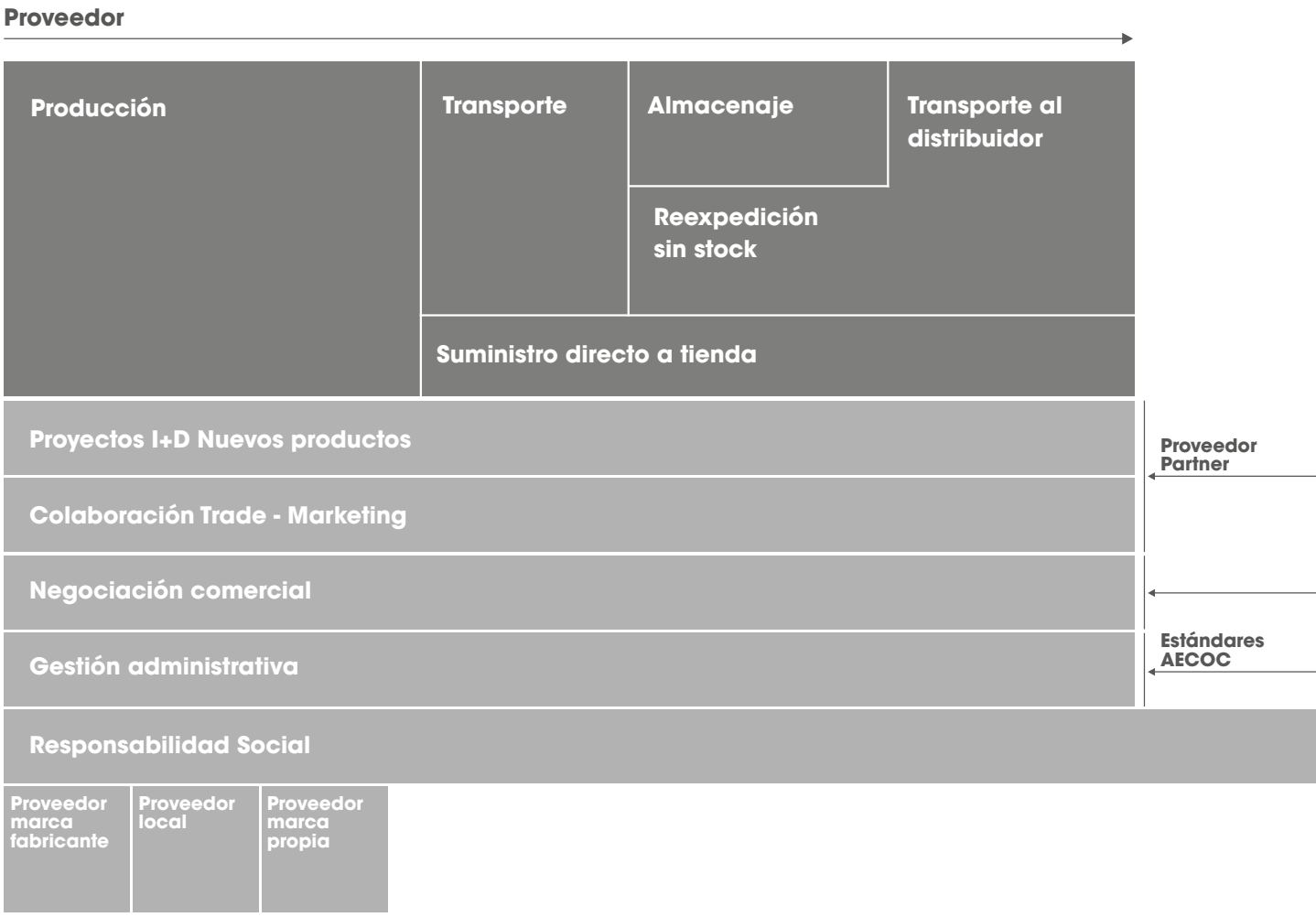
Cadena de valor eficiente y colaborativa

En 2018 hemos continuado con nuestra apuesta por una innovación integral y por la optimización de la cadena de valor, el desarrollo de nuevos modelos de tienda y una nueva forma de relacionarse con la clientela, impregnado todo del espíritu "contigo" que inspira nuestro día a día.

