



2

Rede e modelo comercial "contigo"

Compromiso cos nosos clientes

Os nosos negocios e enseñas

102-2; 102-4; 102-6; 102-7

A vontade de EROSKI de avanzar no desenvolvemento do negocio cara a un modelo de empresa multiformato permitiu á organización contar cunha rede comercial de 1.353 establecementos vinculados á alimentación, ademais de dispor de 291 establecementos de negocios diversificados entre axencias de viaxes, gasolineras, tendas deportivas, ópticas e seguros e 8 tendas *online*.

Destas, 1.115 tendas son propias do Grupo EROSKI, atópanse en España, dan servizo a todo tipo de clientes e están xestionadas por 30.048 traballadores. Ademais, contamos con 521 tendas franquiciadas con presenza tamén noutros dous países: Andorra e Reino Unido (Xibraltar). Nas dúas últimas décadas, cabe destacar así mesmo o noso desenvolvemento na Internet a través de diferentes tendas en liña. No capítulo sobre transparencia inclúese unha relación dos nosos negocios coas sociedades do Grupo EROSKI.



Viajes EROSKI conta cunha rede comercial de 162 axencias, incluíndo Viatges Caprabo, en Cataluña, ademais das súas oficinas en liña www.viajeseroski.es e www.viatgescaprabo.com. Alén da súa actividade no sector vacacional, destacan o seu servizo de atención exclusiva á empresa nas principais cidades -Madrid e Barcelona entre elas e a súa división especializada na organización de convencións e congresos, Travel Aire Events. Travel Air forma parte da GEBTA (Guild European Business Travel Agents) e da ITP (Internacional Travel Partnership).



FORUM SPORT da emprego a 897 persoas. Este negocio pecha o exercicio cun total de 66 tendas de material deportivo. A súa rede comercial inclúe 13 tendas especializadas en sneakers e roupa para mozos, da marca Dooers.



EROSKI pechou 2018 con 50 **gasolineras** situadas estratéxicamente xunto aos seus hipermercados e supermercados. As gasolineras EROSKI manteñen a política da cooperativa de trasladar aos seus clientes os mellores prezos, facilidades de pago e descontos, de maneira que estes poidan encher o depósito nas mellores condicións posibles.



EROSKI dispón dunha cadea de 13 **centros ópticos** cos mellores profesionais, produtos, servizos e garantías. Nas súas ópticas ofrece unha variada gama de produtos de calidade e deseño: lentes graduados e de sol, lentes de contacto, líquidos e accesorios, etc. O mellor produto propio, as primeiras marcas do mercado e as últimas tendencias en exclusiva, con múltiples vantaxes.

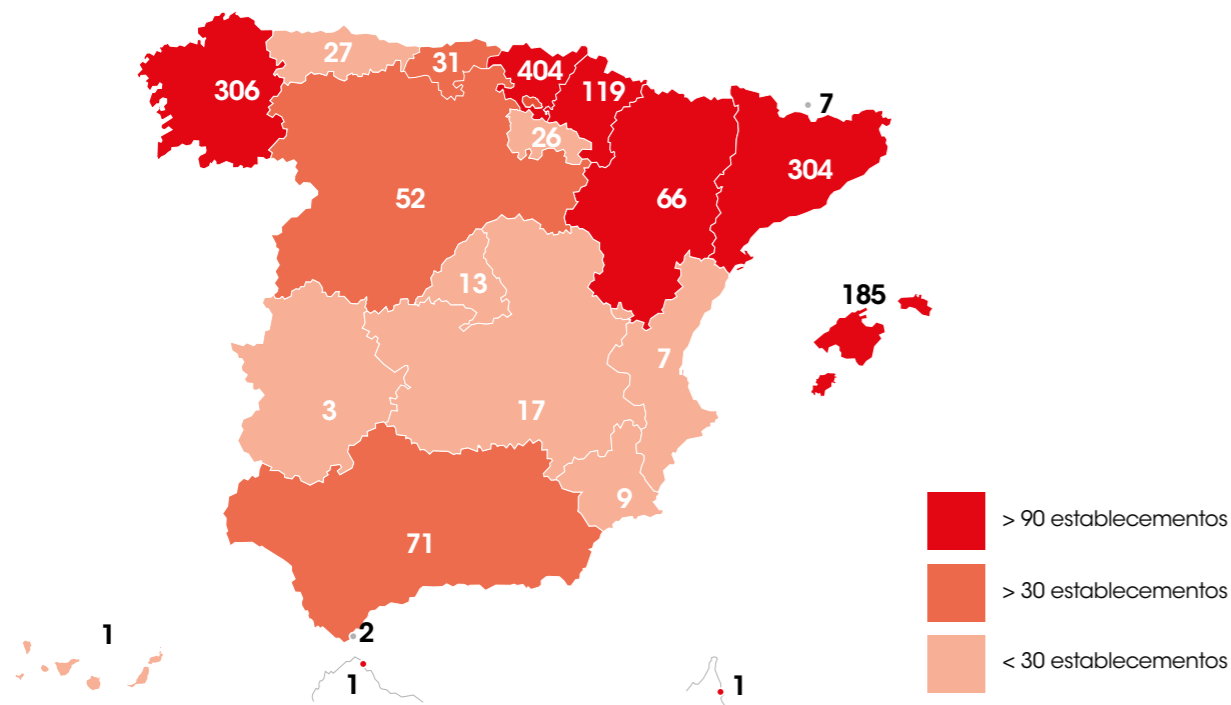
Propias	Total tendas GRUPO EROSKI	Franquías
1.131	1.652	521
	Hipermercados	
54	56	2
	Supermercados	
783	1.278	495
	Cash&Carry	
19	19	-
	Gasolineras	
49	50	1
	Ópticas	
13	13	-
	Axencias de viaxe	
140	162	22
	Tendas FORUM SPORT	
65	66	1
	Tendas online	
8	8	-

