

# contigo



## A evolución do modelo comercial 'contigo'

"O modelo comercial "contigo" é o noso sinal de identidade, un modelo consolidado, valorado e recoñecido polos nosos clientes".

Beatriz Santos | DIRECTORA COMERCIAL  
[memoria.eroski.es/gl/contigo](http://memoria.eroski.es/gl/contigo)



A diferenciación é a nosa prioridade, ofrecer ao consumidor solucións que promovan hábitos de consumo máis saudables e sostibles. En EROSKI situamos a saúde e a sostibilidade no centro da nosa estratexia e evolucionamos os eixos principais do modelo comercial "contigo" para dar resposta a isto: a relación cos Socios Cliente, unha proposta comercial máis atractiva e unhas tendas máis eficientes e de última xeración.

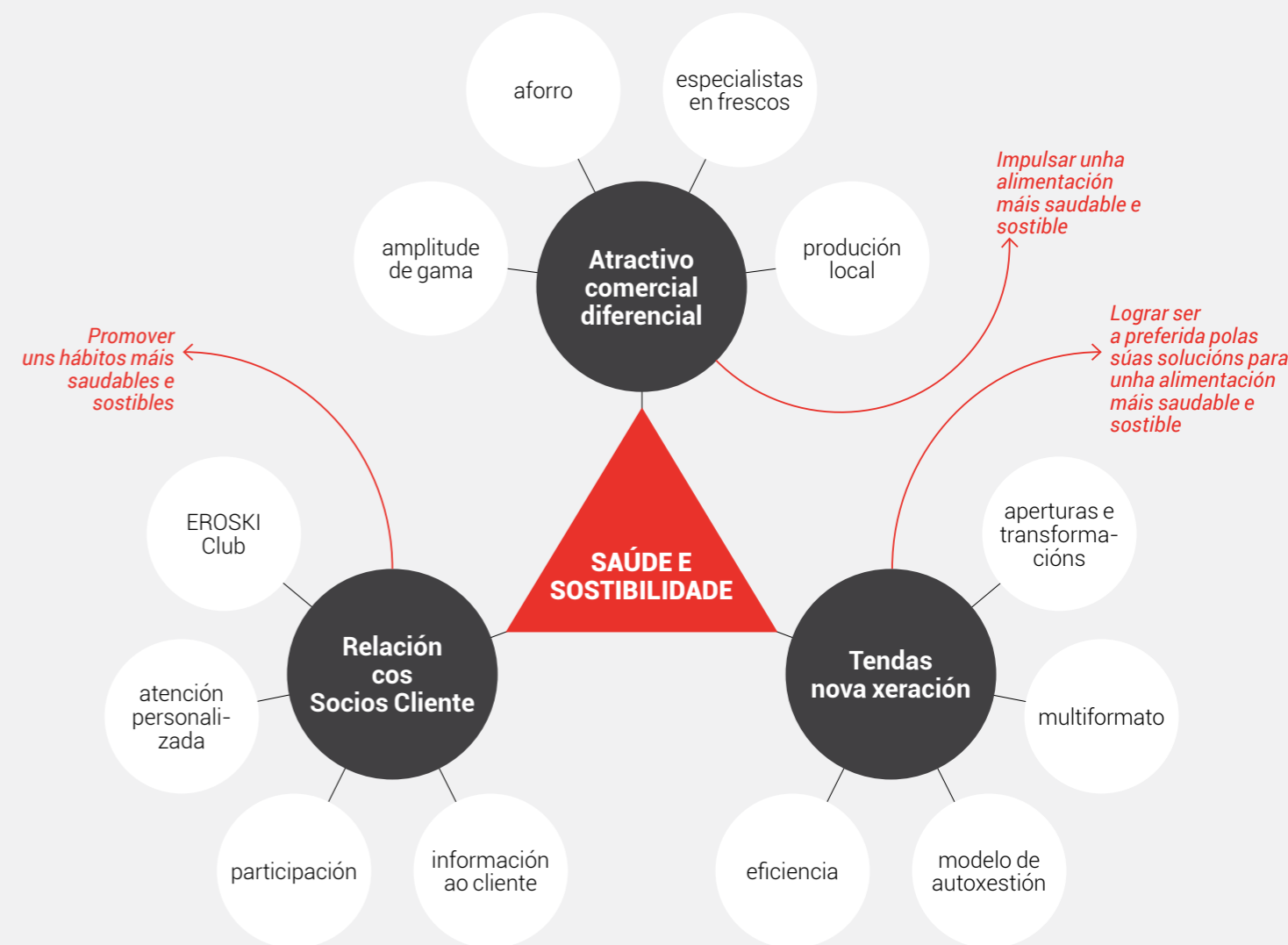
O modelo comercial "contigo" distínguese pola súa especialización en frescos, unha ampla gama de produtos para unha maior liberdade de elección e unha sólida aposta polos produtos locais. Hoxe, seguimos a profundar nestes factores con novas propostas que faciliten ademais o aforro e a práctica dunha alimentación saudable e ao tempo compatible cun consumo sostible.

