

cadea
de valor



Melloramos a competitividade comercial

"Innovamos para satisfacer as demandas dos nosos consumidores e consumidoras"

Javier Amezaga | DIRECTOR XERAL DE RECURSOS
memoria.eroski.es/gl/cadeadevalor



Crear valor para os nosos socios e socias consumidoras move o noso traballo diario. Coa posta en marcha do modelo 'contigo', esa diferenza trasládase a todo o ciclo da distribución co obxectivo de ser máis eficientes, competitivos e conseguir a mellor oferta de produtos e servizos para os nosos clientes. Esa diferenza plásmase nos eixos estratéxicos da cooperativa e en cada paso que damos para optimizar os nosos recursos, sempre co obxectivo final de crear valor para os nosos consumidores.

Por iso, o noso 'Plan de Mellora de Eficiencia 2017-2020' inclúe innovacións en toda a cadea de valor con proxectos que van desde a negociación con provedores e socios ata a construción dunha relación máis personalizada coas nosas e nosos Socios e Socias Cliente, pasando por todos os procesos comerciais e loxísticos. Grazas ás nosas 22 plataformas loxísticas, acadamos grandes melloras na cadea de subministración e no aprovisionamento eficiente de todos os nosos centros. Todo iso, tendo en conta que somos un grupo omnicanle, e que temos diferentes formas de relacionarnos con todos os grupos de interese. Así, melloramos o servizo de compra en liña, creando máis puntos de recollida e facilitando a entrega no mesmo día.

Hoxe, contamos cunha ampla rede de produtores locais e rexionais con quen traballamos unha política de compras e aprovisionamento adaptada á súa dimensión. E é que tamén fomos pioneiros na creación dunha canteira de provedores que nos permite dispor da mellor oferta de proximidade, posto que para a maioría dos nosos consumidores e consumidoras somos unha referencia á hora de comprar produto local de calidade.

Recentemente publicamos os novos Compromisos EROSKI en Saúde e Sostibilidade para promover unha alimentación saudable e un consumo máis responsable que inclúe innovacións permanentes na nosa propia marca, na relación coas marcas de fabricante e nas

relacións cos nosos provedores locais. Para impulsar estes dous eixos, seguimos a buscar novos socios, creamos alianzas para optimizar os nosos procesos de compra e facemos partícipes a todos os nosos Socios e Socias Traballadoras e Socias e Socios Consumidores das grandes decisións do grupo, para situalo como a insignia de referencia nas compras de proximidade e no resto de canles.

Innovamos en toda a cadea de valor para ser máis eficientes e satisfacer as demandas das nosas e os nosos consumidores

Colaboramos con case **4.500 provedores agroalimentarios** de todas as rexións nas que estamos presentes

Incorporamos **1.768 novas referencias de produtos locais**, ampliando a oferta a máis de 22.000 referencias en total

Lanzamos **260 novos produtos de marcas propias** e outros 104 foron reformulados dentro do plan de mellora nutricional

Nos últimos cinco anos, **reducimos un 14% as emisións de gases contaminantes** á atmosfera debidos ao transporte

En 2017 **evitáronse 1.670 toneladas de emisións de CO₂**, grazas ás nosas melloras na cadea de valor

O noso grupo conseguiu **reciclar 25.081 toneladas de residuos**

Contamos con **22 plataformas loxísticas**, que suman 360.000 m² e polas que transitan máis dun millón de caixas por día

Adheridos á plataforma "Lean&Green" para reducir as emisións contaminantes nos procesos loxísticos

Creamos propuestas personalizadas

A nosa cadea de valor está orientada a satisfacer a cada un dos nosos clientes e clientas, cunha proposta cada vez máis personalizada, unha maior liberdade de elección e máis aforro nas súas compras. Buscamos construír a cadea de valor máis eficiente a partir da máxima satisfacción dos nosos clientes, para os que seguimos innovando en todos os niveis da cadea de subministración e na xestión loxística.

