

**EROSKI sitúa o Socio Cliente no centro da súa estratexia**

## **O GRUPO EROSKI SUPERA OS SETE MILLÓNS DE SOCIOS CLIENTE LOGO DUN INCREMENTO DO 15% NO 2015**

- **As tarxetas EROSKI, Caprabo, If e Forum Sport, grazas ás novas posibilidades das tecnoloxías e ás novas canles de comunicación, avanza cara a unha xestión comercial máis integral dende as distintas insignias do Grupo e máis segmentada en función dos perfís de cliente**
- **O aforro transferido polo Grupo EROSKI aos seus clientes alcanzou os 212 millóns de euros no último exercicio**
- **A cooperativa matriz EROSKI aglutina un millón de Socios Consumidores, convocados a celebrar este sábado o Día do Socio como xornada de preparación de cara á Asemblea Xeral da cooperativa o vindeiro 15 de xuño**

**Elorrio, 9 de xuño do 2016.-** [EROSKI](#) conta xa con máis de sete millóns de Socios Cliente, titulares das tarxetas Eroski, Caprabo, If e Forum Sport. No 2015 aumentou un 15% esta comunidade, con 1.170.467 incorporacións. A cooperativa matriz EROSKI, como cooperativa de consumo, está formada pola suma de Socios Traballadores e Socios Consumidores. Ambos os dous colectivos desempeñan de xeito paritario o goberno corporativo, a xestión e a representación da cooperativa.

*"EROSKI é un proxecto colectivo e aberto á sociedade. O noso modelo de organización cooperativa fai que as cousas de partida sexan distintas, primando o proxecto colectivo fronte ao individual. Compaxinamos a realidade da economía de mercado cos valores cooperativos, nun proxecto centrado no consumidor, no Socio Traballador e na sociedade",* sinalou a presidenta do Consello Reitor de EROSKI, Leire Mugerza.

A particularidade do modelo socio-empresarial de EROSKI reside en que a propiedade é dos traballadores e na xestión participativa que practica, que integra tamén aos Socios Consumidores amais dos traballadores. O alto nivel de compromiso interno é un dos trazos máis identificativos da súa cultura corporativa.

EROSKI Club xurdiu hai ano e medio co obxectivo de revitalizar a figura do Socio Consumidor na cooperativa matriz e de facer extensible este modelo a todo o ámbito da insignia. Ademais, grazas ás novas posibilidades das tecnoloxías e ás novas canles de comunicación, as distintas insignias do grupo avanza cara a unha

---

### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

### **EROSKI - OFICINA DE PRENSA**

#### **CONSEJEROS DEL NORTE**

ZIORTZA BERISTAIN  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

xestión comercial máis integral e máis segmentada en función dos perfís de cliente. Hoxe EROSKI Club supera xa os 3 millóns de Socios Cliente.

O aforro transferido polo Grupo EROSKI aos seus clientes alcanzou os 212 millóns de euros no último exercicio a través de ofertas e promocións, cada vez máis personalizadas. Son case 214.000 os que se relacionan habitualmente con EROSKI a través da App ou do espazo web específico para xestionar pro activamente os seus beneficios personalizados. Máis de 31.000 participaron nos programas para valorar a transformación das tendas EROSKI ao modelo "contigo". A maioría tomando parte a través de enquisas e dinámicas de grupo xunto aos propios equipos de traballadores da súa tenda habitual para axustar a proposta comercial ao contexto competitivo e ás expectativas dos seus clientes.

Froito destas consignas lanzadas polos Socios-Cliente, EROSKI renovou por completo varias seccións como Doce (Café, Infusións e Chocolates), Cociña (Aceites e Pasta), Adegas (Viños e Cervexas), Limpadores e Perfumería e incorporou unha nova sección de produtos ecolóxicos. Ademais, ampliouse a gama de produtos de dietética. O obxectivo é ofrecerlles unha maior liberdade de elección aos consumidores seguindo as súas propias preferencias por gamas novas e produtos locais.

Adicionalmente, a partir destas consignas lanzadas polos Socios Cliente, EROSKI segue a sacar novos proxectos dentro do seu programa de mellora nutricional dos seus produtos de marca propia con receitas máis saudables cun menor contido en sal, graxas ou azucres. No 2015, EROSKI eliminou 287 toneladas de sal, graxas e azucres dos seus produtos de marca propia e alcanzou os 460 produtos sen glute, 27 sen lactosa, 61 baixos en sal, 49 baixos en graxa, 29 baixos en azucres e 40 ricos en fibra.

### **Este sábado, celebración do Día do Socio Cliente**

EROSKI celebra este sábado 11 de xuño o "*Día do Socio*" a partir das 16:00 horas, no Pazo Euskalduna en Bilbao. Unha convocatoria aberta ao millón Socios Cliente da cooperativa no País Vasco, Navarra, A Rioxa e Cantabria.

O evento contará cunha feira de alimentos locais e os asistentes gozarán tamén de exposicións e degustacións e mais de obradoiros sobre alimentación e hábitos de vida saudables, que se completarán con outras sorpresas e actividades como sorteos e xogos.

No marco desta celebración, convócase tamén a Xunta Preparatoria de Socios Consumidores, previa á Asemblea Xeral da cooperativa, prevista para o día 15 deste mes. A Xunta terá lugar tamén no Pazo Euskalduna de Bilbao e permitiralles

---

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

#### **EROSKI - OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE**

ZIORTZA BERISTAIN  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

aos Socios Consumidores coñecer de primeira man a evolución da cooperativa e os principais proxectos levados a cabo no último exercicio.

Máis alá da celebración do "*Día do Socio*", durante o ano a súa participación na vida da cooperativa artículase a través de 21 Comités Consumeristas presentes no País Vasco, Navarra, A Rioxa e Cantabria, que involucran a máis de 1.500 Socios Consumidores.

Os Comités Consumeristas introducen consignas para a mellora continua das tendas e xestionan fondos para o desenvolvemento de actividades de transformación social, propias dunha cooperativa, como a promoción dunha alimentación equilibrada e dun estilo de vida saudable, de información e formación ao consumidor, de sostibilidade ambiental e de solidariedade para unha sociedade máis cohesionada e con maior igualdade de oportunidades.

### **Goberno corporativo en EROSKI**

O goberno corporativo en EROSKI desenvólvese de xeito paritario entre os Socios Traballadores e os Socios Consumidores da cooperativa. Así, tanto a Asemblea Xeral, con 250 representantes de cada comunidade, como o Consello Reitor, formado por 12 membros de maneira tamén paritaria, elíxense democraticamente e ocupan cargos non retribuídos, ao igual ca os membros do resto de órganos do goberno corporativo, como son o Consello Social, o Consello Consumerista, o Consello de Recursos e o Consello de Vixilancia.

En EROSKI, as decisións de maior calado debátense e tómanse en foros de representación cooperativa, nalgúns casos logo de realizar tamén amplas consultas internas.

---

#### **EROSKI**

Dirección de Comunicación Corporativa  
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

[comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

#### **EROSKI - OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE**

ZIORTZA BERISTAIN  
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)