



2

Rede
comercial
e modelo
"contigo"

Compromiso
cos nosos
clientes

Os nosos negocios e enseñas

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



Avontade de EROSKI de avanzar no desenvolvemento do negocio cara a un modelo de empresa multiformato permitiu que a organización conte cunha rede comercial de 1.348 establecementos vinculados á alimentación, ademais de dispor de 289 establecementos de negocios diversificados entre axencias de viaxes, gasoleiras, tendas deportivas, ópticas e seguros.

Destas, 1.088 tendas son propias do Grupo EROSKI, están situadas en España, onde dan servizo a todo tipo de clientes, e son xestionadas por 28.939 traballadores e traballadoras. Ademais, contamos con 549 tendas franquia-

das con presenza fóra das nosas fronteiras: Andorra e Xibraltar (pertencente ao Reino Unido). Nas últimas dúas décadas, tamén é salientable o noso desenvolvemento en internet a través de oito tendas *online* diferentes. No capítulo 8 sobre Transparencia inclúese unha relación dos nosos negocios coas sociedades do Grupo EROSKI.

Varias entidades especializadas en zonas xeográficas e liñas de negocios concretos son consecuencia, no Grupo EROSKI, da nosa procura dunha maior calidade e excelencia nos produtos e servizos que ofrecemos. Entre elas destacan:



CAPRABO
É a empresa de supermercados máis antiga de España: celebrou o seu 60 aniversario en 2019 e forma parte do Grupo EROSKI desde 2007, cunha rede de supermercados que abarca zonas estratéxicas de Cataluña e Andorra.



VEGALSA-EROSKI
Forma parte do Grupo EROSKI desde 1998 e é o referente da distribución comercial en Galicia. Participada ao 50% pola familia Ventura González e EROSKI. Actualmente desenvolve tamén a súa actividade nas comunidades limítrofes de Asturias e Castela e León, onde conta cunha forte implantación e diferentes enseñas ademais de EROSKI, como Familia e Onda.



FORUM SPORT
Enseña de deportes do Grupo EROSKI, con 25 anos de experiencia na venda especializada de material deportivo e presente en 12 comunidades autónomas. A súa rede comercial inclúe varias tendas especializadas en *zapatillas deportivas* e roupa para mozos coa marca Dooers.



GASOLINEIRAS
EROSKI conta en 2019 con 42 gasoleiras, situadas estratéxicamente xunto aos seus hipermercados e supermercados. As gasoleiras EROSKI manteñen a política da cooperativa de trasladar aos seus clientes os mellores prezos, facilidades de pagamento e descontos.



Viajes EROSKI
Axencia de viaxes do Grupo EROSKI (incluíndo tamén Viatges Caprabo, en Cataluña, ademais das súas oficinas *online* www.viajeseroski.es e www.viatgescaprabo.com). Ademais da súa actividade no sector das vacacións, destacan o seu servizo de atención exclusiva ás empresas nas principais cidades (Madrid e Barcelona, entre elas), e unha división especializada na organización de convencións e congresos (Travel Air Events). Travel Air forma parte de GEBTA (Guild European Business Travel Agents) e ITP (International Travel Partnership).



ÓPTICAS
EROSKI dispón dunha cadea de 11 centros ópticos cos mellores profesionais, produtos, servizos e garantías. Nas súas ópticas ofrécese unha variada gama de produtos de calidade e deseño: lentes graduadas e de sol, lentes de contacto, líquidos e accesorios, etc.

Número de tendas do Grupo EROSKI e franquías por negocio

Total tendas Grupo EROSKI 1.645	Núm. de tendas do Grupo EROSKI e franquías por negocio			
	Negocio	Propias	Franquías	Total
	Hipermercados	46	1	47
	Supermercados	760	522	1.282
	Cash & Carry	19	-	19
	Gasoleiras	42	-	42
	Ópticas	11	-	11
	Axencias de viaxes	141	25	166
	Tendas de material deportivo FORUM SPORT	69	1	70
	Tendas <i>online</i>	8	-	8

Véxase a Táboa 2 do Anexo de Indicadores para comparativa con anos anteriores.