Véxase a táboa 2 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Propias	Total Supermercados GRUPO EROSKI	Franquías
783	1.278	495
	EROSKI city	
279	515	236
	CAPRABO	
256	318	62
	EROSKI center	
162	164	-
	Aliprox	
-	122	122
	Familia	
78	78	-
	Onda	
-	64	64
	Rapid	
-	9	9
	Merca	
8	8	-

Véxase a táboa 3 do anexo de indicadores para comparativa con anos anteriores.

Distribución por comunidade autónoma e negocio dos establecementos*



	Establecementos propios							Establecementos franquiciados					Total		
	Negocios alimentación		Negocios diversificados					Negocios alimentación		Negocios diversificados					
	Hipermercados	Supermercados	Cash & Carry	Gasolineras	Ópticas	Axencias de viaxes	Lece - Deporte	Total propios	Hipermercados	Supermercados	Gasolineras	Axencias de viaxes	Ocio - Deporte	Total franquiciados	
Andalucía	9			5	1	1		16	54			1		55	71
Andorra								0	7					7	7
Aragón		36		2		5	2	45	21					21	66
Asturias	1	10	1	2		5	7	26	1					1	27
Cantabria	1	8		1		5	4	19	9			3		12	31
Castela e León	1	21		1		9	12	44	6			1	1	8	52
Castela-A Mancha	5			4	2	2		13	4					4	17
Cataluña	1	239		1		3	1	245	59					59	304
Ceuta								0	1					1	1
Comunidade Valenciana	3			1		1	2	7	1		1			2	9
Estremadura						1		1	2					2	3
Galicia	5	149	18	3		5	2	182	122			2		124	306
Xibraltar								0	2					2	2
Illas Baleares		108		3				111	74					74	185
Illas Canarias	1							1						0	1
La Ríoxa	1	10		1		7	3	22	4					4	26
Madrid						4		4	9					9	13
Melilla								0	1					1	1
Murcia	3			2			1	6				1		1	7
Navarra	2	55		4	1	14	6	82	27			2		29	111
País Vasco	21	147		19	9	78	25	299	93			12		105	404
Total	54	783	19	49	13	140	65	1.123	2	495	1	22	1	529	1.644

