

# Cadea de valor eficiente e colaborativa

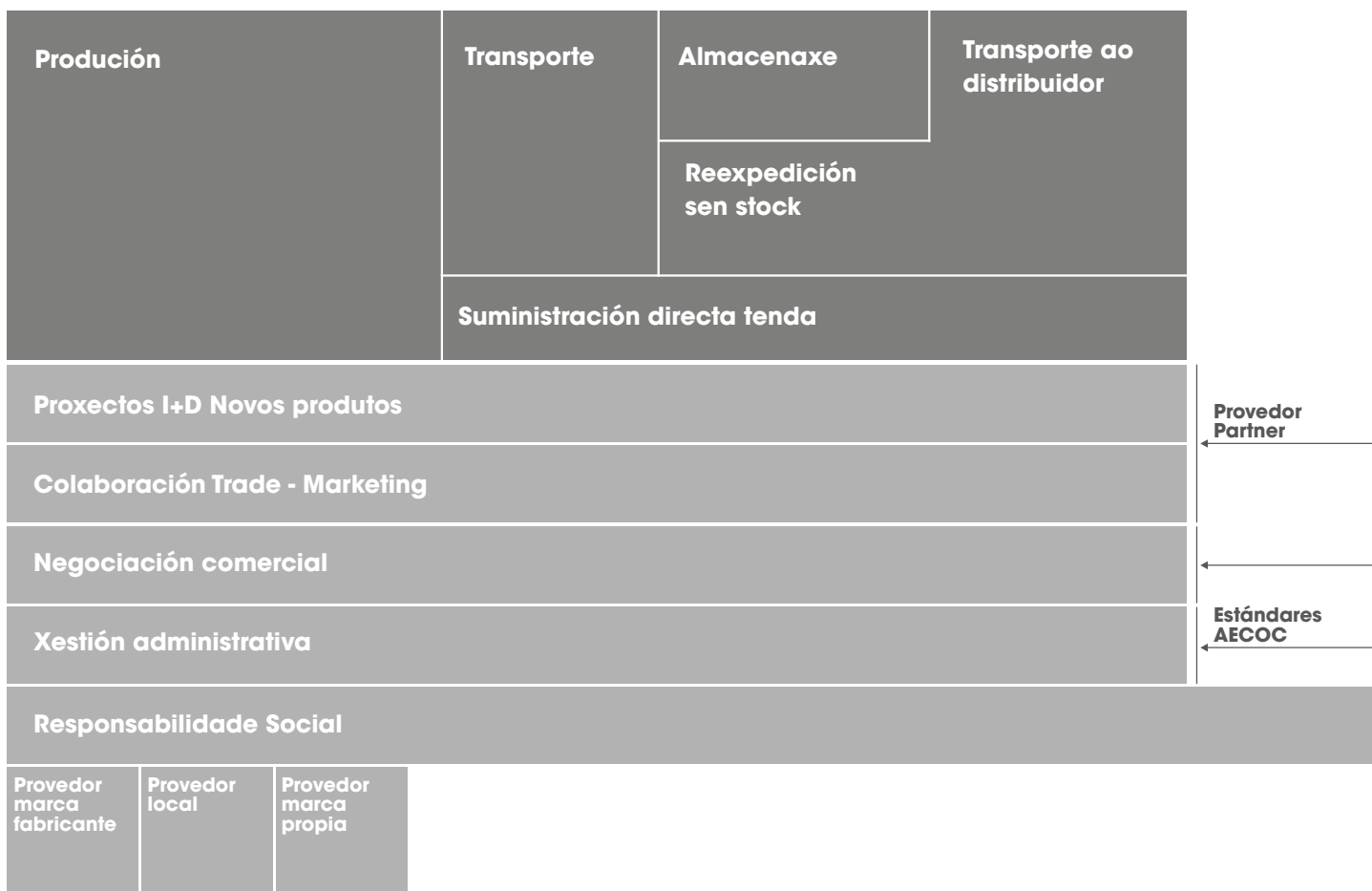
**En 2018 continuamos coa nosa aposta por unha innovación integral e a optimización da cadea de valor, o desenvolvemento de novos modelos de tenda e unha nova forma de relacionarse coa clientela, impregnado todo do espírito “contigo” que inspira o noso día a día.**

