

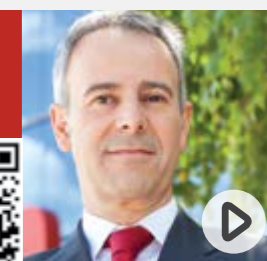
cadena
de valor



Mejoramos la competitividad comercial

"Innovamos para satisfacer las demandas de nuestros consumidores y consumidoras"

Javier Amezaga | DIRECTOR GENERAL DE RECURSOS
memoria.eroski.es/cadenadevalor



Crear valor para nuestros socios y socias consumidoras mueve nuestro trabajo diario. Con la puesta en marcha del modelo 'contigo' esa diferencia se traslada a todo el ciclo de la distribución con el objetivo de ser más eficientes, competitivos y conseguir la mejor oferta de productos y servicios para nuestros clientes. Esa diferencia se plasma en los ejes estratégicos de la cooperativa y en cada paso que damos para optimizar nuestros recursos, siempre con el objetivo final de crear valor para nuestros consumidores.

Por eso, nuestro 'Plan de Mejora de Eficiencia 2017-2020' incluye innovaciones en toda la cadena de valor con proyectos que van desde la negociación con proveedores y socios, hasta la construcción de una relación más personalizada con nuestras y nuestros Socios y Socias Cliente, pasando por todos los procesos comerciales y logísticos. Gracias a nuestras 22 plataformas logísticas, hemos logrado grandes mejoras en la cadena de suministro y en el aprovisionamiento eficiente de todos nuestros centros. Todo ello, teniendo en cuenta que somos un grupo omnicanal, y que tenemos diferentes formas de relacionarnos con todos grupos de interés. Así, hemos mejorado el servicio de compra online, creando más puntos de recogida y facilitando la entrega en el mismo día.

Hoy, contamos con una amplia red de productores locales y regionales con quienes trabajamos una política de compras y aprovisionamiento adaptada a su dimensión. Y es que también hemos sido pioneros en la creación de una cantera de proveedores que nos permite disponer de la mejor oferta de proximidad, puesto que para la mayoría de nuestros consumidores y consumidoras somos una referencia a la hora de comprar producto local de calidad.

Recientemente hemos publicado los nuevos Compromisos EROSKI en Salud y Sostenibilidad para promover una alimentación saludable y un consumo más responsable que incluye innovaciones permanentes en nuestra propia marca, en la relación

con las marcas de fabricante y en las relaciones con nuestros proveedores locales. Para impulsar estos dos ejes, seguimos buscando nuevos socios, creamos alianzas para optimizar nuestros procesos de compra y hacemos partícipes a todos nuestros Socios y Socias Trabajadoras y Socias y Socios Consumidores de las grandes decisiones del grupo, para situarlo como la enseña de referencia en las compras de proximidad y en el resto de canales.

Innovamos en toda la cadena de valor para ser más eficientes y satisfacer las demandas de nuestras y nuestros consumidores

Colaboramos con casi **4.500 proveedores agroalimentarios** de todas las regiones en las que estamos presentes

Hemos incorporado **1.768 nuevas referencias de productos locales**, ampliando la oferta a más de 22.000 referencias en total

Hemos lanzado **260 nuevos productos de marcas propias** y otros 104 han sido reformulados dentro del plan de mejora nutricional

En los últimos cinco años, hemos **reducido un 14% las emisiones de gases contaminantes** a la atmósfera debidos al transporte

En 2017 se han **evitado 1.670 toneladas de emisiones de CO₂**, gracias a nuestras mejoras en la cadena de valor

Nuestro grupo ha conseguido **reciclar 25.081 toneladas de residuos**

Contamos con **22 plataformas logísticas**, que suman 360.000 m² y por las que transitan más de un millón de cajas al día

Adheridos a la plataforma "Lean&Green" para reducir las emisiones contaminantes en los procesos logísticos

Creamos propuestas personalizadas

Nuestra cadena de valor está orientada a satisfacer a cada uno de nuestros clientes y clientas, con una propuesta cada vez más personalizada, una mayor libertad de elección y más ahorro en sus compras. Buscamos construir la cadena de valor más eficiente a partir de la máxima satisfacción de nuestros clientes para los que seguimos innovando en todos los niveles de la cadena de suministro y en la gestión logística.