** Lece-deporte inclúe FORUM SPORT e Dooers.
* Axencias de viaxe só inclúe negocio vacacional.

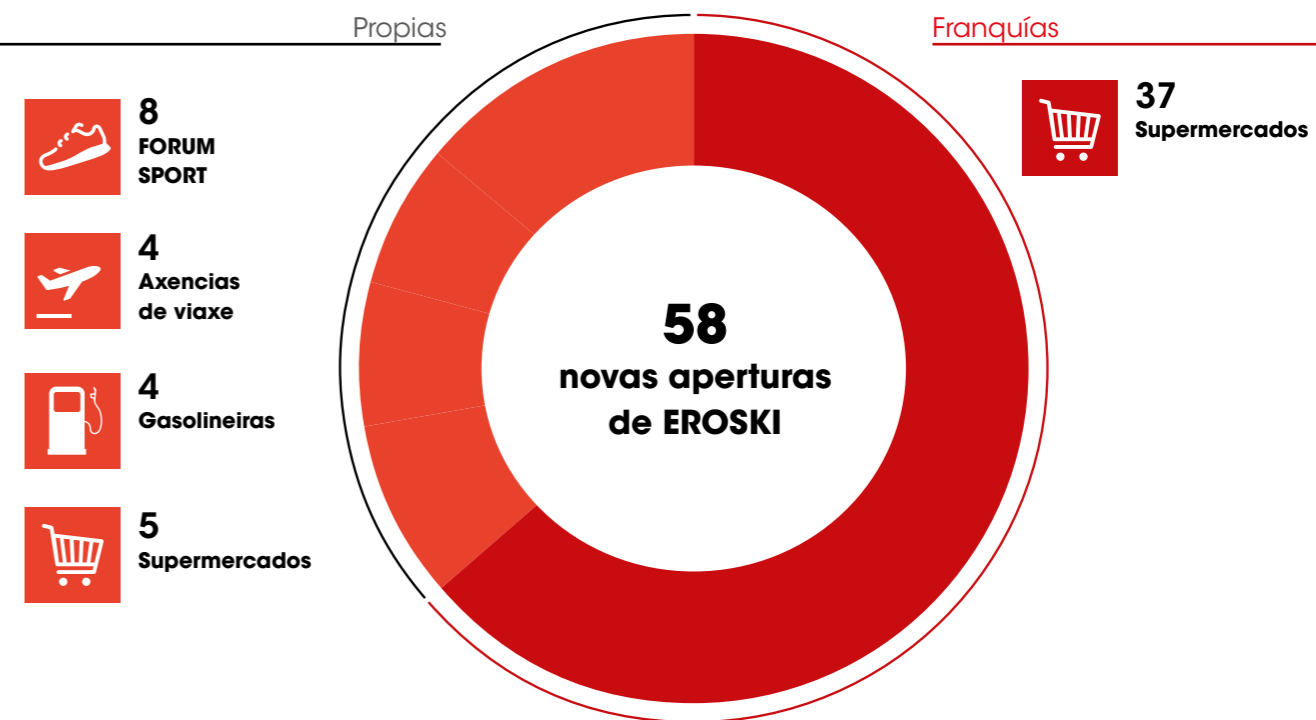
Véxase a táboa 4 en anexo para comparativa con anos anteriores.

Novidades 102-10

En 2018 seguimos avanzando na transformación de supermercados e hipermercados ao modelo "contigo". Ademais, engadimos á nosa rede 5 novos supermercados propios e 37 establecementos franquiciados. Por outra banda, o negocio de telefonía móbil EROSKI Móvil traspasouse a Vodafone e se puxo fin á colaboración entre Grupo EROSKI e Grupo DIA para a negociación de marcas propias e de fabricante, sen que isto afectase a proposta comercial de EROSKI:

Ademais, Viajes EROSKI asinou un acordo de colaboración para incorporar a oferta de Viajes EROSKI ao programa Gazte-Txartela. Froito deste acordo, Viajes EROSKI ofrecerá vantaxes aos usuarios de Gazte-Txartela, entre outros, deseñando plans de viaxe exclusivos para eles, con substanciais vantaxes económicas.

Travel Air, a división empresarial de EROSKI Viajes, gañou o premio do xurado do Club Xestión Avanzada de EUSKALIT á xestión do crecemento.



Estendemos a nosa rede de franquías

EROSKI segue a impulsar un plan de expansión de tendas franquiciadas coa apertura de 37 novos establecementos franquiciados en 2018 e a transformación de 15 tendas máis. As 52 inauguracións, que supuxeron un investimento de 7,6 millón de euros, xeraron 308 postos de traballo.

Tamén cabe destacar que, en CAPRABO, o negocio de franquías creceu un 20 % en 2018, cun total de 62 supermercados franquiciados.

Xunto coa transformación emprendida na rede de tendas, estas aperturas representan un forte pulo para a expansión do modelo

comercial "contigo", que define a nova xeración de tendas EROSKI e guía todas a aperturas de franquías da enseña.

As tendas franquiciadas van dende os 200 m2 ata os 5.000 m2 e inclúen novos modelos, como o da tenda de conveniencia RAPID, que está a estenderse en Cataluña e Baleares.

O noso modelo comercial "contigo"

O noso modelo comercial "contigo" busca ofrecer sempre un plus de calidade e servizo aos nosos clientes, e sitúa a saúde e a sostibilidade no centro da nosa estratexia, tal e como recollen os nosos compromisos. O modelo comercial "contigo" distínguese pola súa especialización en frescos, unha ampla gama de produtos que permiten unha maior liberdade de elección e unha sólida aposta polos produtos locais.