Nuestro objetivo no solo es orientar la organización hacia las tiendas, sino también que nuestros principales colaboradores, nuestras empresas proveedoras, estén orientados a ellas.

Para lograr una gama de productos cada vez más amplia, personalizada y con un mayor ahorro, contamos con una cadena de valor abierta a la marca de fabricante, a nuestra propia marca y a la enorme diversidad de los alimentos de producción local en las inmediaciones de cada una de nuestras tiendas. Reforzamos la diversidad del tejido productivo agroalimentario para alcanzar un sector local sostenible gracias al compromiso compartido de EROSKI y nuestra clientela. Además, seguimos manteniendo nuestras alianzas comerciales para mejorar nuestra propuesta a las personas consumidoras en valor y precio.

La cadena de valor de EROSKI



Las claves de nuestra mejora en competitividad comercial son:

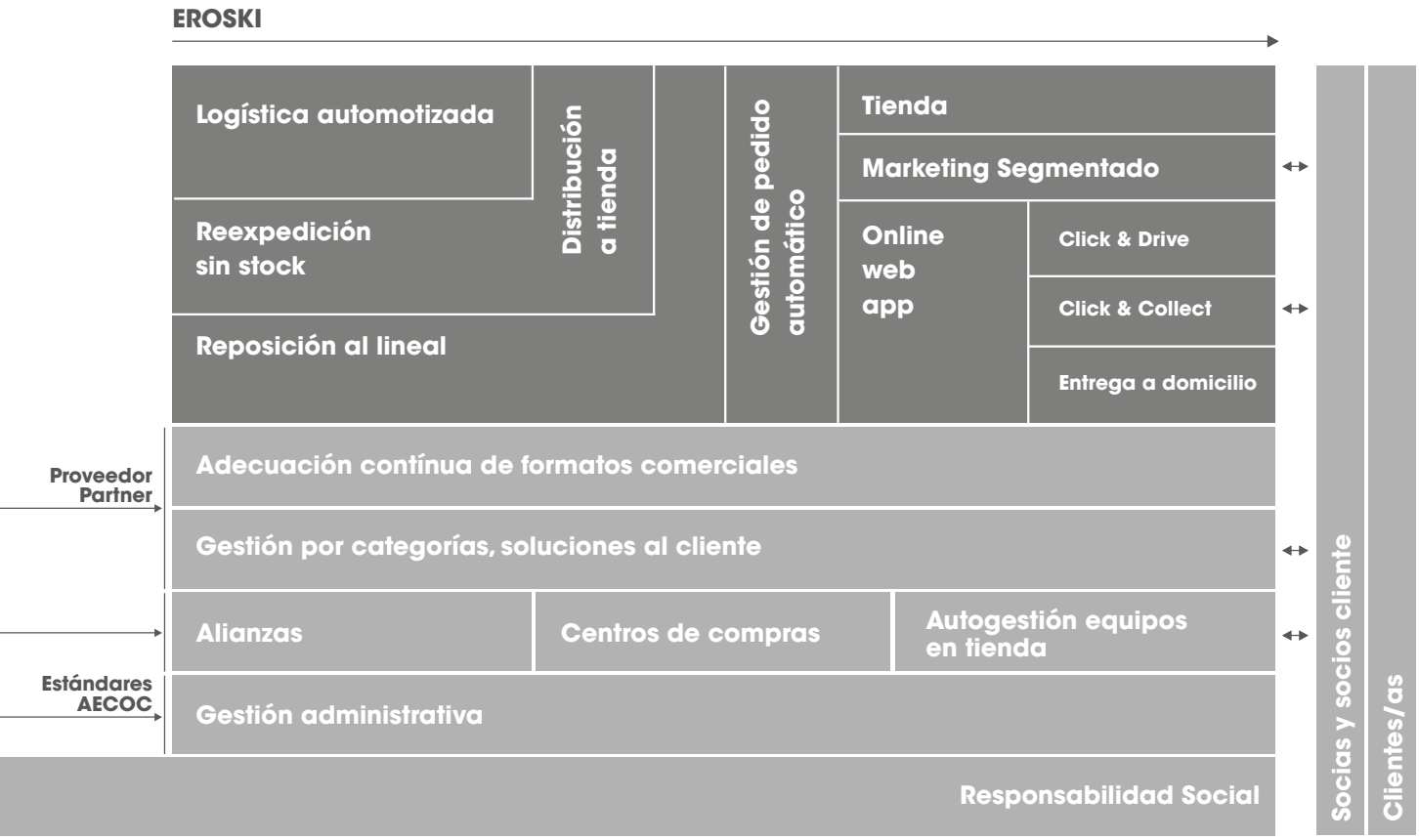
Optimización de los procesos de venta y suministro, alcanzando una mayor eficiencia en toda la cadena de valor.