As nosas tendas son cada vez máis competitivas e atractivas. Estendemos o noso modelo de autoxestión en cada apertura e transformación. Ofrecemos unha experiencia multicanle e completa ao cliente a través de diferentes formatos. Todo iso para lograr ser a tenda preferida dos nosos consumidores polas súas solucións para unha alimentación máis saudable e sostible.

Estreitar a nosa relación cos consumidores e consumidoras é vital en EROSKI. Apoiámonos para iso no noso programa de fidelización EROSKI club. Ofrecemos ao cliente unha atención máis personalizada nas nosas tendas, impulsamos a súa participación e ofrecémoslle información para promover uns hábitos máis saudables e sostibles.

Durante este ano, a evolución do modelo comercial "contigo" traducíuse na mellora nutricional dos produtos de marca propia coa eliminación de máis de 325 toneladas de azucre, sal e graxas das súas receitas. Precisamente, a nosa marca propia celebrou en 2017 o seu 40 aniversario e foi recoñecida na última edición dos premios internacionais 'Salute to Excellence Awards', o que nos converteu no minorista europeo máis premiado desta edición.

Por outro lado, colaboramos con 4.400 provedores locais que, pola súa vez, abastecen as tendas EROSKI con máis de 22.000 produtos, contribuíndo así á sostibilidade da contorna.



# Comprometidos coa saúde e a sostibilidade

Desde o comezo, en EROSKI cremos que a tenda é o lugar desde onde podemos impulsar unha boa alimentación e un consumo responsable. Por iso, consultamos aos nosos traballadores e traballadoras, consumidores e consumidoras e aos nosos grupos de interese como podíamos facelo mellor. As súas reflexións e propostas plásmanse en dez compromisos pola saúde e a sostibilidade que marcan o noso camiño a seguir. 7.500 persoas colaboraron na elaboración deste decálogo que rexe o noso modelo comercial 'contigo'.



## Compromiso coa saúde e a sostibilidade

Coñece o decálogo que asume EROSKI para contribuír a unha sociedade máis sostible e con maiores cotas de saúde e benestar.

<https://vimeo.com/263111572>

## 1

### Implicarnos coa seguridade alimentaria

A seguridade alimentaria é para EROSKI a condición básica tanto a nivel de produtos, especialmente os da súa marca propia, como das súas instalacións. EROSKI conta cun plan de calidade preventivo a través do cal realiza máis de 11.000 análises de produto e audita máis de 400 provedores por ano.

Son tres as principais liñas de traballo arredor das que se desenvolve este compromiso. Velar pola trazabilidade dos produtos desde a súa orixe ata a tenda. Garantir que en todo momento do proceso da subministración (transporte, almacenaxe ou manipulación en tenda) se mantén a cadea de frío; e deste xeito asegurar o acceso aos produtos en perfectas condicións e con todas as súas propiedades. E auditar, analizar e controlar a diario e cos máximos niveis de esixencia. Para iso, EROSKI homologa o 100% dos seus fabricantes e realiza un control continuo da calidade dos produtos a través de análises microbiolóxicas e fisicoquímicas.

## 2

### Promover unha alimentación equilibrada

Como distribuidor, EROSKI comprométese a ofrecer unha proposta equilibrada de alimentos. Para iso traballa, por unha banda, na promoción dos grupos de alimentos que deben formar parte con maior frecuencia dunha dieta equilibrada. Por outro, na revisión das receitas dos produtos de marca propia pertencentes aos grupos de alimentos que se deben inxerir de xeito máis esporádico, para mellorar o seu perfil nutricional.