Grazas a isto, evolucionamos para avanzar na relación cos socios cliente, ofrecer unha proposta comercial máis atractiva e unhas tendas máis eficientes e de última xeración. Na tenda "contigo" non se trata só dunha transformación física, senón sobre todo dun gran cambio cultural na nosa organización, que pasa por situar aos consumidores no centro de gravidade.



Unha nova xeración de tendas

En EROSKI temos o reto de transformar de xeito integral a rede comercial do noso grupo cooperativo durante os próximos anos, integrando o modelo comercial "contigo" en todos os supermercados e hipermercados. Proba deste avance foi a remodelación de máis de 45 supermercados durante 2018.

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

Impulsamos o aforro

Uno dos nosos compromisos é que os nosos clientes poidan acceder a unha alimentación equilibrada e sostible a bo prezo. De feito, a nosa misión foi sempre, dende os nosos inicios, ofrecer produtos nas mellores condicións de prezo, calidade e servizo. Así, centrándose na competitividade e o aforro, en 2018 EROSKI levou a cabo máis de 253 campañas de gran aforro tales como

"Regalámosche o IVE" ou "O 25 % da túa compra gratis", e baixou o prezo de máis de mil produtos nos supermercados e hipermercados da rede comercial. As abondosas ofertas personalizadas, campañas e promocións do ano supuxeron un aforro transferido as familias de máis de 302 millóns de euros.

EROSKI Club: Comprometidos cos nosos Socios Cliente

O lanzamento de EROSKI Club fortaleceu a relación co cliente, de xeito notorio, e revitalizou a figura do socio consumidor da cooperativa, situando ao socio cliente no centro das decisións. Os máis de seis millóns de titulares das tarxetas EROSKI, CAPRABO e FORUM SPORT sitúanse no centro da nosa estratexia comercial, pois xeran, de media, máis do 70 % da vendas.

Os consumidores reciben propostas de aforro cada vez máis personalizadas, adaptadas a cada perfil de socio/a cliente e á evolución dos seus hábitos de consumo. EROSKI Club vela por unha oferta de aforro relevante, sen que isto mingüe en absoluto a calidade dos alimentos frescos, o compromiso cos produtos locais ou a amplitude da variedade para unha maior liberdade de elección.

En 2018, EROSKI lanzou un programa pioneiro de aforro fixo e universal do 4 % en todas as compras realizadas polos titulares da nova **tarxeta Ouro de EROSKI Club** na súa rede de establecementos, incluídas as compras de combustible na súa rede de gasoleneiras. Un aforro do

que os socios cliente gozan como saldo dispoñible na súa tarxeta EROSKI Club para as súas seguintes compras. O lanzamento foi un éxito, xa que se adheriron máis de 142.000 socios clientes e 53 empresas, que engloban a 3.555 traballadores e que xa son "socios ouro empresa".

Cumpríuse tamén un ano do lanzamento da nosa nova tarxeta de crédito EROSKI Club en colaboración con Mastercard e Santander Consumer Finance, con máis de 243.000 clientes. A súa condición de multitarxeta permite unificar as vantaxes do programa EROSKI Club e a función de tarxeta de crédito, así coma ofrecer a devolución do 1 % do importe das compras pagadas fóra de EROSKI ingresando ese diñeiro na súa tarxeta EROSKI Club asociada. De feito, en xuño de 2018 lanzamos a nova plataforma "Máis promocións" na web e na aplicación EROSKI -con máis de 60 marcas de restauración, moda, calzado, lecer- que ofrece interesantes descontos os nosos clientes. Con isto, a cooperativa transferiu aos titulares da **tarxeta EROSKI Club Mastercard** un aforro total de case 2,5 millóns de euros.

En 2018, remodelamos máis de 45 supermercados adaptándoos ao modelo comercial "contigo".

Avanzamos na omnicanalidade

EROSKI avanza nunha proposta omnicanal que busca atender o cliente onde, como e cando queira, a través de distintos formatos de tenda e distintas canles dixitais, poñendo ao seu alcance ferramentas que derruban as tradicionais barreiras entre a canle en liña e fóra de liña. Proba de isto é a actualización da App EROSKI para que os usuarios poidan seguir gozando das súas funcionalidades de xeito máis cómodo. Por exemplo, dende xuño de 2018, os titulares da EROSKI Club Mastercard poden pagar todas as súas compras co móbil grazas a EROSKI Club Pay, unha nova función cómoda, segura e sinxela que mellora a experiencia para o cliente máis dixital. Outra novidade de 2018 foi a posta en marcha, no Nadal, da primeira experiencia de realidade aumentada integrada na nosa aplicación de EROSKI Club, que se usou máis de 17.000 veces. Deste xeito, ofrecemos os nosos clientes novas experiencias interactivas en tres dimensións, que facilitan a nosa relación con eles e fomentan a súa dixitalización.