Para lograr unha gama de produtos cada vez máis ampla, personalizada e cun maior aforro, contamos cunha cadea de valor aberta á marca de fabricante, á nosa propia marca e á enorme diversidade dos alimentos de produción local na contorna de cada unha das nosas tendas. Reforzamos a diversidade do tecido produtivo agroalimentario para acadar un sector local sostible grazas ao compromiso compartido de EROSKI e a súa clientela. Ademais, seguimos mantendo as nosas alianzas comerciais para mellorar a nosa proposta aos consumidores en valor e prezo.

○ noso obxectivo non só consiste en orientar a organización cara ás tendas, senón en lograr que os nosos principais colaboradores, as nosas empresas proveedoras, tamén estean orientados cara a elas.

## La cadena de valor de EROSKI

### Proveedor



## As claves da nosa mellora en competitividade comercial son:

**Optimización** dos procesos de venda e subministro, atinxindo unha maior eficiencia en toda a cadea de valor.



**Responsabilidade** social e ambiental como criterio para a selección das empresas proveedoras.



**Innovación** no eido da colaboración con empresas proveedoras e organizacións referentes en alimentación.



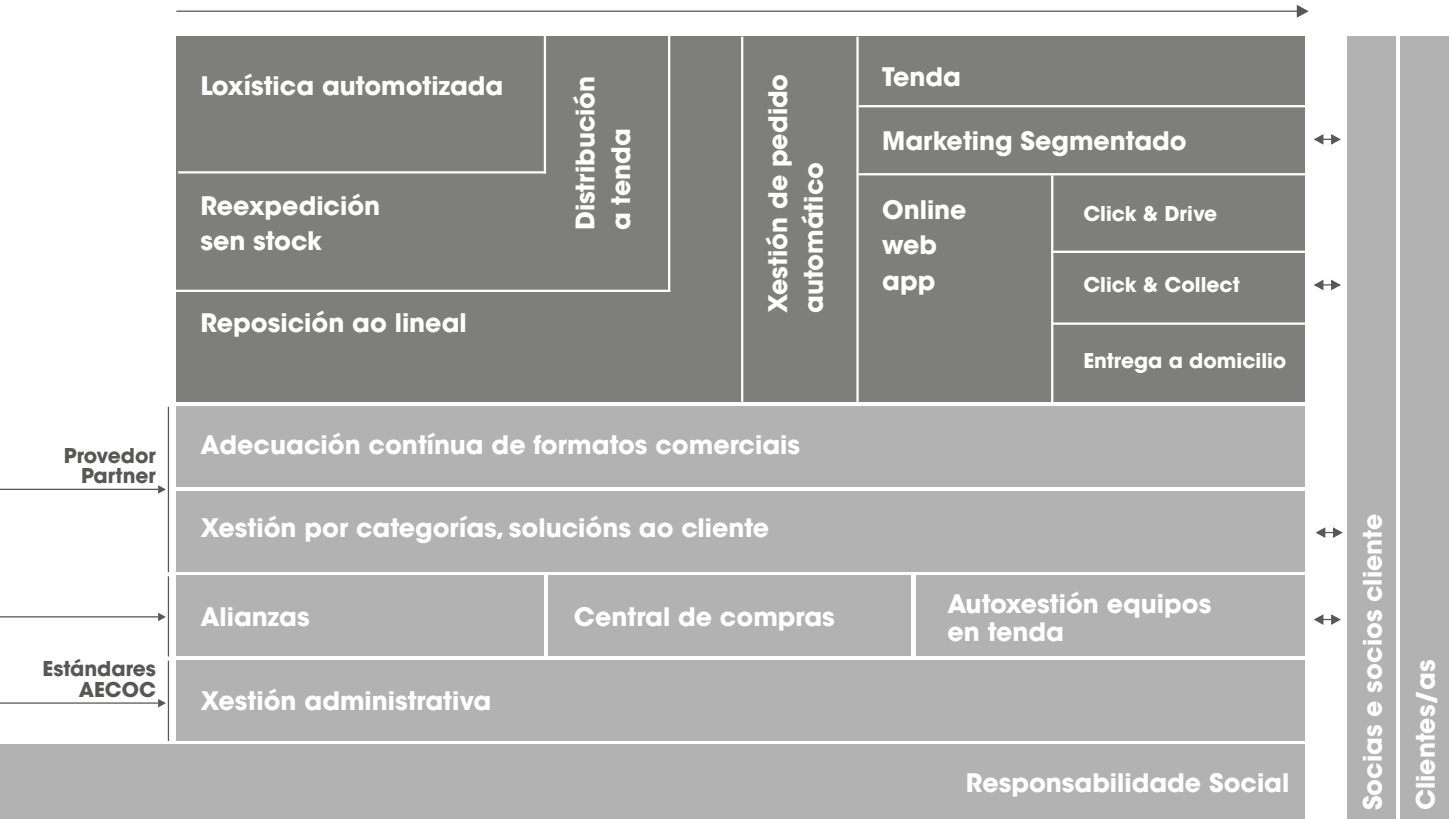
**Prezos** máis axeitados e competitivos grazas ás alianzas comerciais e á xestión de múltiples promocións e ofertas personalizadas.