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

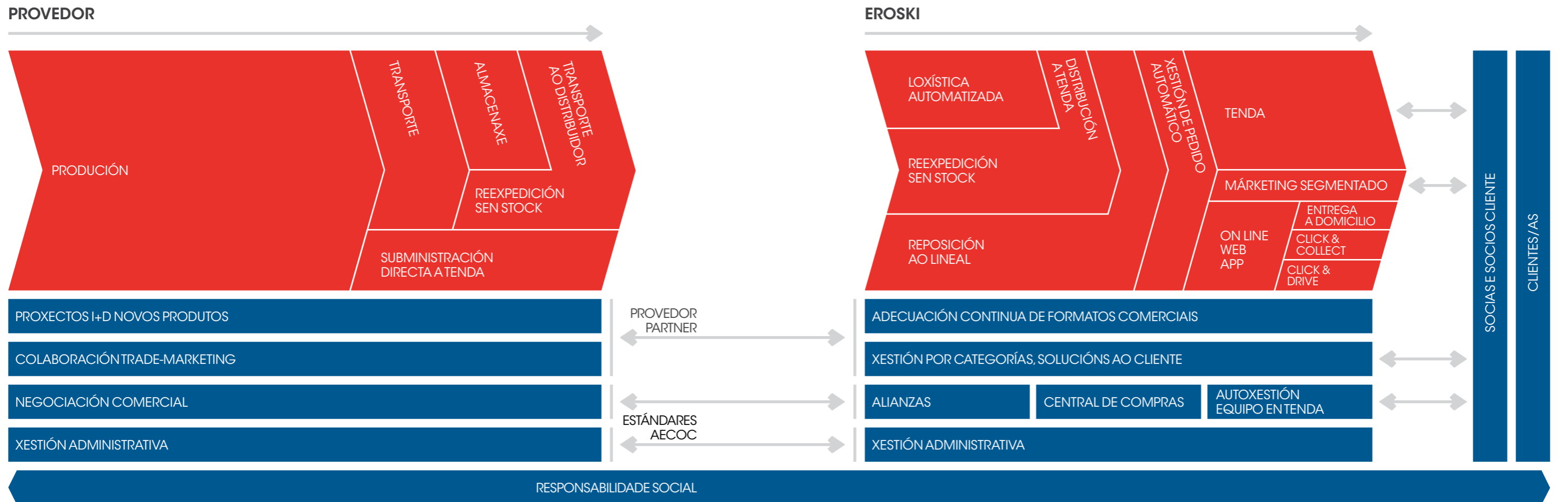
Na mesma liña, impulsamos este ano os encontros estratéxicos cos nosos provedores. Porque entendemos que fabricantes e distribuidores debemos colaborar para conseguir unha cadea de aprovisionamento máis eficiente e optimizada.

O novo Plan de Xestión Loxística, iniciado en 2017 coa ollada posta en 2020, inclúe grandes avances neste terreo, como a revisión dos criterios actuais de vida útil esixida nos diferentes elos da cadea de subministración, controlando sempre o risco nas nosas plataformas e preservando ao tempo a vida útil destinada ao cliente final. Por iso, sistematizouse a revisión do fluxo óptimo por referencia, que estará

condicionado pola rotación da referencia e o custo da subministración nunha ou outra modalidade. Esta sistematización permitirá adecuar os fluxos á evolución da demanda das diferentes referencias.

Avanzaremos tamén na extensión da grella de descarga nos procesos Refrixerado e Conxelado implantándoa no resto de plataformas pendentes, podendo así planificar e axilizar as descargas nas nosas plataformas, e evitar tempos de espera innecesarios.