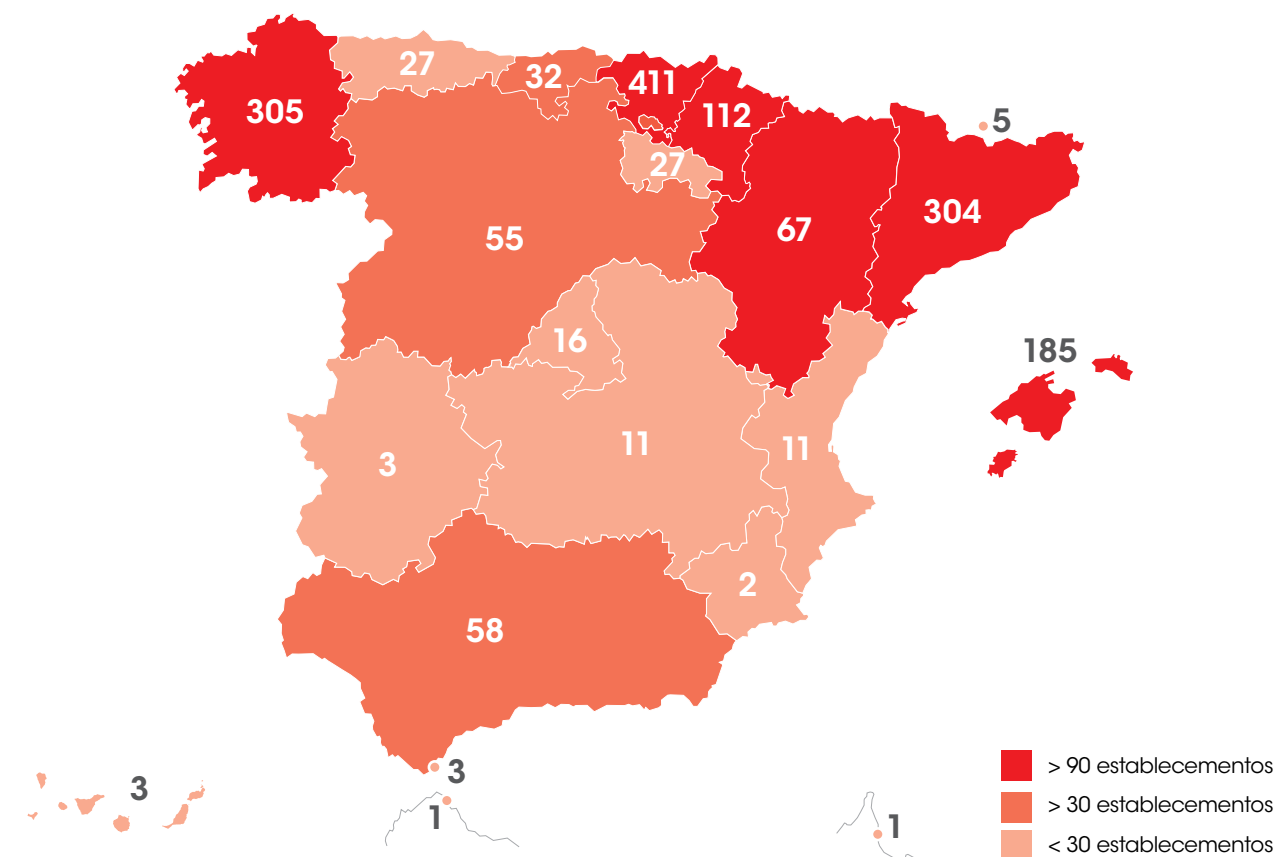
Número de supermercados do Grupo EROSKI e franquías por enseñas

Total supermercados Grupo EROSKI 1.282	Núm. de supermercados do Grupo EROSKI e franquías por enseñas			
	Enseña de supermercados	Propios	Franquías	Total
	EROSKI/City*	297	259	556
	CAPRABO	226	71	297
	EROSKI/Center	162	2	164
	ALIPROX	-	112	112
	FAMILIA	75	-	75
	ONDA	-	57	57
	RAPID	-	21	21

Véxase a Táboa 3 do Anexo de Indicadores para comparativa con anos anteriores.

* A cifra de EROSKI/City inclúe os establecementos MERCA, cuxa cifra en anos anteriores era presentada desagregada.

