

## Resultados 2011

# EROSKI ALCANZA UN BENEFICIO OPERATIVO DE 142 MILLONES €, UN 14% INFERIOR

- La cifra global de ventas netas (sin IVA) ascendió a 6.639 millones €, un 3,2% inferior en el negocio principal de distribución, principalmente por la rebaja de precios de los productos de mayor demanda y reducción de red comercial. En estas cifras no está incluida la actividad del Grupo en Francia, negocio traspasado a Intermarché, socio de Eroski en la alianza internacional Alidis.
- El pasivo financiero se reduce en 291 millones €. En los dos ejercicios anteriores la deuda bancaria disminuyó en 761 millones €, sumando una reducción de deuda de 1.052 millones € en el trienio, un tercio del total de deuda.
- Los resultados consolidados del Grupo son 36 millones € negativos, mejoran un 44% sobre los -64 millones € del año anterior, y están muy condicionados por la carga de los gastos financieros y los 113 millones € destinados al deterioro del valor de los activos.
- Los costes operativos se reducen en 94 millones €, un 4,7% en términos relativos gracias a las medidas de ajuste y de eficiencia.
- La cooperativa EROSKI, sociedad matriz del Grupo, ha cerrado el ejercicio 2011 con unos beneficios de 42 millones €.
- **"En un contexto de fuertes cambios en los comportamientos de los clientes y de los formatos principales, supermercados e hipermercados, hemos conseguido avances importantes en los objetivos marcados para este pasado ejercicio"** declara Agustín Markaide, presidente de EROSKI. **"El balance del ejercicio es satisfactorio, con una importante reducción de deuda, gracias a la mayor eficiencia en los procesos y a la realización de activos y con una mejora en la cuota de mercado a condiciones comparables en todos los negocios principales, gracias a una propuesta comercial competitiva en precios y equilibrada entre marcas líderes y marcas propias"**, añade.
- Los titulares de Aportaciones EROSKI recibieron 29 millones € como intereses de su inversión. El interés de estas Aportaciones para 2012 quedó fijado en el 4,768 % para las emisiones más veteranas. Esta retribución está ya comprometida, correspondiendo el abono de los intereses el 31 de enero de 2013.

- EROSKI sigue fortaleciendo su actividad con la Cooperativa EROSKI (Comunidad Vasca, Navarra, Burgos, Cantabria y La Rioja), Caprabo (Cataluña), Vegalsa (Galicia) y Baleares, confirmando sus posiciones de liderazgo en esos mercados.
- EROSKI consolida su apuesta decidida por "el precio más competitivo" en la cesta básica y ahorra a los clientes 123 millones € en la compra.
- La participación de la marca EROSKI se mantiene en el 32% en alimentación, que es el nivel deseado; EROSKI basic ha sido protagonista por su calidad y capacidad competitiva según la valoración manifestada por los clientes.
- La red comercial se eleva a 2.207 establecimientos, con 58 nuevas aperturas y 113 cierres y traspasos. La plantilla alcanza las 40.555 personas (sin Francia), de las que 13.772 son socios propietarios.
- 628.356 socios consumidores y amigos de la Fundación EROSKI son los principales protagonistas y receptores de las acciones que emprende esta institución, centradas en la información al consumidor, acciones medioambientales e iniciativas solidarias. EROSKI ha destinado 5,9 millones € en 2011 a estas finalidades, procedentes del 10% de los beneficios anuales.

**Madrid, 24 mayo 2012.-** El Grupo EROSKI ha cerrado el ejercicio de 2011 con un beneficio operativo de 142 millones €, un 14% inferior. Por su parte, el pasivo financiero se reduce en 291 millones €. En los dos ejercicios anteriores la deuda bancaria se redujo en 761 millones €.

Los resultados consolidados del Grupo son 36 millones negativos, mejoran un 44% sobre los -64 millones € del año anterior, y están muy condicionados por la carga de los gastos financieros y los 113 millones € destinados al deterioro del valor de los activos. Durante el ejercicio se abordó una importante reducción de precios para ganar en competitividad que significó un ahorro de 123 millones € para los clientes, en una actuación comercial sostenida al reducir al conjunto de los clientes 266 millones € en estos dos últimos años.

***"El balance del ejercicio es satisfactorio, con una importante reducción de deuda, gracias a la mayor eficiencia en los procesos y a la realización de activos y con una mejora en la cuota de mercado a condiciones comparables en todos los negocios principales, gracias a una propuesta comercial competitiva en precios y equilibrada entre marcas líderes y marcas propias"***, señala Agustín Markaide, presidente de EROSKI.