Responsabilidad social y medioambiental como criterio para la selección de las empresas proveedoras.

Innovación en el marco de colaboración con empresas proveedoras y organizaciones referentes en alimentación.

Precios más adecuados y competitivos gracias a las alianzas comerciales y a la gestión de múltiples promociones y ofertas personalizadas.

Diversidad de nuestro tejido productivo agroalimentario, impulsando a los pequeños productores locales.



Nuestras Marcas

En el año 2018, hemos cumplido 41 años de nuestra marca propia. Desde su nacimiento, los productos de marca EROSKI han crecido hasta convertirse en uno más de la familia; por eso, continuamos trabajando para ofrecer cada vez más productos y con mayor calidad que ayuden a ahorrar. El último año hemos revisado el diseño del envase de EROSKI Basic y hemos reposicionado nuestra marca de productos frescos EROSKI Natur bajo la promesa "Sabor responsable", como expresión del compromiso de EROSKI (compromiso n.º 5) con nuestro entorno a través de un consumo responsable de productos frescos y sabrosos con garantía de origen y trazabilidad del proceso, entre otros avances. Hemos incorporado en total 201 productos nuevos en nuestra gama de marca propia.

	N° referencias marcas propias	2018	2017	
	EROSKI SeleQtia	**199**	196	Lo mejor de lo mejor. Productos testados por el Basque Culinary Center.
	EROSKI	**2.798**	2.752	Amplia gama de productos, todo lo que necesitas, con la mejor relación calidad-precio garantizada.
	EROSKI Sannia	**132**	141	Productos nutricionalmente equilibrados y mejorados con respecto a su igual o media del mercado, con un 25% menos de sal, un 30% menos de grasa y de azúcares y/o un 30% menos de grasas saturadas. También ricos en fibra, Omega 3 y fitoesteroles, con todo el sabor y al mejor precio.
	EROSKI Natur	**398**	369	Productos frescos con todo el sabor, total trazabilidad y calidad controlada, de los mejores orígenes y en su mejor momento.
	Belle	**449**	426	Productos de cosmética, higiene y cuidado personal sin parabenos ni triclosán, dermatológicamente testados y al mejor precio.
	EROSKI Basic	**362**	342	Producto de consumo ordinario, para todos los días, con todas las garantías de calidad de EROSKI a precio más bajo.
	Visto Bueno	**2.126**	1.739	Ropa y calzado con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.
	Romester	**408**	489	Ropa y equipamiento deportivo con diseños propios y la mejor relación calidad/precio.
	Ecron	**403**	53	Aparatos electrónicos y electrodomésticos con diferentes niveles de funcionalidad y la mejor relación calidad/precio.