Distribución por comunidades autónomas e negocios dos establecimientos



	Establecimientos propios								Establecimientos franquiciados					
	Negocios alimentación				Negocios diversificados				Negocios alimentación			Negocios diversificados		
	Hipermercados	Supermercados	Cash & Carry	Gasolneiras	Ópticas	Axencias de viaxes	Lecer - Deporte*	Total propios	Hipermercados	Supermercados	Axencias de viaxes	Lecer - Deporte*	Total franquiciados	Total
Andalucía	5			1	1	1		8		49	1		50	58
Andorra								0		5			5	5
Aragón		36		1		5	2	44		23			23	67
Asturias	1	10	1	2		5	7	26		1			1	27
Cantabria	1	8		1		5	5	20		9	3		12	32
Castela e León	1	20		1		9	12	43		10	1	1	12	55
Castela A Mancha	3			2		2		7		4			4	11
Cataluña	1	224		2		3	1	231		73			73	304
Ceuta								0		1			1	1
Comunidade Valenciana	3			1		1	2	7		4			4	11
Estremadura						1		1		2			2	3
Galicia	5	145	18	4		5	2	179		122	4		126	305
Xibraltar								0		3			3	3
Illas Baleares		107		3				110		75			75	185
Illas Canarias	1							1					0	1
A Ríoxa	1	10		1		7	3	22		5			5	27
Madrid						4	1	5		11			11	16
Melilla								0	1				1	1
Murcia	1						1	2						2
Navarra	2	53		4	1	15	6	81		28	3		31	112
País Vasco	21	147		19	9	78	27	301		97	13		110	411
Total	46	760	19	42	11	141	71	1.090	1	522	25	1	549	1.637

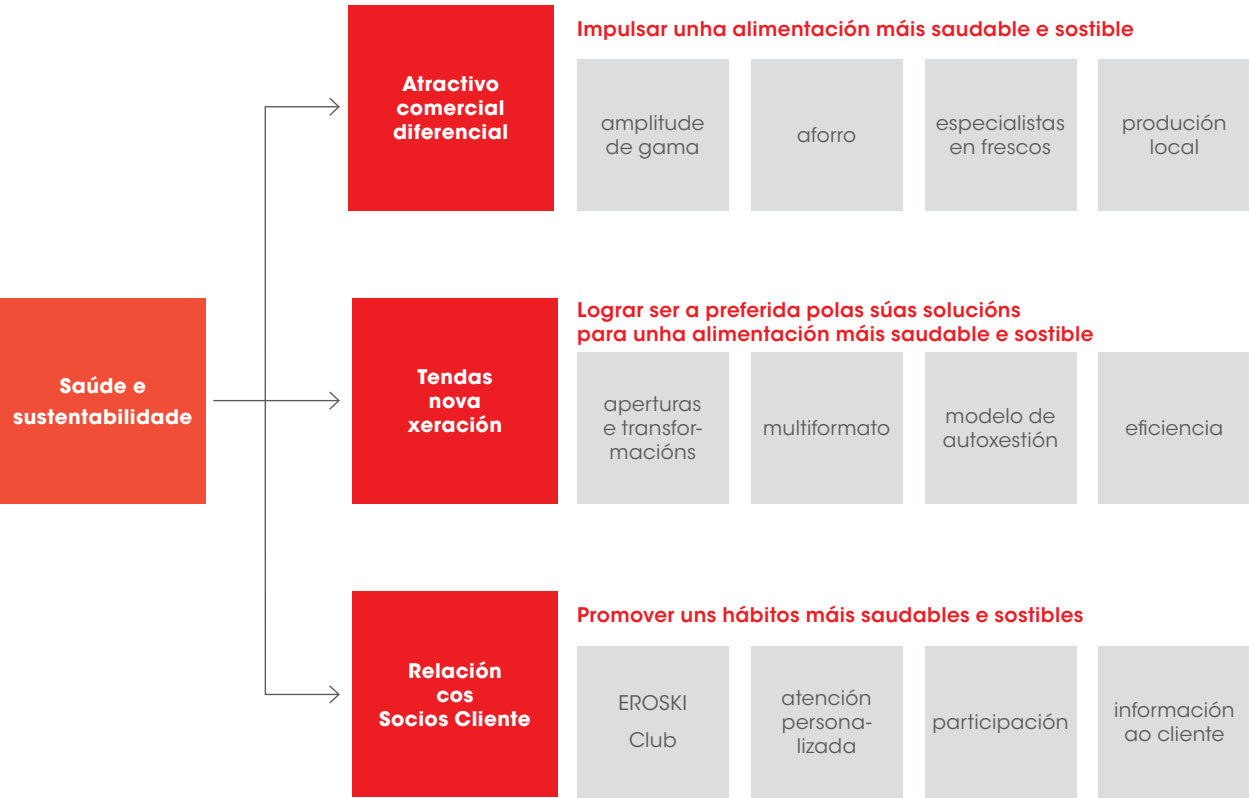
*Lecer-Deporte inclúe FORUM SPORT e Dooers. Véxase a Táboa 4 en Anexo para comparativa con anos anteriores.