Por segundo año consecutivo la actividad comercial tuvo un comportamiento diferenciado de los consumidores con una reducción de la demanda en el segundo semestre, y especialmente en el último trimestre. El panorama económico general que repercute en el conjunto de la actividad económica y en su fuerte repercusión en el desempleo afecta a la decisión de consumo de productos con un comportamiento sostenido en la adquisición de alimentos y

2

---

**Iosu Sanz**

**Dirección de Comunicación Corporativa**

Teléfono 917 862 558 - 946 211 934, [iosusanz@eroski.es](mailto:iosusanz@eroski.es), [www.eroski.es](http://www.eroski.es)

**Tinkle**

Joaquín Monzón, 629 123 748, [jmonzon@tinkle.es](mailto:jmonzon@tinkle.es)

Alexandra Olmos, 91 310 03 14, [aolmos@tinkle.es](mailto:aolmos@tinkle.es)

productos frescos de consumo diario, en detrimento de los artículos no alimentarios. Esta actuación del consumidor se refleja en un mejor comportamiento de los supermercados y establecimientos de proximidad que en los grandes establecimientos.

El ejercicio de 2011 ha movilizado mayor número de clientes en las tiendas de la red comercial del Grupo EROSKI, con un crecimiento de un 1% respecto del anterior, a pesar del menor valor económico por cada compra. Este comportamiento ha sido generalizado en el transcurso del año en el conjunto de la cooperativa EROSKI en la Comunidad Vasca, Navarra, Burgos, Cantabria y la Rioja, Caprabo en Cataluña, Vegalsa en Galicia, y Baleares en cuyos mercados EROSKI sostiene su posición y liderazgo.

La reducción del endeudamiento financiero sigue siendo un objetivo principal en los diferentes planes de gestión de los últimos ejercicios. En este logro el ejercicio del 2011 redujo en 291 millones € el pasivo financiero. En el conjunto de los dos ejercicios anteriores la deuda bancaria se redujo en 761 millones €, sumando una reducción de deuda de 1.052 millones € en el trienio, un tercio del total de deuda.

***"Más de 4.000 personas han decidido convertirse en socios cooperativistas de dos nuevas cooperativas en el seno del Grupo Eroski. La creación de las dos cooperativas es un paso que nos acerca al modelo de empresa que deseamos ser y es un paso al que seguirán otros. Este es un hito para Eroski y para el mundo cooperativo que justo se materializa en 2012, el año de la celebración del Año Internacional de las Cooperativas"***, añade Agustín Markaide, presidente de EROSKI.

Alimentos frescos y envasados que componen la compra principal y repetida por parte de los consumidores impulsan el crecimiento de la marca EROSKI basic lanzada hace un año, una marca que ofrece productos de calidad contrastada con precios muy competitivos. Asimismo, el conjunto de la marca propia en sus diferentes propuestas ha tenido un mejor comportamiento seguramente por la conquista de la confianza del consumidor, al ser una marca propia innovadora en calidad y en sus aportaciones para la salud y nutrición, con las novedades exclusivas en el mercado del semáforo nutricional de colores, la eliminación de las grasas trans artificiales, y la marca Sannia, productos más saludables con reducción destacada de sal, grasa y azúcar de su composición.

La red se compone de 103 hipermercados EROSKI, 974 supermercados (EROSKI/center, EROSKI/city y Caprabo), 60 gasolineras, 19 cash-carry, 197 oficinas de viajes EROSKI, 37 tiendas de deporte Forum Sport, 278 perfumerías IF y 4 tiendas de ocio y cultura Abac, a las que se añaden las 32 plataformas logísticas. A esta red se suman 499 autoservicios franquiciados. En Andorra, 4 perfumerías IF.

---

**Iosu Sanz****Dirección de Comunicación Corporativa**

Teléfono 917 862 558 - 946 211 934, [iosusanz@eroski.es](mailto:iosusanz@eroski.es), [www.eroski.es](http://www.eroski.es)

**Tinkle**

Joaquín Monzón, 629 123 748, [jmonzon@tinkle.es](mailto:jmonzon@tinkle.es)

Alexandra Olmos, 91 310 03 14, [aolmos@tinkle.es](mailto:aolmos@tinkle.es)