**Diversidade** do noso tecido produtivo agroalimentario, impulsando os pequenos produtores locais.












### EROSKI



## As nosas Marcas

Durante o ano 2018, a nosa marca propia cumpriu 41 anos. Desde o seu nacemento, os produtos da marca EROSKI medraron ata converterse nun máis da familia, por iso seguimos traballando para ofrecer cada vez máis produtos e de maior calidade que axuden a aforrar. No último ano revisamos o deseño do envase de EROSKI Basic e reposicionamos a nosa marca de produtos frescos EROSKI Natur baixo a promesa "Sabor responsable",

como expresión do compromiso de EROSKI (compromiso n.º 5) coa nosa contorna a través dun consumo responsable de produtos frescos e saborosos con garantía de orixe e rastrexabilidade do proceso, entre outros avances. No total, incorporamos 201 produtos á nosa gama de marca propia.

	Nº referencias marcas propias	2018	2017	
	EROSKI SeleQtia	199	196	O mellor do mellor. Produtos testados polo Basque Culinary Center.
	EROSKI	2.798	2.752	Ampla gama de produtos, todo o que precisas, coa mellor relación calidade/prezo garantida.
	EROSKI Sannia	132	141	Produtos nutricionalmente equilibrados e mellorados con respecto ao seu igual ou á media do mercado, cun 25 % menos de sal, un 30 % menos de graxa e de azucres ou un 30 % menos de graxas saturadas. Tamén ricos en fibra, Omega 3 e fitoesteróis, con todo o sabor e ao mellor prezo.
	EROSKI Natur	398	369	Produtos frescos con todo o sabor, total rastrexabilidade e calidade controlada, das mellores orixes e no seu mellor momento.
	Belle	449	426	Produtos de cosmética, hixiene e coidado persoal sen parabenos nin triclosán, dermatoloxicamente probados e ao mellor prezo.
	EROSKI Basic	362	342	Produto de consumo ordinario, para todos os días, con todas as garantías de calidade de EROSKI ao prezo máis baixo.
	Visto Bueno	2.126	1.739	Roupa e calzado con deseños propios e a mellor relación calidade/prezo.
	Romester	408	489	Roupa e equipamento deportivo con deseños propios e coa mellor relación calidade/prezo.
	Ecron	403	53	Aparatos electrónicos e electrodomésticos con diferentes niveis de funcionalidade e a mellor relación calidade/prezo.