O noso modelo comercial "contigo"

O noso modelo comercial "contigo" pretende ofrecer sempre un extra de calidade e servizo aos nosos clientes, que, xunto coa promoción da saúde e a sustentabilidade, sitúanse no centro da nosa estratexia, tal como recollen os nosos compromisos.

Eixes estratéxicos do noso modelo "contigo"



Atractivo comercial diferencial: calidade e aforro

O modelo comercial "contigo" distínguese pola súa especialización en frescos, unha ampla gama de produtos cunha maior liberdade de elección e unha sólida aposta polos produtos locais. Ademais, ofrecemos aos nosos clientes unha alimentación equilibrada, da máxima calidade e máis sostible,

mantendo sempre uns prezos competitivos que faciliten o aforro aos consumidores. Proba diso son as campañas de aforro (como "Regalámosche o IVE"), que supuxeron en total máis de 308 millóns de euros de aforro transferidos aos nosos clientes no pasado exercicio.

Tendas de nova xeración

Novidades 102-10

En 2019 continuamos avanzando na transformación de supermercados e hipermercados cara ao modelo comercial "contigo". Xa son máis de 830 tendas EROSKI as que foron transformadas, e destacan ademais as remodelacións en mercados fóra das zonas norte, centro e oeste, como Baleares, onde xa alcanza o 70% da súa rede, e o inicio da transformación de tendas tamén en Cataluña.

Ademais, complementamos as transformacións coa apertura de tendas propias e franquizadas que afianzan a nosa posición. Así, en 2019 seguimos impulsando un plan de expansión de tendas franquizadas coa inauguración de máis de medio centenar de novos establecementos, que supuxeron un investimento de 8,7 millóns de euros e xeraron 346 postos de traballo, e que se suman ás 17 novas tendas propias, entre gasoleneiras, tendas de lecer e deporte, supermercados e axencias de viaxes.

Avanzamos na omnicanalidade

EROSKI avanza nunha proposta omnicanle que pretende atender o cliente onde, como e cando queira a través de diferentes formatos de tenda e distintas canles dixitais, poñendo ao seu alcance ferramentas que derruban as barreiras tradicionais entre a canle *online* e a *offline* e melloran a experiencia de cliente. Para iso dispomos da app EROSKI, que en 2019 tivo como novidade destacada a posibilidade de incluír nela o ticket de compra dixital, unha función que axuda aos nosos clientes e ao medio ambiente. Tamén continuamos desenvolvendo a funcionalidade de realidade aumentada, coa incorporación de *Kenko*, unha mascota virtual que ensina aos nenos e nenas a levar unha alimentación máis saudable mediante xogos.

O noso supermercado *online* é outra ferramenta básica na nosa estratexia de dixitalización e omnicanalidade. En 2019 desenvolvemos novas funcionalidades nel, incluíndo un novo modelo de valoracións de produto con opinións verificadas, que permite aos nosos clientes identificar facilmente os seus produtos *favoritos*. Ofrece, ademais, distintas opcións de recollida, como o Click & Drive e o Click & Collect, que permiten aos consumidores e consumidoras realizar os seus pedidos en calquera momento a través da web ou da app e recollelos no mesmo día, co seu vehículo ou de camiño a casa. En 2019 incorporamos nun dos nosos hipermercados unha nova modalidade de entrega pioneira no País Vasco: os compartimentos intelixentes, que permiten a recollida do pedido en catro horas desde a súa realización. Froito da nosa implicación, fomos recoñecidos por terceiro ano consecutivo co Premio Comercio ao "mellor súper *online* do ano".

Dentro das melloras realizadas en 2019, destaca tamén a renovación da sección de téxtil e calzado en 35 hipermercados, acompañando o lanzamento do noso novo modelo de moda coa marca MO, dirixida a toda a familia.

Así mesmo, seguimos diversificando a nosa oferta buscando outras liñas de negocio. En 2019 inauguramos en varios hipermercados un novo espazo especializado en saúde, VITAE, que inclúe servizos especializados en parafarmacia, óptica e audición. Ademais, Viajes EROSKI lanzou en 2019 unha nova liña de negocio de renting de vehículos xunto a ALD Automotive, que está dispoñible de xeito multicanle tanto nas oficinas como a través da web www.eroskimovilidad.com.