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

En la misma línea, hemos impulsado este año los encuentros estratégicos con nuestros proveedores. Porque entendemos que fabricantes y distribuidores debemos colaborar para conseguir una cadena de aprovisionamiento más eficiente y optimizada.

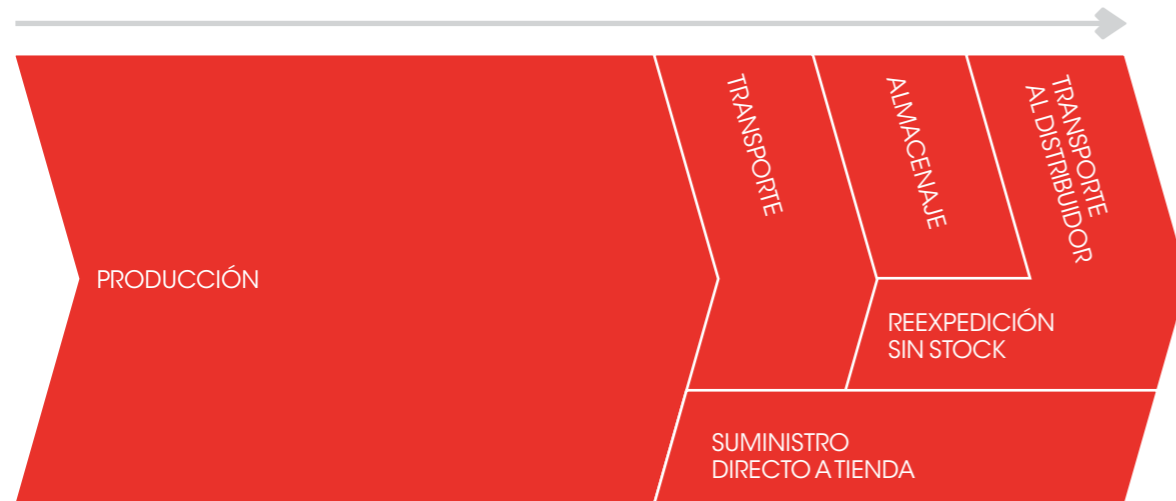
El nuevo Plan de Gestión Logística, iniciado en 2017 con la mirada puesta en 2020 incluye grandes avances en este terreno tales como la revisión de los criterios actuales de vida útil exigida en los diferentes eslabones de la cadena de suministro, controlando siempre el riesgo en nuestras plataformas y preservando a la vez la vida útil destinada al cliente final. Por eso, se ha sistematizado la revisión del flujo óptimo por referencia,

que estará condicionado por la rotación de la referencia y el coste del suministro en una u otra modalidad. Esta sistematización permitirá adecuar los flujos a la evolución de la demanda de las diferentes referencias.

Avanzaremos también en la extensión de la parrilla de descarga en los procesos Refrigerado y Congelado implantándola en el resto de plataformas pendientes, pudiendo así planificar y agilizar las descargas en nuestras plataformas, y evitar tiempos de espera innecesarios.