Seguindo os consellos das expertas e os expertos en saúde e escoitando aos seus clientes, EROSKI converteuse na primeira empresa de distribución en España e das primeiras a nivel europeo en eliminar dos seus produtos as graxas vexetais parcialmente hidroxenadas, fonte das graxas trans artificiais. A reformulación ou substitución dos produtos que contiñan graxas trans industriais foi un proceso moi complexo e supuxo un grande esforzo, no que participaron de forma moi activa todos os provedores, co apoio do laboratorio da área de calidade. Ademais, calibrouse o sabor dos produtos mediante numerosas catas, xa que as persoas consumidoras debían percibilo igual ou mellor que o anterior.

Complementariamente, EROSKI ofrece solucións cun perfil nutricional mellorado a través da súa marca EROSKI Sannia en cada familia de produto e categoría.

## 3

### Previr a obesidade infantil

A obesidade infantil representa unha gran ameaza para os máis pequenos. Este compromiso pon o foco na proactividade á hora da prevención. En consecuencia, EROSKI adquire o compromiso de promover o consumo dos produtos da base da pirámide nutricional e mellorar o resto reducindo a súa carga de calorías, sal, azucre e graxa.

En liña con este obxectivo, EROSKI comprométese a traballar na reformulación dos seus produtos de marca propia dirixidos aos máis novos para que a súa composición sexa máis axeitada.

Do mesmo xeito, a cooperativa adquire o compromiso de pór énfase especial en potenciar a formación en hábitos de vida saudables para os máis pequenos e a súa contorna máis próxima -escolar e familiar- e que desenvolve especialmente a través do programa Enerxía para Medrar, Programa Educativo en Alimentación e Hábitos Saudables (PEAHS) da Fundación EROSKI. Aspiramos a chegar a formar a máis de dous millóns de nenos e as súas familias para 2025.

## 4

### Atender as necesidades nutricionais específicas

EROSKI traballa para achegar solucións ante as necesidades sensibles da poboación. Varias son as causas:

- As derivadas de limitacións de saúde por alerxias e intolerancias.
- As relativas ás diferentes etapas da vida: solucións máis axeitadas para diferentes etapas da vida, desde a infancia ata as necesidades dos maiores.
- Incluso promove solucións para os diversos estilos de vida aliñados cunha busca dunha alimentación máis saudable e sostible.

A cooperativa aborda neste compromiso a súa vontade de atender a quen precisa unha alimentación específica de xeito que a oferta dos produtos sexa segura, suficiente para unha compra ordinaria e cun sacrificio económico axeitado.

En concreto, EROSKI dispón, ademais dunha gama específica de máis de 2.500 produtos de marcas líderes, de 550 produtos de marca propia garantidos sen glute e un 30% máis baratos. Ademais, ao longo de 2018 a cooperativa lanzará unha gama nova de produtos específicos sen glute marca EROSKI.

5

## Favorecer o consumo responsable

A alimentación, ademais de sa e equilibrada, debe ser responsable e sostible. EROSKI comprométese a mellorar o seu impacto na contorna a través da mellora nos procesos, instalacións e produtos desde a sostibilidade económica, social e ética. O uso sostible dos recursos, a redución da pegada ambiental, a promoción da economía circular, a prevención do cambio climático, a defensa da biodiversidade... son imperativos ineludibles que EROSKI recolle no seu quinto compromiso. A cooperativa continuará reducindo a pegada ambiental das súas tendas, flota loxística e produtos.

EROSKI mellorou o modelo enerxético das súas tendas de nova xeración configurando un prototipo de tenda ecoeficiente que reduce un 60% o consumo enerxético respecto a un supermercado convencional. EROSKI estende este novo modelo enerxético a todas as aperturas e reformas dos seus supermercados e hipermercados para transformalas á nova xeración de tendas.

Do mesmo xeito, os investimentos, a reordenación do mapa loxístico e os procesos de automatización de plataformas acometidos durante os últimos anos supuxeron unha mellora global do 27% na eficiencia loxística de toda a cadea de subministración.

6

## Ofrecer máis produtos locais

Unha alimentación máis sostible non só se refire a aspectos ambientais, tamén sociais. O desenvolvemento social e económico da contorna, o fomento do emprego e a riqueza local e o respecto á cultura gastronómica local son obxecto do sexto compromiso de EROSKI en Saúde e Sostibilidade. A cooperativa abórdao desde o punto de vista de empresa de distribución cunha relación de apoio e próxima dos provedores agroalimentarios locais e unha oferta ampla e variada que ofrece máis de 20.000 produtos locais de 2.000 pequenos produtores; e desde o punto de vista como axente social, implicándose nos aspectos sociais, culturais, solidarios da contorna onde opera, á que desde a súa orixe devolve boa parte dos seus beneficios empresariais.