A cadea de valor de EROSKI

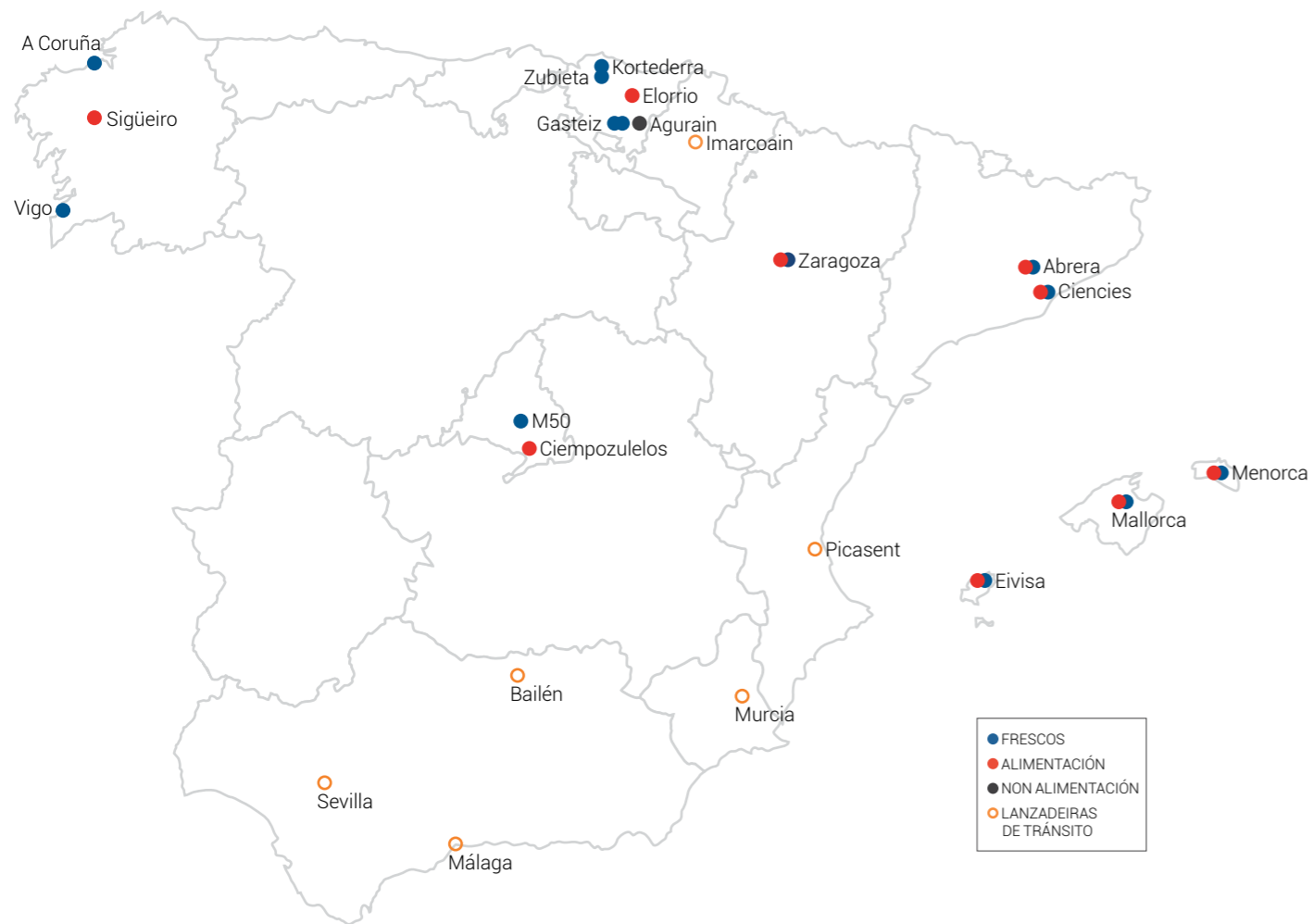


Mapa das plataformas loxísticas

EROSKI ten actualmente unha rede loxística composta por 22 plataformas, das que 12 están dedicadas a frescos, 9 a alimentación e unha a produtos non-alimentarios, xunto a 6 lanzadeiras de tránsito. Este mapa de plataformas loxísticas e lanzadeiras acada os 360.000 m² de superficie, e ofrece unha cobertura loxística altamente eficiente á actual rede comercial, pola que flúen ata un millón de caixas diarias.

As plataformas loxísticas de Madrid, Elorrio (Biscaia), Zaragoza e Mallorca están altamente automatizadas, o que permite aumentar a gama de produtos para unha maior liberdade de elección do consumidor e a consumidora, ao tempo que acurtar os tempos entre a recolección e a súa dispoñibilidade en tenda para unha maior especialización en alimentos frescos, especialmente nos produtos de tempada.

A organización loxística de EROSKI está baseada en 5 áreas; Plataforma, Aprovisionamento e Transporte; e as áreas transversais Proxectos e Mellora Continua e Cadea de Valor, que coordinan e buscan sinerxías entre as anteriores.



Novas contornas colaborativas con provedores

EROSKI traballa actualmente no desenvolvemento de innovadoras contornas colaborativas con provedores, co obxectivo de mellorar a competitividade da súa oferta comercial.

Esta iniciativa permitirá tomar decisións compartidas que melloren a experiencia do consumidor en áreas clave como a amplitude de variedade e a liberdade de elección, o prezo, a promoción e a investigación e desenvolvemento de novos produtos.



Novo servizo exprés de entrega a domicilio

O servizo de compras en liña de EROSKI, recoñecido como o mellor de España, propón unha nova modalidade de entrega a domicilio no mesmo día, que xa funciona en Bilbao, Vitoria, San Sebastián e Pamplona. A entrega dos pedidos en liña a domicilio no día faise de luns a venres e sen custo adicional para o cliente, que debe realizar o seu pedido antes das 15:00 horas. Nos seus primeiros días en funcionamento, máis do 20% dos clientes optou por solicitar a entrega o mesmo día.

Esta nova modalidade de entrega inmediata supón un servizo engadido á actual entrega no día nos puntos de recollida "Click&Drive" e "Click&Collect", onde os clientes poden recoller os seus pedidos realizados en EROSKI en liña nunhas horas, sen colas nin esperas.

Redución de emisións de CO₂

O actual modelo de transporte supuxo cambios na planificación de todas as rutas, desde os provedores ata as plataformas, así como a distribución capilar desde estas ata as tendas. Este sistema de xestión (TMS) optimiza a planificación e monitorización de rutas, mellorando a cobertura das mercadorías, aforrando traxectos, tempos de conducción, quilómetros percorridos e combustible.