La cadena de valor de EROSKI

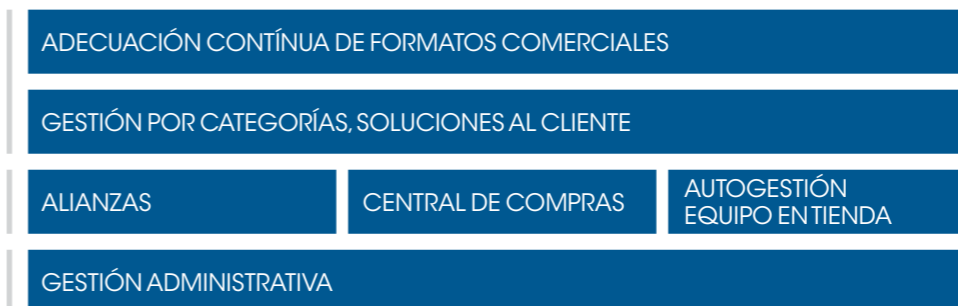
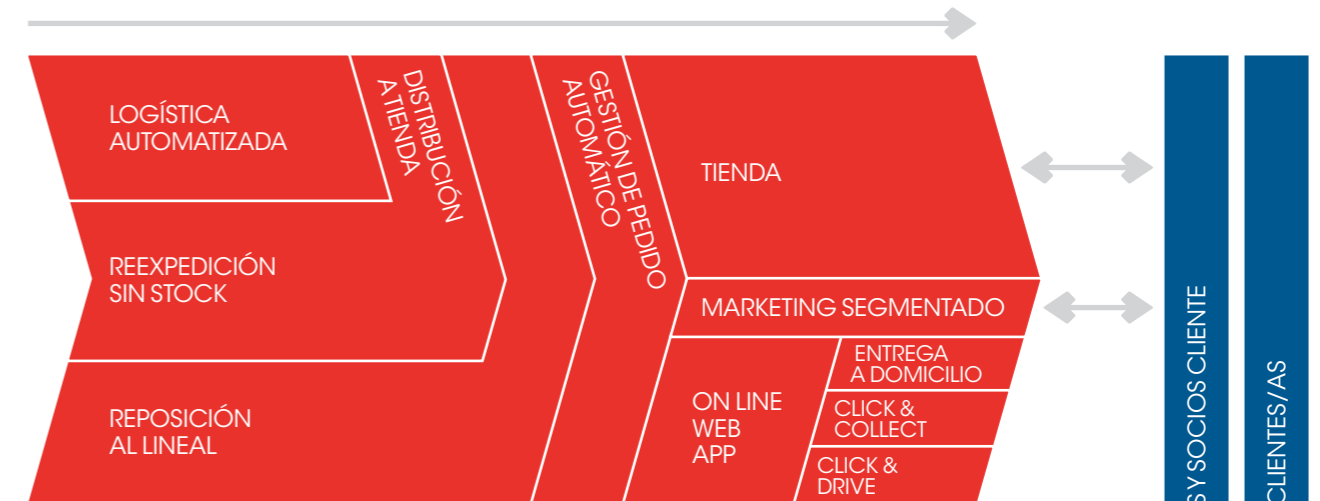
PROVEEDOR