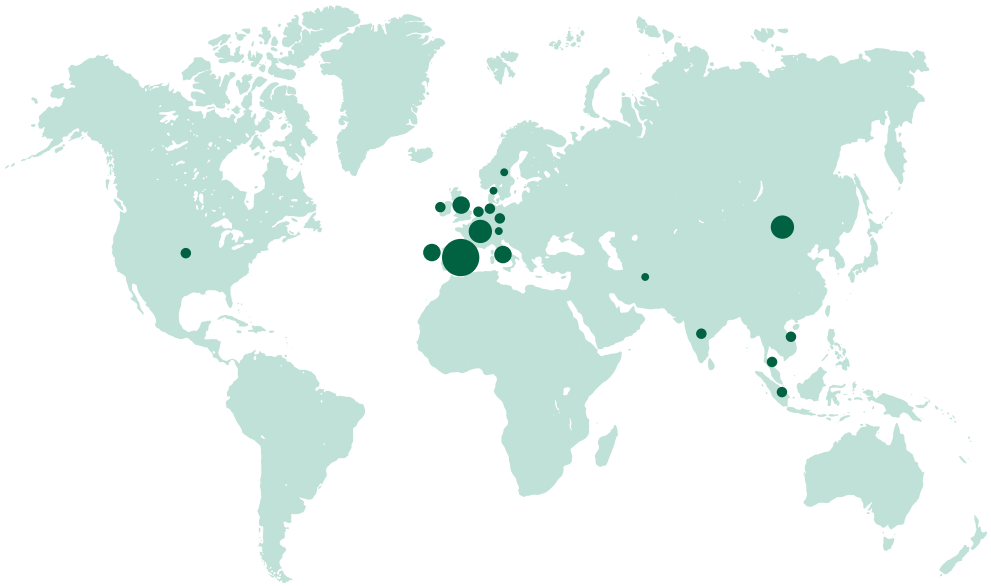
Nuestros proveedores 102-9; 102-10; 204-1

En una actividad como la distribución comercial, en la que el precio, la calidad y la rapidez en la disponibilidad de los productos se han convertido en un valor cada vez más apreciado por las personas consumidoras, la cercanía con las empresas proveedoras, tanto geográfica como a la hora de abordar iniciativas conjuntas, se ha convertido en un elemento crítico.

En EROSKI trabajamos con más de 11.000 empresas proveedoras comerciales y de servicios, con las que en 2018 las transacciones económicas fueron por un importe superior a los 4.000 millones de euros. Esto se traduce en la comercialización de más de 107.000 artículos diferentes en el último ejercicio. Nuestro compromiso con el tejido productivo nacional se materializa en que el 98 % del gasto en proveedores corresponde a empresas situadas en el territorio español. Además, tratamos de impulsar el consumo de cercanía, colaborando con empresas proveedoras locales y regionales, que suponen más del 50 % de nuestra cadena de suministro comercial en España.

En este plan estratégico estamos desarrollando un Plan General de Colaboración con Proveedores que abarca todos los ámbitos de nuestra organización y que está totalmente alineado con los 10 compromisos de salud y sostenibilidad. Este plan se desarrolla a través de tres ejes, que son CLIENTE (ponemos énfasis en las necesidades de nuestros consumidores); SALUD (es una de nuestras principales palancas del plan estratégico) y EFICIENCIA (apostaremos de forma clara en la parte de logística)

Número de proveedores comerciales y de servicios por país



	2018
España	11.029
China	70
Francia	63
Portugal	51
Reino Unido	33
Alemania	20
Holanda	20
Italia	16
EEUU	13
Irlanda	12

	2018
Bélgica	12
Bangladesh	11
Dinamarca	10
Noruega	9
Andorra	6
Vietnam	5
Pakistán	4
Suiza	4
Grecia	2
Luxemburgo	2

	2018
Polonia	2
Tailandia	2
Taiwan	2
Chipre	1
Corea del Sur	1
India	1
Indonesia	1
Israel	1
Singapur	1
Suecia	1

No se han producido cambios significativos en la cadena de suministro en 2018.
Véase Tabla 21 del Anexo de Indicadores para comparativa con años anteriores.

Total empresas proveedoras: 11.405

AGECORE, la mayor central de negociación europea

En un entorno altamente competitivo, en el que los mercados de materias primas son globales y en el que las grandes marcas líderes tienen escala mundial, en EROSKI reforzamos nuestras alianzas en el mercado internacional.