Nos últimos cinco anos reducimos un 14% as emisións por transporte, o que supón evitar máis de 8.000 toneladas de emisións equivalentes de CO₂. Só no último exercicio se evitaron 1.670 toneladas de CO₂.

Proxecto "Lean & Green"

Reducir o impacto ambiental das nosas tendas, instalacións e procesos segue a ser un dos nosos grandes compromisos. Neste contexto, EROSKI, xunto con outras quince empresas do sector do consumo, incorporouse á plataforma europea "Lean&Green", especialmente dirixida a reducir as emisións asociadas á cadea de subministración ata un 20% nun prazo máximo de cinco anos. Para iso, estamos a elaborar un plan de acción que incluíra tanto un cálculo detallado da nosa pegada de carbono, como unha serie de medidas de mellora planificadas para conseguir esa redución.



ALIDIS, a maior alianza europea de compra

A alianza internacional Agecore constitúe a maior alianza europea de compras, formada por EROSKI xunto ao Grupo ITM (Francia), EDEKA (Alemaña), COLRUYT (Bélxica), CONAD (Italia) e COOP (Suíza), e que, desde os valores de constituír empresas independentes, comparten unha visión estratéxica a longo prazo.

O seu obxectivo é ofrecer aos consumidores europeos unha gama máis ampla de produtos para unha maior liberdade de elección e uns mellores prezos, ao tempo que amplía as oportunidades de negocio para os nosos provedores. 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 procura de sinerxias 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.



Premio BCC-EROSKI, innovación alimentaria con produtos locais

VI edición do Premio Basque Culinary Center e EROSKI Saria. Este premio, aberto a todos os chefs profesionais en activo de España, ten como obxectivo recoñecer e premiar aos cociñeiros e cociñeiras que promoven e utilizan determinadas variedades e especies que conforman a riqueza cultural e gastronómica dos diferentes territorios de España.

Propostas saudables, sostibles e innovadoras cun forte protagonismo dos alimentos producidos na contorna máis próxima, que demostran un compromiso social cos produtores e coa preservación da biodiversidade de especies, variedades e sabores.

Paulo Airaud, do restaurante Amelia de San Sebastián, proclamouse gañador da VI edición do Premio BCC Eroski Saria coa súa receita "Moega, allo negro e cenoria".



Paulo Airaud do restaurante Amelia de San Sebastián, gañador do "Premio BCC EROSKI Saria"

No VI Basque Culinary Center e EROSKI volven recoñecer aqueles profesionais da cociña que traballan pola revalorización dos alimentos de tradición local, outorgándolles unha dimensión gastronómica e de innovación. Nesta edición, o premio foi para Paulo Airaud, do restaurante Amelia de San Sebastián.
<https://vimeo.com/245896832>



Impulsamos os alimentos locais e a riqueza que xeran na contorna

Os nosos consumidores e consumidoras saben que a aposta polo produto local é un sinal de identidade de EROSKI. Entrar nunha tenda EROSKI é dispor dunha ampla variedade de produto fresco e de proximidade, mais tamén de centos de referencias únicas, diferentes e de calidade fornecidas por pequenos produtores locais e por empresas da contorna que demostran o noso compromiso co desenvolvemento rexional e unha gran confianza no noso como valor engadido. Deste xeito, EROSKI impulsa un sector agroalimentario que basea a súa sostibilidade na diversidade do seu tecido produtivo como un elemento chave para a súa contribución á economía, a cultura e o medio ambiente. É a nosa convicción cooperativa o que nos fai comprometernos por esta diversidade, crear contornas colaborativas e traballar cun grande número de provedores.

EROSKI conta actualmente con 10.079 provedores, dos que máis da metade son provedores comerciais. Desda grande familia de provedores comerciais, 2.642 son pemes con

quen traballamos unha política de compras e aprovisionamento adaptada á súa dimensión e ás particularidades do seu produto.

En 2017 contamos con 22.014 referencias únicas. Cada unha delas ten unha historia por contar sobre materias primas excepcionais, lugares únicos ou formas de facer particulares.

Continuamos con varias campañas permanentes para valorizar a alimentación a través do coñecemento sobre os alimentos elaborados na contorna e presentalos de xeito renovado como unha opción máis para a compra diaria porque son produtos que apoian a economía local e son máis sostibles porque están producidos máis preto de onde se consumen.

Para dar a coñecer todos estes produtos, en EROSKI realizamos diferentes campañas rexionais de promoción dos diferentes produtos locais. En concreto, en 2017 desenvolvemos nas nosas tendas 33 accións destas características.