PROVEEDOR PARTNER

ESTÁNDARES AECOC

EROSKI



SOCIA Y SOCIOS CLIENTE

CLIENTES/AS

RESPONSABILIDAD SOCIAL

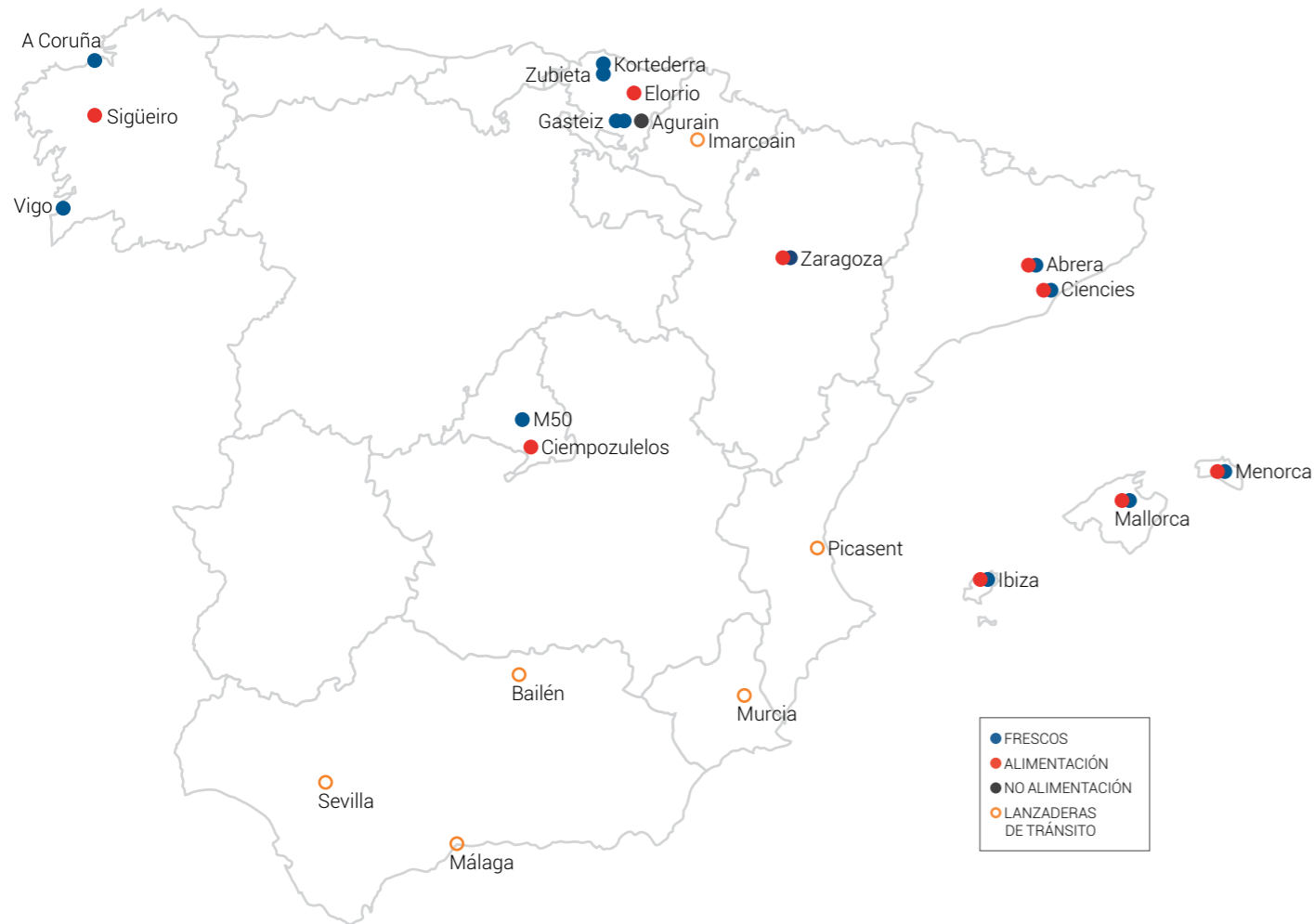


Mapa de las plataformas logísticas

EROSKI tiene actualmente una red logística compuesta por 22 plataformas, de las que 12 están dedicadas a frescos, 9 a alimentación y una a productos no-alimentarios, junto a 6 lanzaderas de tránsito. Este mapa de plataformas logísticas y lanzaderas alcanza los 360.000 m² de superficie, y ofrece una cobertura logística altamente eficiente a la actual red comercial, por la que fluyen hasta un millón de cajas diarias.

Las plataformas logísticas de Madrid, Elorrio (Vizcaya), Zaragoza y Mallorca están altamente automatizadas, lo que permite aumentar la gama de productos para una mayor libertad de elección del y la consumidora, a la vez que acortar los tiempos entre la recolección y su disponibilidad en tienda para una mayor especialización en alimentos frescos, especialmente en los productos de temporada.

La organización logística de EROSKI está basada en 5 áreas; Plataforma, Aprovisionamiento y Transporte; y las áreas transversales Proyectos y Mejora Continua y Cadena de Valor que coordinan y buscan sinergias entre las anteriores.



Nuevos entornos colaborativos con proveedores

EROSKI trabaja actualmente en el desarrollo de innovadores entornos colaborativos con proveedores, con el objetivo de mejorar la competitividad de su oferta comercial.

Esta iniciativa permitirá tomar decisiones compartidas que mejoren la experiencia del consumidor en áreas clave como la amplitud de surtido y la libertad de elección, el precio, la promoción y la investigación y desarrollo de nuevos productos.



Nuevo servicio express de entrega a domicilio

El servicio de compras online de EROSKI, reconocido como el mejor de España, propone una nueva modalidad de entrega a domicilio en el mismo día que ya funciona en Bilbao, Vitoria, San Sebastián y Pamplona. La entrega de los pedidos online a domicilio en el día se hacen de lunes a viernes y sin coste adicional para el cliente, que debe realizar su pedido antes de las 15:00 horas. En sus primeros días en funcionamiento, más del 20% de los clientes optó por solicitar la entrega el mismo día.

Esta nueva modalidad de entrega inmediata supone un servicio añadido a la actual entrega en el día en los puntos de recogida "Click&Drive" y "Click&Collect", donde los clientes pueden recoger sus pedidos realizados en EROSKI online en unas horas, sin colas ni esperas.

Reducción de emisiones de CO₂

El actual modelo de transporte ha supuesto cambios en la planificación de todas las rutas, desde los proveedores hasta las plataformas, así como la distribución capilar desde estas hasta las tiendas. Este sistema de gestión (TMS) optimiza la planificación y monitorización de rutas, mejorando el llenado de mercancía, ahorrando trayectos, tiempos de conducción, kilómetros recorridos y combustible.

