

Logo dun investimento de 6,4 millóns de euros no 2016

EROSKI SUMA 23 HIPERMERCADOS DE NOVA XERACIÓN

- **As reformas de 7 hipermercados realizadas este ano crearon 74 novos postos de traballo**
- **Os traballadores recibiron 30.200 horas de formación para lle ofrecer unha atención máis personalizada ao cliente e avanzar na autoxestión dos equipos**
- **Os alimentos frescos teñen un peso superior ao 25% nas vendas destes hipermercados de nova xeración, e amosan crecementos de dous díxitos grazas á implantación do modelo comercial "contigo"**
- **As tendas EROSKI de nova xeración medran un 7% en vendas**

Elorrio, 5 de setembro do 2016.- [EROSKI](#) investiu 6,4 millóns de euros este exercicio para transformar outros sete hipermercados á nova xeración de tendas segundo o modelo comercial "contigo" co que está a remodelar a súa rede comercial para se adecuar ás novas expectativas do consumidor. As reformas de hipermercados realizadas este ano xeraron 74 novos postos de traballo.

A cooperativa continúa así cos seus plans de expansión das súas tendas de nova xeración, que lle ofrecen unha maior liberdade de elección ao consumidor, afondan na especialización en frescos, abren as tendas aos produtos locais producidos no seu contorno máis próximo e establecen unha relación máis personalizada co cliente. Coas remodelacións executadas este exercicio, EROSKI suma xa 23 hipermercados de nova xeración na súa rede.

Os hipermercados transformados no 2016 están situados en Biscaia (Zalla e Txurdinaga), Guipúscoa (Ordizia, Eibar, Urbil e Urola) e Galicia (Noia). Súmanse aos transformados en anos anteriores en Álava (Boulevard), Biscaia (Abadiano, Artea, Ballonti, Berango, Bilbondo, Guernika e Leioa), Cantabria (Castro Urdiales), Guipúscoa (Zarautz, Garbera, Tolosa e Arrasate), Navarra (Iruña e Tudela) e Tarragona, e este último é ademais o primeiro hipermercado franquiado EROSKI.

Creación de 258 postos de traballo

Cun investimento total de 23 millóns de euros, a transformación destes hipermercados xerou 258 novos empregos. No seu conxunto, son 3.316 persoas as que traballan nestes hipermercados reformados que recibiron 30.200 horas de formación para lle ofrecer unha atención máis personalizada ao cliente e avanzar na autoxestión de equipos para adecuar cada tenda ás expectativas concretas dos seus clientes e ao

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

contexto competitivo. *"O modelo comercial 'contigo' distínguese por lles ofrecer aos clientes un trato máis personalizado e para iso estamos a destinar unha gran cantidade de recursos e tempo ao fortalecemento da nosa cultura cooperativa interna para situar o Socio-Cliente no centro de toda a nosa actividade"*, indica a directora xeral de Rede Comercial de EROSKI, Rosa Carabel.

Esta atención personalizada ten ademais un claro reflexo na incorporación de novos mostradores para a venda asistida de carnicería, peixería e chacinería, e no desenvolvemento progresivo do programa EROSKI Club con novas capacidades para unha maior adecuación das ofertas e promocións ás expectativas de cada Socio-Cliente. No seu conxunto, Grupo EROSKI conta con máis de 7 millóns de Socios Clientes, usuarios das súas tarxetas Eroski, Caprabo, iF e Forum Sport.

Tendas especializadas en frescos

As tendas de nova xeración EROSKI afondan na súa especialización en frescos, aumentando as referencias comercializadas, moitas delas alimentos locais de tempada, especialmente no caso da froita, das hortalizas e da pesca.

"Os produtores locais teñen un renovado protagonismo no modelo 'contigo' porque cada unha das nosas tendas é unha plataforma aberta para a comercialización dos alimentos producidos na zona, co que se impulsa un sector agroalimentario máis sostible e amplamente diversificado. No 2015 realizamos 680 novas incorporacións, ata ofrecermos un total de 21.064 alimentos producidos nos contornos máis próximos das nosas tendas", sinalou a directora xeral de Rede Comercial de EROSKI, Rosa Carabel.

A proposta de frescos da tenda "contigo" é agora máis cambiante e alíñase coas tempadas locais de produción. Estas seccións teñen un peso superior ao 25% nas vendas en hipermercados, con notables crecementos de dous díxitos grazas á implantación das innovacións deste modelo "contigo". As tendas EROSKI de nova xeración medran, no seu conxunto, un 7% en vendas.

Os produtos dietéticos e biolóxicos tamén ven aumentado o seu espazo, configurando espazos que agrupan todas as novas tendencias para unha alimentación máis saudable. Ademais, esta sección complétase cunha ampla gama de produtos específicos para intolerancias alimentarias (glute, lactosa...) ou produtos axeitados para unha alimentación baixa en graxas, azucre ou sal.

A este compromiso coa saúde tamén se suma unha renovada sección de Perfumería-Parafarmacia máis ampla, atendida por persoal con formación especializada que ofrece unha completa atención ao cliente para o coidado persoal.

Ademais, a transformación dos establecementos ao novo modelo comercial ten tamén o seu reflexo na gran variedade de produtos, especialmente en seccións como aceites e pastas, chocolates, cafés e infusións ou coidado persoal para aumentar a liberdade de elección dos consumidores e dar novas respostas ás expectativas dos clientes.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - OFICINA DE PRENSA

CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)