## Nosos provedores 102-9; 102-10; 204-1

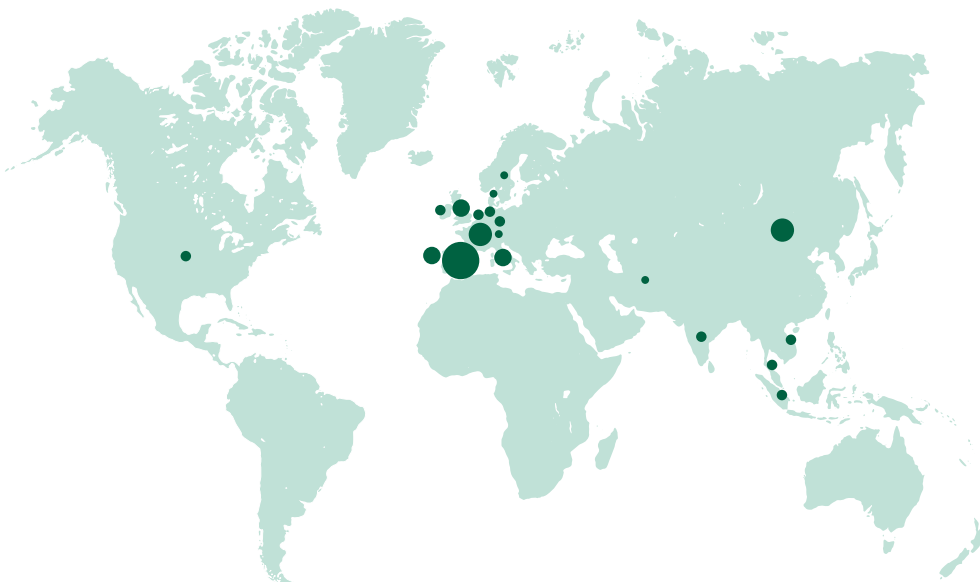
**N**unha actividade como a distribución comercial, na que o prezo e a rapidez na dispoñibilidade dos produtos se converteu nun valor cada vez máis apreciado polos consumidores, a proximidade cos provedores, tanto xeográfica como á hora de abordar iniciativas conxuntas, converteuse nun elemento crítico.

En EROSKI traballamos con máis de 11.000 empresas provedoras comerciais e de servizos, coas que en 2018 realizamos transaccións económicas por un importe superior aos 4.000 millóns de euros. Isto tradúcese na comercialización de máis de 107.000 artigos diferentes no último exercicio. O noso compromiso co tecido produtivo nacional materialízase en que o 98 % do gasto en provedores corresponde a empresas situadas no territorio

español. Ademais, tratamos de impulsar o consumo de proximidade colaborando con provedores locais e rexionais, que supoñen máis do 50 % da nosa cadea de subministración comercial en España.

Neste plan estratéxico desenvolvemos un Plan Xeral de Colaboración con Provedores que abrangue todos os ámbitos da nosa organización e que está aliñado, na súa totalidade, cos 10 compromisos de saúde e sostibilidade. Este plan desenvólvese a través de tres eixes, que son o CLIENTE (poñemos énfase nas necesidades dos nosos consumidores), a SAÚDE (é unha das principais pancas do noso plan estratéxico) e a EFICIENCIA (apostaremos de xeito claro pola parte lóxística).

### Número de provedores comerciais e servizos por país



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

	2018
Bélxica	12
Bangladesh	11
Dinamarca	10
Noruega	9
Andorra	6
Vietnam	5
Paquistán	4
Suíza	4
Grecia	2
Luxemburgo	2

	2018
Polonia	2
Tailandia	2
Taiwán	2
Chipre	1
Corea do Sur	1
India	1
Indonesia	1
Israel	1
Singapur	1
Suecia	1

En 2018 non se produciron cambios significativos na cadea de subministro. Véxase a táboa 21 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

**Total empresas provedoras:**  
**11.405**

## AGECORE, a maior central de negociación europea

**N**un contorno altamente competitivo, no que os mercados de materias primas son globais e no que as grandes marcas líderes teñen escala mundial, en EROSKI reforzamos as nosas alianzas no mercado internacional. Son elementos determinantes que sustentan o noso posicionamento competitivo e que permiten ofrecer novas posibilidades de aforro aos consumidores.