En los últimos cinco años hemos reducido un 14% las emisiones por transporte, lo que supone evitar más de 8.000 toneladas de emisiones equivalentes de CO₂. Solo en el último ejercicio se han evitado 1.670 toneladas de CO₂.

Proyecto "Lean & Green"

Reducir el impacto ambiental de nuestras tiendas, instalaciones y procesos sigue siendo uno de nuestros grandes compromisos. En este contexto, EROSKI, junto a otras quince empresas de sector del consumo, se ha incorporado a la plataforma europea "Lean&Green", especialmente dirigida a reducir las emisiones asociadas a la cadena de suministro hasta un 20% en un plazo máximo de cinco años. Para ello, estamos elaborando un plan de acción que incluirá tanto un cálculo detallado de nuestra huella de carbono, como una serie de medidas de mejora planificadas para conseguir esa reducción.



AGECORE, la mayor alianza europea de compra

La alianza internacional 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), y que, desde los valores de constituir empresas independientes, comparten una visión estratégica a largo plazo.

Su objetivo es poder ofrecer a los consumidores europeos una gama más amplia de productos para una mayor libertad de elección y unos mejores precios, a la vez que amplía las oportunidades de negocio para nuestros proveedores. 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.

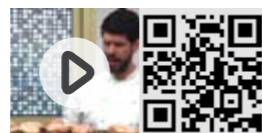


Premio BCC-EROSKI, innovación alimentaria con productos locales

VI edición del Premio Basque Culinary Center y EROSKI Saria. Este premio, abierto a todos los chefs profesionales en activo de España, tiene como objetivo reconocer y premiar a los cocineros y cocineras que promocionan y utilizan determinadas variedades y especies que conforman la riqueza cultural y gastronómica de los diferentes territorios de España.

Propuestas saludables, sostenibles e innovadoras con un fuerte protagonismo de los alimentos producidos en el entorno más cercano que demuestran un compromiso social con los productores y con la preservación de la biodiversidad de especies, variedades y sabores.

Paulo Airaud, del restaurante Amelia de San Sebastián, se ha proclamado ganador de la VI edición del Premio BCC Eroski Saria con su receta "Molleja, ajo negro y zanahoria".



Paulo Airaud del restaurante Amelia de San Sebastián ganador del "Premio BCC EROSKI Saria"

En el VI Basque Culinary Center y EROSKI vuelven a reconocer a aquellos profesionales de la cocina que trabajan por la revalorización de los alimentos de tradición local, otorgándoles una nueva dimensión gastronómica y de innovación. En esta edición el premio fue para Paulo Airaud del restaurante Amelia de San Sebastián.

<https://vimeo.com/245896832>



Impulsamos los alimentos locales y la riqueza que genera en el entorno

Nuestros consumidores y consumidoras saben que la apuesta por el producto local es un signo de identidad de EROSKI. Entrar en una tienda EROSKI es disponer de un amplio surtido de producto fresco y de proximidad, pero también de cientos de referencias únicas, diferentes y de calidad surtidas por pequeños productos locales y por empresas del entorno que demuestran nuestro compromiso con el desarrollo regional y una gran confianza en lo nuestro como valor añadido. De esta manera, EROSKI impulsa un sector agroalimentario que basa su sostenibilidad en la diversidad de su tejido productivo como un elemento clave para su contribución a la economía, la cultura y el medio ambiente. Es nuestra convicción cooperativa lo que nos hace comprometernos por esta diversidad, crear entornos colaborativos y trabajar con un gran número de proveedores.

EROSKI cuenta actualmente con 10.079 proveedores, de los que más de la mitad son proveedores comerciales. De esa gran familia de proveedores comerciales, 2.642 son pymes con quienes trabajamos una política de compras y

aprovisionamiento adaptada a su dimensión y las particularidades de su producto.

En 2017 contamos con 22.014 referencias únicas. Cada una de ellas tiene una historia que contar sobre materias primas excepcionales, lugares únicos o formas de hacer particulares.

Continuamos con varias campañas permanentes para valorizar la alimentación a través del conocimiento sobre los alimentos elaborados en el entorno y presentarlos de manera renovada como una opción más para la compra diaria porque son productos que apoyan la economía local y son más sostenibles porque están producidos más cerca de donde se consumen.

Para dar a conocer todos estos productos, en EROSKI realizamos diferentes campañas regionales de promoción de los diferentes productos locales. En concreto, en 2017 desarrollamos en nuestras tiendas 33 acciones de estas características.