutricional (implantado en todos los productos de marca propia de EROSKI). Todo ello para ayudar a realizar una compra inteligente, es decir, cómo comer mejor sin gastar más. "Somos lo que comemos", "El peso justo" o "Esperar lo inesperado" son algunos de los curiosos nombres de los talleres.

Para esta tarea, la campaña "Campeones en calidad. Únete al equipo" dispone de

un grupo formado por cuatro personas que atiende a los consumidores que quieren, de una manera muy sensorial a través de juegos, dinámicas y catas de productos, conocer mejor de qué manera cuidar su salud con la alimentación: el nutricionista-dietista que se encarga de las actividades de alimentación. También hay un animador y un bloguero que actualiza la página web que se ha creado para este evento: [www.campeonesencalidad.com](http://www.campeonesencalidad.com). En ella puede consultarse la información de las fechas y las localidades en las que estará el bus, además del calendario de las actividades en marcha; y un asesor de belleza que lidera los cursillos de belleza, la gama de cosmética de EROSKI:

## Marca blanca

La iniciativa sirve, además, para difundir las ventajas de los productos EROSKI que nacieron en 1977 y acuñaron la expresión "marca blanca" por el color de sus envases. En julio de hace ya 35 años seis productos constituyeron el primer paso en la carrera de las marcas propias. Hoy en día, son más de 2.500 los que se acogen bajo esta denominación y que conforman las gamas de EROSKI Basic, Sannia, Seleqtia, Natur y belle. //



## PRIMERA PARADA

El road-show "Campeones en calidad. Únete al equipo" partió el 4 de julio de Bilbao. El presidente de EROSKI, Agustín Markaide, presentó la iniciativa acompañado del alcalde de la capital vizcaína, Iñaki Azkuna; el presidente de la Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética, Jordi Salas-Salvadó; y el director general de Azti-Tecnalia, Rogelio Pozo, entidad con la que EROSKI colabora para la implantación de proyectos de I+D, para el desarrollo de nuevos productos y para el progreso del plan de calidad de los productos.

## Un compromiso de siempre

Esta campaña de EROSKI apuesta por concienciar a la población en torno a varios problemas de salud que afectan a los españoles: ha aumentado la mortalidad por causa de las enfermedades cardiovasculares; España está a la cabeza de los países con mayores índices de obesidad infantil, por delante de EE.UU.; y el número de niños que padecen obesidad crece año a año. Además, nuestro consumo medio de sal al día asciende a 9,7 gramos, el doble del valor de sal recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

EROSKI, en su compromiso con el bienestar de los consumidores, no solo promueve buenos hábitos con iniciativas como "Campeones en calidad. Únete al equipo". También se vuelca con la ciudadanía a través de la oferta de productos saludables de calidad, sin grasas trans, con menos sal y azúcar, sin gluten, alimentos de origen local, frescos de temporada, y siempre a precios competitivos, tal y como lo destacó el presidente de la compañía, Agustín Markaide, en la inauguración de la campaña.

Este esfuerzo en favor de la calidad y la salud ha llevado, en algunos casos, a acciones pioneras como el semáforo nutricional por colores para identificar los principales nutrientes de los alimentos de sus marcas propias, o la eliminación en todos los productos de EROSKI de las grasas vegetales parcialmente hidrogenadas (grasas trans) no recomendadas por la OMS, ya que su consumo genera acumulación de colesterol en las arterias, lo que dificulta la circulación sanguínea y aumenta el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.

Estas propuestas, precisamente, han tenido su reconocimiento: en 2009 EROSKI obtuvo el Premio "Mejor estrategia NAOS empresarial" por estas dos propuestas. Recientemente, recibió un Accésit "Estrategia NAOS" por el programa de reducción de sal que ha disminuido los niveles de este compuesto en 21 productos de la casa.