As tendas EROSKI ofrecen unha proposta relevante de gamas locais diferenciais en todas as categorías de produtos procedentes da contorna en todos os territorios.

7

## Facilitar comer ben a bo prezo

EROSKI quere ser un axente democratizador da saúde e a sostibilidade e este é o obxecto do seu sétimo compromiso. A cooperativa aspira a reducir a barreira que no mercado en moitas ocasións supón o prezo para poder acceder a certos alimentos, necesarios para unha alimentación equilibrada. Para iso, EROSKI comprométese a ofrecer os produtos necesarios para levar unha alimentación equilibrada e responsable a prezos accesibles, ademais de desenvolver propostas personalizadas de aforro para os seus Socios e Socias Cliente en produtos máis saudables e sostibles.

8

## Impulsar un estilo de vida saudable

EROSKI comprométese a ofrecer unha información clara e transparente no relativo á proposta comercial (etiquetaxe, folletos, revistas...), informando e recomendando as mellores opcións. Para iso, creou unha serie de ferramentas coas que promover unhas persoas consumidoras máis informadas sobre as súas eleccións alimentarias. Só unha consumidora ou consumidor informado pode tomar decisións racionais.

**01.** Máxima claridade e transparencia na información que ofrecen os envases. Xa en 2007, EROSKI foi pioneira na información ao cliente coa incorporación do semáforo nutricional na parte frontal do envase dos seus produtos de marca propia. Este sistema permite aos consumidores coñecer dunha simple ollada a cantidade de calorías, azucres, graxa, graxa saturada e sal que achega unha ración dun produto, así como as súas porcentaxes sobre o consumo diario a través das cores verde, amarela e laranxa. Ademais, ao semáforo acompañano outros símbolos de información nutricional que indican os nutrientes que achegan determinados produtos e a súa orixe, así como os ingredientes que poden xerar intolerancias.

**02.** escoitar os socios e socias e outros grupos de interese para mellorar.

9

## Coidarnos como traballadores

Como cooperativa, os traballadores teñen un papel esencial e diferente e son un fin en si mesmo. A formación en saúde, sostibilidade e benestar e a promoción de hábitos de vida saudables forman parte do noveno compromiso para mellorar a súa calidade de vida e atender mellor os seus clientes.

Durante os últimos anos, EROSKI aumentou os recursos destinados á formación das persoas:

**01.** Mellora da atención ao cliente. Os traballadores fórmanse en saúde e sostibilidade. Só en 2017, dedicáronse máis de 122.000 horas á formación de máis de 6.300 persoas. A formación ordinaria inclúe contidos de saúde e sostibilidade. A formación recibida redonda na mellor calidade de vida dos traballadores e permite unha mellor atención e asesoramento ao cliente.

**02.** Mellora da calidade de vida como traballadores. Ofrecendo formación, asesoramento, actividades, programas e diversas ferramentas para os traballadores e tamén para as súas familias, co obxectivo de mellorar os seus hábitos alimentarios e tamén de sostibilidade.

10

## Actuar con claridade e transparencia

EROSKI, como cooperativa de consumo, sempre destacou pola súa actividade na formación e información ao consumidor para axudalo a facer eleccións cara a solucións máis saudables e sostibles. A cooperativa impulsa esta formación a través da Fundación EROSKI e EROSKI Club.

Desde fai máis de 40 anos, faino a través da revista Consumer e o portal [www.consumer.es](http://www.consumer.es).

Tamén desenvolve a súa vocación de fomentar unha alimentación sa e uns hábitos de vida saudables entre a cidadanía a través da súa Escola de Alimentación da Fundación EROSKI, que colabora activamente con profesionais da saúde e da alimentación para estar sempre ao día e poder contribuír na súa difusión dentro do sector, ofrecendo información rigorosa e de actualidade para os profesionais. Desde ela créanse diversos contidos e tamén se organizan eventos divulgativos. E co obxectivo de ofrecer un espazo de reflexión, desde o 2009, Fundación EROSKI promove encontros nos que participan profesionais sanitarios e cidadás e cidadáns con preocupacións e necesidades en materia de saúde.