

INFORME DE ACTIVIDAD EN 2020

Las ventas totales alcanzaron los 5.376 M€, aumentando un 2,1%

EROSKI MEJORÓ SUS VENTAS DE ALIMENTACIÓN UN 8,6% Y ELEVÓ SU CUOTA DE MERCADO EN EL NORTE EN 2020

- En la zona norte de España incrementó su cuota situándose por encima del 13% siendo el segundo operador en este mercado (desde Galicia hasta Baleares)
- Cerró el ejercicio con un crecimiento del 82% de las ventas del negocio *online* en la zona norte donde amplía su cuota de mercado a más del 20%
- EROSKI realizó compras a productores locales por valor de 995 M€, un 13% más que el año anterior
- El grupo cerró el año creando cerca de 900 puestos de trabajo, elevando su equipo a casi 30.000 personas, un tercio de las cuales son socios
- El grupo y sus clientes donaron en 2020 más 12 M€ a través de diversas iniciativas solidarias, un 70% de los cuales fue aportado por EROSKI

Elorrio, 29 de abril de 2021.- El grupo [EROSKI](#) cerró el pasado ejercicio mejorando sus ventas brutas un 2,1%, hasta los 5.376 millones de euros, a pesar de los efectos adversos de la COVID-19 en sus negocios no alimentarios -las secciones no alimentarias de los hipermercados, viajes, tiendas de deporte y gasolineras-, sectores especialmente afectados por la reducción de la movilidad y restricciones de apertura durante la pandemia. Destaca, en cambio, la evolución del negocio alimentario del grupo que alcanzó los 5.067 millones de ventas brutas, excepto gasolineras, con un crecimiento del 8,6%. Este crecimiento de la facturación se ha conseguido en un contexto en el que la superficie de venta en el año se ha reducido en 40.000 metros cuadrados netos, la mayoría fuera de la zona norte.

Asimismo, EROSKI ha fortalecido su posición aumentando su cuota de mercado en la zona norte de España un 0,3% hasta el 13,3%, manteniéndose como el segundo distribuidor de alimentación en dicha zona (desde Galicia a Baleares), donde ha concentrado hasta ahora la transformación de su red al modelo 'contigo' y donde EROSKI ha decidido reforzar su expansión como zona prioritaria.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA

Tel.: 944 158 642

Sala de prensa *online*



Ese buen comportamiento de las ventas también se trasladó al canal *online*, que mantuvo su operatividad en todo momento durante la pandemia y llegó a multiplicar por cuatro su capacidad en la primera parte del ejercicio. Así, cerró 2020 con un crecimiento del 82% en sus ventas y una cuota de mercado de más del 20%. Los canales digitales del grupo, [EROSKI Online](#) y [Capraboacasa](#) multiplicaron por cuatro el número de servicios durante el ejercicio 2020. EROSKI *online* fue elegido por los consumidores como el mejor supermercado en internet por cuarto año consecutivo.

Durante el pasado ejercicio EROSKI inauguró 52 tiendas franquiciadas y abrió 20 tiendas propias dentro del dominio alimentario. Además, 92 establecimientos se transformaron al modelo 'contigo' que caracteriza su nueva generación de tiendas.

Aumentó su impacto económico en la sociedad

Las compras a productores locales aumentaron un 13% elevando la cifra hasta los 995 millones de euros. EROSKI comercializó 20.692 referencias de más de 2.400 pequeños productores agroalimentarios, como parte de su política de apoyo al producto local. En un ejercicio marcado por la pandemia, EROSKI llegó a acuerdos que ayudaron a un centenar de pequeños productores y cooperativas agrarias de las regiones en las que opera que habían perdido sus canales habituales de venta (restauración, colectividades, etc.) por la situación de alerta sanitaria, con el objetivo de ayudar a la comercialización de sus partidas de producción. Para ello desarrolló

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 944 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA

Tel.: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)



un sistema colaborativo de ayuda al sector primario para integrar sus excedentes en su red de tiendas.

En lo relativo al empleo, el grupo creó cerca de 900 puestos de trabajo durante el ejercicio 2020, elevando su equipo a 29.806 personas, un 3% más que el año anterior. De entre ellos, 259 personas se incorporan a la cooperativa como nuevos socios de trabajo, lo cual eleva el total a 8.954, un 3% más que en 2019.

