

Nuevo ciclo estratégico 2024-2026

EROSKI REÚNE A MÁS DE 300 PROVEEDORES PARA COMPARTIR LAS LÍNEAS QUE GUIARÁN SU PLAN ESTRATÉGICO DURANTE LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS

- El encuentro ha contado con la participación del ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, y del viceconsejero de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria del Gobierno Vasco, Bittor Oroz
- La CEO de EROSKI, Rosa Carabel, ha puesto en valor el modelo de empresa y ha destacado el momento en el que se encuentra EROSKI para “Crear y Crecer”
- La directora Comercial de EROSKI, Beatriz Santos, ha revelado que la mejora de la competitividad de precios, una apuesta por el producto fresco de calidad y cercano, así como una importante inversión en tecnología serán parte de las principales líneas estratégicas
- El encuentro ha acogido una mesa redonda sobre analítica avanzada, *big data*, inteligencia artificial y su papel en la gestión de la cadena de valor

Bilbao, 18 de abril del 2024.- [EROSKI](#) ha reunido hoy en Bilbao a más de 400 personas, entre ellas 300 proveedores de la industria alimentaria, así como representantes del del sector financiero y directivos de MONDRAGON y de asociaciones sectoriales como AECOC, para compartir con ellas sus líneas estratégicas para los próximos tres años. Un plan que mantiene y reafirma sus raíces, su ADN, sus valores y, por supuesto, su propósito, pero que actualiza su misión para 'Crear y Crecer' en y por un futuro próspero y sostenible, combinando la generación de resultados empresariales con la creación de riqueza en el entorno, asegurando la satisfacción plena de las personas consumidoras y fomentando una alimentación saludable.

El encuentro ha contado con la participación del ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, y del Viceconsejero de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria del Gobierno Vasco, Bittor Oroz; así como con la presencia de destacadas figuras del sector.

Durante la clausura del encuentro, el titular de Industria y Turismo, Jordi Hereu, ha destacado la importancia de un sector estratégico como el agroalimentario, y cómo grupos como EROSKI desempeñan un papel decisivo en la cadena alimentaria. *“Sois fundamentales tanto en algo tan necesario como el suministro de alimentos básicos a la ciudadanía, como en el peso de las exportaciones de nuestra economía, además de un aliado indispensable en el sector de la distribución”,* ha señalado. *“Sin un sector de la distribución fuerte, es difícil garantizar un suministro seguro y adecuado en el conjunto del país”,* ha añadido.

La CEO de EROSKI, Rosa Carabel, ha presentado el recorrido del grupo en los últimos años, la situación actual y las principales líneas del plan estratégico, enfocadas en la innovación, la sostenibilidad, la salud y la generación de riqueza. Así, ha puesto el foco en su modelo de

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

empresa único e irreplicable en el sector, con equipos muy cohesionados y un destacado espíritu innovador, y ha subrayado que *“EROSKI está en un momento crucial para reforzar su posición en el mercado. Nuestra hoja de ruta está marcada por la búsqueda de un futuro próspero y sostenible, con la calidad, el ahorro para las familias y la experiencia de compra en nuestras tiendas cada vez más personalizada, como pilares, todo ello fundamentado en el compromiso con la salud y bienestar de las personas consumidoras. Con una evolución positiva de resultados, una deuda normalizada, una red saneada y eficiente y un creciente reconocimiento por parte de las personas consumidoras; para EROSKI es el momento de crear y crecer”*.

Por su parte, la directora Comercial de EROSKI, Beatriz Santos, ha destacado durante su intervención que *“la mejora de la competitividad de precios, una apuesta por el producto fresco de calidad y cercano, así como una importante inversión en tecnología que promete transformar tanto la experiencia de las personas consumidoras como la eficiencia operativa”* serán parte de las principales líneas estratégicas que guiarán la empresa hasta 2026. Así, ha explicado que *“nuestro compromiso con el ‘Siempre Buen Precio’ nos permitirá ofrecer precios igualados o inferiores a los de nuestra competencia más directa en miles de productos diarios”*. Otro pilar fundamental del nuevo plan es la extensión del surtido eficaz y eficiente, con un enfoque especial para cubrir todas las necesidades de las personas consumidoras, con una amplia presencia de productos y marcas para ofrecerles una amplia capacidad de elección y donde los productos locales tienen un espacio preferencial, y destacado, lo que subraya la apuesta de EROSKI por una alimentación saludable y accesible.

En términos de crecimiento, EROSKI ha anticipado la incorporación de más de 150 nuevas tiendas en los próximos tres años, tanto propias como franquiciadas; *“nuestra ambición es mantenernos como enseña líder en el norte de España y expandir nuestra presencia a otras regiones a través de nuestra red de franquicias”*, ha detallado Beatriz Santos.

Igualmente, ha compartido con los presentes en el encuentro el plan de EROSKI de *“invertir más de 100 millones de euros en un ambicioso programa de transformación tecnológica que incluye la implementación de inteligencia artificial y la robotización para mejorar la toma de decisiones y los procesos comerciales.”*

Precisamente, la jornada ha incluido una mesa redonda sobre el uso de la analítica avanzada y el *big data* en el sector del *retail*, con la participación de expertos de empresas líderes y académicos como Fernando Pasamón, Managing Partner Consumer Industry and Growth Leader at Deloitte Spain; Rai Cararach, Corporate Sales Director en Nestlé España; y Rosario Pedrosa, responsable del área de estrategia comercial y marketing de AECOC, junto a las representantes de EROSKI, Ana Cuevas, directora de Mix Comercial, y Carmen Guelbenzu, directora Comercial de Alimentación. Este debate ha resaltado la relevancia de la integración de nuevas tecnologías en la gestión de la cadena de valor que abrirá nuevas oportunidades de colaboración futura para adaptarse a los cambios del mercado, trabajar conjuntamente para ofrecer los mejores productos y servicios a las personas consumidoras y asegurar la eficacia y eficiencia de los procesos y decisiones.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

**EROSKI – OFICINA DE PRENSA
CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE ÍZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)