A central AGECORE constitúe a maior alianza europea de compras, formada por EROSKI e os Grupos ITM (Francia), EDEKA (Alemaña), COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza). Ademais de ser empresas independentes, comparten unha visión estratéxica a longo prazo. O seu obxectivo é ofrecer os consumidores europeos unha gama de produtos máis ampla para unha maior liberdade de elección e uns mellores prezos, á vez que amplía as oportunidades de negocio para as nosas empresas proveedoras.

A facturación global de AGECORE acada os 140.000 millóns de euros e a súa actividade comercial desenvólvese en 8 países europeos (Alemaña, Bélxica, España, Francia, Italia, Suíza, Polonia e Portugal). A alianza constitúe tamén un punto de encontro dos aliados para a busca de sinerxías a través do intercambio de coñecemento en ámbitos como o consumo sostible, a xestión da calidade, os formatos de tenda e os programas de colaboración con pequenos produtores locais.

## Responsabilidade social dos nosos provedores 414-1

**A**sostibilidade, entendida como o balance nos aspectos económicos, sociais e ambientais, tamén é fundamental na selección das empresas que conforman a nosa cadea de subministración. Así, esiximos ás nosas empresas proveedoras que manteñan unha xestión responsable dos seus traballadores e potenciamos a aqueles que implantan sistemas de xestión ambiental nas súas empresas.



## Comercio xusto

**E**ROSKI foi a primeira empresa de distribución de España en incorporar produtos de comercio xusto na súa oferta comercial e foi recoñecida por Fairtrade International como operador lexitimado para a importación e distribución destes produtos coa súa propia marca comercial. A gama de produtos de comercio xusto que comercializamos está formada por café, cacao, té e azucre, ademais de distintos produtos téxtiles certificados.

Os produtos Fairtrade International contan coa certificación da súa cadea de subministración, desde o produto ata aos consumidores finais, o que garante o cumprimento dos criterios sociais, económicos e ambientais do comercio xusto: salarios para unha vida digna, non á explotación infantil, igualdade entre homes e mulleres, dereitos laborais e respecto do medio ambiente.

## Responsabilidade social

**C**omo se detalla no capítulo dedicado aos traballadores, todas as nosas empresas provedoras están sometidas aos requisitos internacionais de responsabilidade social no traballo. Deste xeito, en EROSKI condicionamos a relación comercial con elas ao cumprimento, pola súa parte, dos dereitos humanos e laborais. Ademais, contamos cun regulamento interno que promove medidas para previr calquera tipo de actividade corrupta na xestión de empresas provedoras e contratadas.



Grazas ás nosas plataformas avanzadas, conseguimos automatizar gran parte da distribución, coma no caso de Elorrio (Biscaia) e Zaragoza, ou a automatización dos procesos de preparación de pedidos de froita e verdura en Mallorca.

## Loxística eficiente

**P**ara dar cobertura e servizo aos máis de 1.600 establecementos do Grupo EROSKI, dispomos dunha rede loxística composta por 23 plataformas, aínda que en total os nosos camións transitan por unhas 40 plataformas loxísticas, entre as que se inclúen outras que pertencen a empresas externas. En total, supoñen máis de 360.000 m<sup>2</sup> de superficie, desde os que distribuímos ata un millón de caixas diariamente. Buscamos construír a cadea de valor máis eficiente a partires da máxima satisfacción dos nosos clientes, motivo polo que seguimos innovando en todos os elos da cadea de subministro e na xestión loxística. Deste xeito, grazas ás nosas plataformas avanzadas, conseguimos automatizar gran parte da distribución, coma no caso de Elorrio (Biscaia) e Zaragoza, ou a automatización dos procesos de preparación de pedidos de froita e verdura en Mallorca.