El compromiso con la sostenibilidad es uno de los ejes estratégicos para EROSKI y durante el pasado año alcanzó grandes hitos enmarcados en esta línea. Entre ellos, el logro de la primera estrella en el proyecto [Lean & Green](#) por haber superado el objetivo de reducir un 20% sus emisiones de CO₂ en los procesos de logística y transporte, o la certificación de bienestar animal y un envase más respetuoso con el medio ambiente para la gama de leche local en el País Vasco, Navarra, Galicia y Baleares. En 2020 también abordó el lanzamiento de una nueva gama ecológica de productos frescos de marca propia y de alimentación. Asimismo, la implantación pionera de la declaración ambiental de los productos de EROSKI de marca propia ha merecido el reconocimiento como una de las veinte innovaciones más destacadas del 2020 por parte del Observatorio de Innovación en Gran Consumo de España

También creció la solidaridad en 2020

La crisis sociosanitaria desatada por la COVID-19 ha agravado la situación de necesidad de los más vulnerables. Con la colaboración de sus clientes, EROSKI donó en 2020 más de 12 millones de euros a múltiples causas, destacando las relacionadas con colectivos afectados por la COVID-19. De ese importe, el 70% fue aportado por EROSKI. Entre las acciones que llevó a cabo están diversas campañas para recaudar fondos para la alimentación e higiene de uno de los colectivos más vulnerables de esta crisis, como es el de las familias con menores en riesgo de exclusión social agudizado por la pandemia, a través de las cuales se lograron recaudar más de 850.000 euros; la donación de ropa a personas sin hogar y más de un millón de mascarillas a los mayores y familias más necesitadas a través de las residencias de la tercera edad, ayuntamientos y entidades sociales. Para llevar a cabo estas y otras iniciativas solidarias colaboró con [Cáritas](#), [Cruz Roja](#) y más de 200 entidades benéficas locales.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 944 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA

Tel.: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)



Además, facilitó el acceso a productos de primera necesidad a través de más de 15.000 “tarjetas solidarias”, puestas a disposición de entidades sociales e instituciones públicas, y donó a los Bancos de Alimentos el equivalente a más de 6,5 millones de comidas. Asimismo, EROSKI implantó el programa de “[Céntimos Solidarios](#)”, a través del cual los clientes que lo deseen pueden contribuir a causas solidarias que se renuevan periódicamente y para las que EROSKI añade también una contribución adicional. Desde el pasado noviembre, gracias a los más de 9,8 millones de microdonaciones y a la aportación adicional de EROSKI, se han destinado 1,5 millones euros a más de 85 entidades sociales de ayuda a familias vulnerables, niños y niñas con cáncer, mujeres e infancia víctimas de la violencia de género, personas afectadas por enfermedades neurodegenerativas y para la vacunación de niños y niñas en países en desarrollo.

Compra en un entorno seguro

Desde el inicio de la pandemia contar con entornos seguros para sus clientes y trabajadores fue la prioridad de EROSKI. La consecución del sello [Clean Site](#) que identifica al 100% de sus establecimientos como entornos seguros, otorgado por parte de [Bureau Veritas](#), como tercera parte externa e independiente, confirma las buenas prácticas y esfuerzo desarrollado en dicho sentido. EROSKI reforzó las medidas de seguridad y prevención y la limpieza de sus establecimientos. También la atención personalizada, el control de aforos, la gestión y control de las distancias de seguridad y la disponibilidad de equipos de protección individual y medidas de protección. Asimismo, se intensificaron y aumentaron las frecuencias de limpieza y desinfección. La mayoría de dichas medidas se mantiene en la actualidad.

Además, EROSKI se volcó con los clientes pertenecientes a los colectivos más vulnerables como los de las personas mayores, personas con discapacidad o embarazadas y también los sanitarios. Así, habilitó horarios de atención prioritaria para ellos, cajas preferentes a su disposición, y se reforzó el sistema de compra y envío a domicilio gratuito para miles de personas mayores a través de una línea telefónica, además del canal *online*; también se desarrollaron protocolos de seguridad que extremaron las medidas de prevención en las entregas.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 944 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA

Tel.: 944 158 642

Sala de prensa *online*