Tamén contamos cun supermercado en liña que ofrece unha experiencia de usuario máis rápida e eficiente. Ademais, ofrece modelos de recollida como o "Click&drive" e o "Click&collect", que permiten os consumidores facer os seus pedidos en calquera momento a través do noso supermercado en liña e recollelos no mesmo día, co seu vehículo ou a pé de camiño a casa. Froito da nosa implicación, e por segundo ano consecutivo, recibemos o recoñecemento de **Mellor Supermercado en Liña do Ano**, segundo os Premios Comercio.

En 2018, tamén avanzamos en FORUM SPORT no concepto innovador de tenda omnicanal. Este novo modelo materializouse coa apertura en Vitoria dun novo modelo de tenda FORUM SPORT, que ofrece unha experiencia de compra omnicanle na que se establece co cliente unha comunicación coherente e se poñen ao seu alcance todas as canles que este decida empregar para interactuar co produto, o que lle permite ir alén da simple adquisición de produtos.

Atención personalizada e de calidade

Para EROSKI, no modelo "contigo" a relación co cliente é unha prioridade; unha relación que se converteu nun sinal de identidade diferencial do modelo. Desde EROSKI, apostamos por unha proposta comercial máis centrada no consumidor, que dá prioridade á experiencia de compra e nos distingue pola nosa especialización en frescos, cunha mellora dos nosos servizos de venda

asistida no mostrador nas seccións de frescos. Neste sentido, a capacitación profesional das persoas e a formación permanente son os nosos alicerces para afondar na diferenciación como especialistas en frescos: en 2018 dedicáronse máis de 57.000 horas de formación nas escolas de frescos.

Escoita activa aos nosos clientes

102-21

Atención personalizada ao cliente é un dos puntos fortes da transformación de EROSKI dentro do modelo comercial "contigo" que a cooperativa está estendendo na súa rede comercial, que permite mellorar día a día e adaptarse con máis eficiencia ás necesidades reais dos clientes. Ademais, a escoita continua é parte do noso compromiso n.º 8 pola saúde e a sostiabilidade.

En 2018, o noso Servizo de Atención ao Cliente atendeu a 413.499 persoas, cun índice de resolución de reclamacións do 100 %, o 95,3 % no primeiro contacto. Cumprimos co noso compromiso de responder a todas as dúbidas, suxestións e reclamacións de forma inmediata e, se requirimos dalgunha xestión para facelo, nun prazo máximo de 24 horas.

A consultora Sotto Tempo Advertising organiza uns premios que os propios consumidores participantes na elección concederon a EROSKI como a empresa de gran distribución con mellor atención ao cliente aos seus socios do club de fidelización.

O Servizo de Atención ao Cliente de EROSKI atende aos consumidores en castelán, éuscaro, catalán e galego, está dispoñible por teléfono, correo electrónico e na páxina web www.EROSKI.es, así coma nas outras páxinas web para distintos negocios e sociedades do Grupo, ademais de nas redes sociais.

En 2018 xeramos máis de 2,5 millóns de interaccións cos usuarios e máis de 93 millóns de impresións.



Twitter
54.407
seguidores



Facebook
215.562
seguidores



Instagram
14.364
seguidores



LinkedIn
18.661
seguidores

Con obxecto de ter en conta as inquietudes dos diferentes colectivos e manter o noso compromiso de transparencia, tratamos de manter tamén canles adicionais con todos eles. Deste xeito, en 2018 abordamos decenas de iniciativas de escoita activa coa participación de máis de 13.000 persoas, nas que recadamos as súas opinións, suxestións e recomendacións para mellorar a nosa oferta comercial e as nosas tendas.

Ademais, en EROSKI contamos con 21 comités consumidores que estruturan a participación dos seus socios clientes, que debaten, toman posición e definen directrices para a mellora das tendas de nova xeración.

Protección de datos en EROSKI

Consideramos os datos de carácter persoal dos nosos clientes como un dos activos máis críticos que debemos protexer. Por iso, contamos cun sistema de xestión de protección de datos baseado na mellora continua e que conta cunha metodoloxía propia. Vixiamos o seu

cumprimento desde a análise e a xestión do risco de forma coordinada en toda a organización. Proba disto é que non tivemos ningunha fuga de datos nin reclamación de clientes.