Co obxecto de seguir a optimizar os procesos da nosa cadea de subministro e en liña tamén coa proposta do modelo comercial "contigo", durante 2018 traballamos en mellorar a frescura dos nosos produtos: queremos que os nosos consumidores recoñezan a EROSKI como unha das cadeas de subministro cun produto fresco de maior calidade. Ademais, estamos a traballar cos provedores locais para poder dispor, nas nosas tendas, de produtos frescos de produtores da zona. Isto fixo que tivéssemos que volver a deseñar as actuais rutas de transporte e definir os novos fluxos orientados a este novo modelo de servizo.

Outras liñas de actuación destacadas na mellora da eficiencia loxística foron o establecemento dun novo sistema de aprovisionamento que permite reducir o stock e o tirado e a automatización do produto de baixa rotación na plataforma de Sigüeiro.





## Reestructuración do noso mapa de plataformas

**S**eguimos centrados en reestructurar o mapa de plataformas das zonas nas que se concentra a maior parte do noso negocio. Vanse crear novas instalacións, modernas e eficientes, que nos permitirán atender as posibles futuras demandas dos nosos clientes (aperturas, crecementos de gama, servizo ao unitario, comercio electrónico, máis produto local, etc.). En concreto, consideramos que temos que actuar en dúas rexións, a curto e a medio prazo. Por unha banda, imos reestructurar o mapa de plataformas de frescos da zona norte e, por outra, achamos necesario volver deseñar o mapa de plataformas de

Cataluña. Unha das pedras angulares sobre as que se sustenta a transformación da rede loxística de CAPRABO é a construción dunha nova plataforma de distribución de produto fresco en El Prat de Llobregat (Barcelona). Cunha superficie próxima aos 24.000 m<sup>2</sup> e un investimento estimado de 20 millóns de euros, o proxecto, que iniciou a súa andadura en 2018, estará en pleno rendemento no ano 2020. Esta nova plataforma estará enmarcada no plan integral de competitividade de CAPRABO.



## Proxecto de colaboración con empresas provedoras

A filosofía e a base do proxecto de colaboración coas empresas provedoras mantense, xa que estamos convencidos das fortalezas e dos beneficios demostrados desde o seu inicio en 2014. Seguimos traballando nos elementos que definimos no seu día e centramos os nosos esforzos naqueles aspectos que maior beneficio mutuo

pode achegar a relación empresa provedora-EROSKI. Por este motivo, durante o Plan Estratéxico 2017-2020 centramos os proxectos nun destes tres eidos: eficiencia, demanda colaborativa e colaboración. Durante 2018, algúns dos avances no plan de colaboración foron:

### Avances no Proyecto EDI,

para incrementar a eficiencia das nosas plataformas e diminuír as incidencias de facturación. EDI é un sistema que permite o intercambio de documentos normalizados entre os sistemas informáticos dos que participan nunha relación comercial: empresas fabricantes e distribuidoras.

### Extensión da grella en refrixerado:

tanto en Madrid como en Zaragoza.

Automatización da ferramenta de **Pedido Eficiente**.

Seguimos traballando internamente para a extensión a máis provedores das **recollidas en orixe**, tanto en provedores de marca propia como de marca fabricante e en todos os negocios.

Revisión dos **criterios de vida útil**, naqueles casos que garantan os requirimentos esixidos polos nosos consumidores.

**Mellora nas preparacións** do fluxo **crossdocking** (sen stock) na nosa plataforma de Ciempozuelos.

### Revisión do proceso de recepción

na plataforma, para mellorar a nosa eficiencia nas descargas e os tempos de espera dos nosos provedores.



## Encontros con empresas provedoras

Como unha panca máis dentro do eixe de colaboración, seguimos mantendo foros coas nosas empresas provedoras, nos que partillamos a evolución dos principais indicadores clave, a situación dos proxectos conxuntos e os novos proxectos. Por iso, en maio de 2018 organizamos

un encontro cos nosos provedores para presentarlles o noso Plan Estratéxico 2017-2020, así coma os principais proxectos loxísticos que temos en marcha para estes próximos catro anos.