

EROSKI sitúa al Socio Cliente en el centro de su estrategia

EL GRUPO EROSKI SUPERA LOS SIETE MILLONES DE SOCIOS CLIENTE TRAS UN INCREMENTO DEL 15% EN 2015

- **Las tarjetas EROSKI, Caprabo, If y Forum Sport , gracias a las nuevas posibilidades de las tecnologías y los nuevos canales de comunicación, avanzan hacia una gestión comercial más integral desde las distintas enseñas del Grupo y más segmentada en función de los perfiles de cliente**
- **El ahorro transferido por el Grupo EROSKI a sus clientes alcanzó los 212 millones de euros en el último ejercicio**
- **La cooperativa matriz EROSKI aglutina a un millón de Socios Consumidores, convocados a celebrar este sábado el Día del Socio como jornada de preparación de cara a la Asamblea General de la cooperativa el próximo 15 de junio**

Elorrio, 9 de junio de 2016.- [EROSKI](#) cuenta ya con más de siete millones de Socios Cliente, titulares de las tarjetas Eroski, Caprabo, If y Forum Sport. En 2015 aumentó un 15% esta comunidad, con 1.170.467 incorporaciones. La cooperativa matriz EROSKI, como cooperativa de consumo, está formada por la suma de Socios Trabajadores y Socios Consumidores. Ambos colectivos desempeñan de forma paritaria el gobierno corporativo, la gestión y la representación de la cooperativa.

"EROSKI es un proyecto colectivo y abierto a la sociedad. Nuestro modelo de organización cooperativa hace que las cosas de partida sean distintas, primando el proyecto colectivo frente a lo individual. Compaginamos la realidad de la economía de mercado con los valores cooperativos, en un proyecto volcado al consumidor, al Socio Trabajador y a la sociedad", ha señalado la presidenta del Consejo Rector de EROSKI, Leire Mugerza.

La particularidad del modelo socio-empresarial de EROSKI reside en que la propiedad es de los trabajadores y en la gestión participativa que practica, que integra también a los Socios Consumidores además de los trabajadores. El alto nivel de compromiso interno es uno de los rasgos más identificativos de su cultura corporativa.

EROSKI Club surgió hace año y medio con el objetivo de revitalizar la figura del Socio Consumidor en la cooperativa matriz y hacer extensible este modelo a todo el ámbito de la enseña. Asimismo, gracias a las nuevas posibilidades de las

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](#)

tecnologías y los nuevos canales de comunicación, las distintas enseñanzas del grupo avanzan hacia una gestión comercial más integral y más segmentada en función de los perfiles de cliente. Hoy EROSKI Club supera ya los 3 millones de Socios Cliente.

El ahorro transferido por el Grupo EROSKI a sus clientes alcanzó los 212 millones de euros en el último ejercicio a través de ofertas y promociones, cada vez más personalizadas. Son casi 214.000 quienes se relacionan habitualmente con EROSKI a través de la App o el espacio web específico para gestionar proactivamente sus beneficios personalizados. Más de 31.000 han participado en los programas para valorar la transformación de las tiendas EROSKI al modelo "contigo". La mayoría tomando parte a través de encuestas y dinámicas de grupo junto a los propios equipos de trabajadores de su tienda habitual para ajustar la propuesta comercial al contexto competitivo y a las expectativas de sus clientes.

Fruto de estas consignas lanzadas por los Socios-Cliente, EROSKI ha renovado por completo varias secciones como Dulce (Café, Infusiones y Chocolates), Cocina (Aceites y Pasta), Bodega (Vinos y Cervezas), Limpiadores y Perfumería y ha incorporado una nueva sección de productos ecológicos. Además, se ha ampliado la gama de productos de dietética. El objetivo es ofrecer una mayor libertad de elección a los consumidores siguiendo sus propias preferencias por gamas novedosas y productos locales.

Adicionalmente, a partir de estas consignas lanzadas por los Socios Cliente, EROSKI sigue abordando nuevos proyectos dentro de su programa de mejora nutricional de sus productos de marca propia con recetas más saludables con un menor contenido en sal, grasas o azúcares. En 2015, EROSKI eliminó 287 toneladas de sal, grasas y azúcares de sus productos de marca propia y alcanzó los 460 productos sin gluten, 27 sin lactosa, 61 bajos en sal, 49 bajos en grasa, 29 bajos en azúcares y 40 ricos en fibra.

Este sábado, celebración del Día del Socio Cliente

EROSKI celebra este sábado 11 de junio el "Día del Socio" a partir de las 16:00 horas, en el Palacio Euskalduna en Bilbao. Una convocatoria abierta al millón de Socios Cliente de la cooperativa en el País Vasco, Navarra, La Rioja y Cantabria.

El evento contará con una feria de alimentos locales y los asistentes disfrutarán también de exposiciones y degustaciones, así como talleres sobre alimentación y hábitos de vida saludables que se completarán con otras sorpresas y actividades como sorteos y juegos.

En el marco de esta celebración, se convoca también la Junta Preparatoria de Socios Consumidores, previa a la Asamblea General de la cooperativa, prevista para

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](#)

el día 15 de este mes. La Junta tendrá lugar también en el Palacio Euskalduna de Bilbao y permitirá a los Socios Consumidores conocer de primera mano la evolución de la cooperativa y los principales proyectos llevados a cabo en el último ejercicio.

Más allá de la celebración del "*Día del Socio*", durante el año, su participación en la vida de la cooperativa se articula a través de 21 Comités Consumeristas presentes en el País Vasco, Navarra, La Rioja y Cantabria que involucran a más de 1.500 Socios Consumidores.

Los Comités Consumeristas introducen consignas para la mejora continua de las tiendas y gestionan fondos para el desarrollo de actividades de transformación social, propias de una cooperativa, como la promoción de una alimentación equilibrada y un estilo de vida saludable, de información y formación al consumidor, de sostenibilidad medioambiental y de solidaridad para una sociedad más cohesionada y con mayor igualdad de oportunidades.

Gobierno corporativo en EROSKI

El gobierno corporativo en EROSKI se desarrolla de forma paritaria entre los Socios Trabajadores y los Socios Consumidores de la cooperativa. Así, tanto la Asamblea General con 250 representantes de cada comunidad, como el Consejo Rector, formado por 12 miembros de forma igualmente paritaria, son elegidos democráticamente y ocupan cargos no retribuidos, al igual que los miembros del resto de órganos del gobierno corporativo como son el Consejo Social, el Consejo Consumerista, el Consejo de Recursos y el Consejo de Vigilancia.

En EROSKI, las decisiones de mayor calado son debatidas y tomadas en foros de representación cooperativa, en algunos casos, tras realizar también amplias consultas internas.

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](#)