Relación cos Socios Cliente

EROSKI Club

A través de EROSKI Club e do seu cartón Ouro, queremos revitalizar a figura do Socio Consumidor da Cooperativa, ofrecéndolle propostas de aforro cada vez máis personalizadas baseadas nos seus hábitos únicos de consumo. Actualmente hai máis de 6 millóns de titulares de cartóns EROSKI, CAPRABO e FORUM SPORT, que xeran de media máis do 70% das vendas.

O cartón Ouro de EROSKI Club, lanzado en 2018 e que permite un aforro fixo e universal do 4% en todas as compras, conta xa con máis de 136.000 Socios Cliente, e 35 empresas, que engloban 3.727 traballadores, xa son "Socios Ouro Empresa".

Pola súa banda, o cartón de crédito de EROSKI Club Mastercard unifica todas as vantaxes do programa EROSKI Club, ademais de ofrecer a devolución do 1% do importe

das compras pagas fóra de EROSKI, co ingreso dese diñeiro no cartón EROSKI Club asociado. En 2019, a cooperativa transferiu un aforro total de case 2,3 millóns de euros aos seus máis de 278.000 titulares. En 2019 cabe destacar a dixitalización deste cartón, o que permitiu unha alta dixital do 100%, tanto na tenda como *online*, ademais doutras funcionalidades na web para os titulares do cartón.

Así mesmo, en 2019 alcanzouse un acordo para que os nosos clientes se beneficien co cartón EROSKI Club dun 4% de aforro nos seus abastecementos en Repsol, Campsa e Petronor.

Ademais, en 2019, como parte da celebración do 50 aniversario, desenvóléronse multitude de accións promocionais, como o Rasca e Gaña Dixital na app de EROSKI, no que participaron máis de 10.000 Socios Cliente.



Atención personalizada e de calidade

A relación para EROSKI co cliente é unha prioridade no modelo "contigo" e, dos nosos 10 compromisos, unha relación que se converteu nun sinal de identidade diferencial do modelo. Desde EROSKI apostamos por unha proposta comercial máis vencellada co consumidor e que prioriza a experiencia de compra, o que nos permitiu distinguirmos pola nosa especialización en frescos e mellorar os nosos servizos de venda asistida en mostrador nas seccións de frescos. Neste sentido, a capacitación profesional das persoas e a formación permanente son os nosos alicerces para profundar na diferenciación como especialistas en frescos. Dedicamos máis de 33.304 horas de formación nas escolas de frescos en 2019.

Servizo de atención ao cliente diferencial

En 2019, o noso servizo de atención ao cliente atendeu 360.404 persoas, cun índice de resolución de reclamacións do 100%, o 93% no primeiro contacto. Cumprimos co noso compromiso de responder a todas as dúbidas, suxestións e reclamacións de forma inmediata e, se é precisa algunha xestión para iso, facémola nun prazo máximo de 24 horas.

O Servizo de Atención ao Cliente de EROSKI atende aos consumidores en castelán, eúscaro, catalán e galego, e está ao dispor dos clientes por teléfono, por correo electrónico e tamén a través da páxina web www.eroski.es. Ademais, contamos con outras páxinas web para distintos negocios e sociedades do Grupo e coas nosas redes sociais.

Por oitavo ano consecutivo, os consumidores participantes nos premios da consultora Sotto Tempo Advertising recoñeceran EROSKI como a empresa de gran distribución con mellor servizo de atención ao cliente.

Escoita activa dos nosos clientes

Co obxectivo de ter en conta as inquedanzas dos diferentes colectivos e seguir co noso compromiso de transparencia, mantemos canles adicionais de comunicación con todos eles. Así, en 2019 realizamos decenas de iniciativas de escoita activa coa participación de máis de 15.000 persoas, nas que recollimos as súas opinións, suxestións e recomendacións para mellorar a nosa oferta comercial e as nosas tendas.

Ademais, en EROSKI contamos con 21 Comités Consumeristas, que estruturan a participación dos seus Socios Cliente, quen debaten, se sitúan e definen directrices para a mellora das tendas de nova xeración.

En 2019 xeramos máis de 2,6 millóns de intercambios cos usuarios e máis de 180,5 millóns de impresións.



Twitter
56.613
seguidores



Facebook
221.634
seguidores



Instagram
26.330
seguidores



LinkedIn
24.464
seguidores