Son elementos determinantes que sustentan nuestro posicionamiento competitivo y que permiten ofrecer nuevas posibilidades de ahorro a las personas consumidoras. La central AGECORE constituye la mayor alianza europea de compras, formada por EROSKI junto al Grupo ITM (Francia), EDEKA (Alemania), COLRUYT (Bélgica), CONAD (Italia) y COOP (Suiza). Además de ser empresas independientes, comparten una visión estratégica a largo plazo. Su objetivo es ofrecer a los consumidores europeos una gama de productos más amplia para una mayor libertad de elección y unos mejores precios, a la vez que amplía las oportunidades de negocio para nuestras empresas proveedoras.

La facturación global de AGECORE alcanza los 140.000 millones de euros y su actividad comercial se desarrolla en 8 países europeos (Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Suiza, Polonia y Portugal). La alianza constituye también un punto de encuentro de los aliados para la búsqueda de sinergias a través del intercambio de conocimiento en ámbitos como el consumo sostenible, la gestión de la calidad, los formatos de tienda y los programas de colaboración con pequeños productores locales.

Responsabilidad social de nuestros proveedores 414-1

La sostenibilidad, entendida como el balance en los aspectos económicos, sociales y medioambientales, es también clave en la selección de las empresas que conforman nuestra cadena de suministro. Así, exigimos a nuestras empresas proveedoras que mantengan una gestión responsable de sus personas trabajadoras y potenciamos a aquellos que implementan sistemas de gestión ambiental en sus empresas.

Comercio justo

EROSKI fue la primera empresa de distribución en España en incorporar productos de comercio justo en la oferta comercial y somos reconocidos por Fairtrade International como operador legitimado para la importación y distribución de estos productos con su propia marca comercial. La gama de productos de comercio justo que comercializamos está compuesta por café, cacao, té y azúcar, además de distintos productos textiles certificados.

Los productos Fairtrade International cuentan con la certificación de su cadena de suministro, desde los productores hasta los consumidores finales, lo que garantiza el cumplimiento de los criterios sociales, económicos y ambientales del comercio justo: salarios para una vida digna, no a la explotación infantil, igualdad entre hombres y mujeres, derechos laborales y respeto al medio ambiente.

Responsabilidad social

Como se detalla en el capítulo dedicado a las personas trabajadoras, la totalidad de nuestras empresas proveedoras están sometidas a los requisitos internacionales de responsabilidad social en el trabajo. De esta manera, en EROSKI condicionamos la relación comercial con ellas a su cumplimiento de los derechos humanos y laborales. Además, contamos con un reglamento interno que promueve medidas para prevenir cualquier tipo de actividad corrupta en la gestión de empresas proveedoras y contratas.

Logística eficiente

Gracias a nuestras plataformas avanzadas, hemos conseguido automatizar gran parte de la distribución, como en el caso de Elorrio (Bizkaia) y Zaragoza, o la automatización de los procesos de preparación de los pedidos de fruta y verdura en Mallorca.

Para dar cobertura y servicio a los más de 1.600 establecimientos del Grupo EROSKI, disponemos de una red logística compuesta por 23 plataformas propias, aunque en total nuestros camiones transitan por unas 40 plataformas logísticas, incluyendo otras que pertenecen a empresas externas. En total, suponen más de 360.000 m^2 de superficie de almacén, desde los que distribuimos hasta un millón de cajas diariamente. Buscamos construir la cadena de valor más eficiente a partir de la máxima satisfacción de nuestros clientes, para lo que seguimos innovando en todos los eslabones de la cadena de suministro y en la gestión logística. Gracias a nuestras plataformas avanzadas, hemos conseguido automatizar gran parte de la distribución, como en el caso de Elorrio (Bizkaia) y Zaragoza, o la automatización de los procesos de preparación de los pedidos de fruta y verdura en Mallorca.

Con el objetivo de continuar optimizando nuestros procesos en la cadena de suministro, en línea también con la propuesta del modelo comercial "contigo", durante 2018 hemos trabajado en mejorar la frescura de nuestros productos: queremos que nuestros consumidores reconozcan a EROSKI como una de las cadenas de suministro con producto fresco de mayor calidad. Adicionalmente estamos trabajando con los proveedores locales para disponer en nuestras tiendas de productos frescos de los productores de la zona. Esto ha supuesto rediseñar las rutas de transporte actuales y definir nuevos flujos orientados a este nuevo modelo de servicio.

Otras líneas de actuación destacadas en la mejora de la eficiencia logística han sido la implantación de un nuevo sistema de aprovisionamiento que permite reducir el stock y el tirado y automatizar el producto de baja rotación en la plataforma de Sigüeiro.

Reestructuración de nuestro mapa de plataformas

Continuamos centrados en reestructurar el mapa de plataformas de las zonas donde se concentra la mayor parte de nuestro negocio. Se van a crear nuevas instalaciones modernas y eficientes, que nos permitirán atender las posibles demandas futuras de nuestros clientes (aperturas, crecimientos de gama, servicio al unitario, e-commerce, más producto local, etc.). En concreto, consideramos que hay dos regiones donde tenemos que actuar, a corto y mediano plazo. Por un lado, vamos a reestructurar el mapa de plataformas de frescos de la zona norte y, por otro, vemos necesario rediseñar el mapa de plataformas de Cataluña. Una de las piedras angulares en las que se sustenta la transformación de la red logística de CAPRABO es la construcción de una nueva plataforma de distribución de producto fresco en El Prat de Llobregat (Barcelona). Con una superficie cercana a los 24.000 m2 y una inversión estimada de 20 millones de euros, el proyecto, que ha iniciado su andadura en 2018, estará en pleno rendimiento en el año 2020. Esta nueva plataforma está enmarcada en el plan integral de competitividad de CAPRABO.

Proyecto de colaboración con empresas proveedoras

La filosofía y base del proyecto de colaboración con empresas proveedoras se mantiene, ya que estamos convencidos de las fortalezas y beneficios demostrados desde su inicio en 2014. Hemos seguido trabajando en los ítems que definimos en su día, focalizando los esfuerzos en aquellos aspectos que mayor beneficio mutuo puede aportar la relación empresa proveedora-EROSKI. Por ello, durante el Plan Estratégico 2017-2020, estamos centrando los proyectos en uno de estos tres ámbitos: eficiencia, demanda colaborativa y colaboración. Algunos de los avances en el plan de colaboración durante 2018 han sido:

Avances en Proyecto EDI, para incrementar la eficiencia en nuestras plataformas y disminuir las incidencias de facturación. EDI es un sistema que permite el intercambio de documentos normalizados entre los sistemas informáticos de quienes participan en una relación comercial: empresas fabricantes y distribuidoras.

Extensión parrilla en refrigerado: tanto en Madrid como en Zaragoza.

Automatización de la herramienta de **Pedido Eficiente.**

Seguimos trabajando internamente para la extensión a más proveedores de las **recogidas en origen**, tanto en proveedores de marca propia como marca fabricante y en todos los negocios.

Revisión de **criterios de vida útil**, en aquellos casos que garanticen los requerimientos exigidos por nuestros consumidores.

Mejora en preparaciones del flujo **crossdocking** (sin stock) en nuestra plataforma de Ciempozuelos.

Revisión del proceso de recepción en la plataforma, para mejorar nuestra eficiencia en las descargas y los tiempos de espera de nuestros proveedores.

Encuentros con empresas proveedoras

Como una palanca más dentro del eje de colaboración, seguimos manteniendo foros con nuestras empresas proveedoras en los que compartimos la evolución de los indicadores clave principales, la situación de los proyectos conjuntos y los nuevos proyectos. Por ello, en mayo de 2018 organizamos un encuentro con nuestros proveedores para presentarles nuestro Plan Estratégico 2017-2020 y los principales proyectos logísticos que tenemos en marcha para estos próximos cuatro años.