

Muestra buenos resultados en su nuevo modelo de tienda y reduce en 72 millones de € sus gastos operativos

EROSKI INCREMENTA UN 73% SU RESULTADO OPERATIVO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL EJERCICIO

- **Reduce sus pérdidas en un 18,35% en los primeros seis meses, respecto al mismo periodo del año anterior**
- **La facturación continúa viéndose afectada por la desfavorable coyuntura económica, registrando un descenso del 5,6% respecto al primer semestre del ejercicio anterior**
- **Continuando con su plan de desapalancamiento, durante el primer semestre amortiza 60M€ de su deuda**
- **La transformación definida en el Plan Estratégico 2013-16 avanza con un nuevo modelo de tienda, nuevos programas de marketing segmentado y la mejora de la cadena de suministro**

Elorrio, 27 de julio de 2013.- [EROSKI](#) ha cerrado el primer semestre del presente ejercicio con una mejora de sus resultados operativos que alcanzan los 30 millones de euros, un 73,4% más respecto a los 17,3 millones obtenidos en el mismo periodo del ejercicio anterior. Estos datos, que demuestran la fortaleza de la actividad empresarial, son consecuencia de la importante reducción de gastos, debida principalmente a la mejora de la eficiencia interna de los procesos. Son destacables durante este primer semestre los buenos resultados alcanzados por la implantación del nuevo modelo de tienda "contigo", que comienza a extender progresivamente a toda su red comercial de hipermercados y supermercados con mejoras del 8,78% en las ventas de los supermercados ya transformados y del 10% en las secciones de frescos de los nuevos hipermercados. En cuanto a las visitas de clientes a las tiendas ya transformadas, éstas incrementan en torno a un 9%. También han contribuido a la relevante mejora del beneficio operativo, la apuesta por la apertura de tiendas franquiciadas, que en los primeros seis meses del ejercicio ascienden a 21 inauguraciones que han generado 132 nuevos empleos y ha contado con una inversión de 5 millones de euros. La cooperativa prevé

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 609 386 514
oscar_gonzalez_uriarte@eroski.es

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA

CONSEJEROS DEL NORTE

EDURNE IZQUIERDO
ARTURO ZUBIAGA

Tel: 944 158 642
eizquierdo@consejerosdelnorte.com
azubiaga@consejerosdelnorte.com

duplicar el número de aperturas en la segunda parte del 2013 hasta alcanzar 60 nuevos supermercados franquiciados en el balance total del ejercicio. Esta estrategia de crecimiento ha sido reconocida recientemente en el Salón de la Franquicia & Negocio recibiendo el premio a la franquicia que más puestos de trabajo ha creado en 2012

A pesar de haber conseguido incrementar notablemente el resultado operativo, la facturación continúa viéndose afectada por la desfavorable coyuntura macroeconómica, con un descenso del 5,6% con respecto al primer semestre del ejercicio anterior, hasta alcanzar los 3.292 millones de euros. Este descenso en la facturación se agudiza en las secciones no alimentarias de los Hipermercados. Sin embargo, dicha bajada se ha compensado en su totalidad con el ajuste de los gastos internos debido fundamentalmente a la mejora de la eficiencia de los procesos con una notable reducción de gastos de transporte, arrendamientos y gastos de personal, donde destaca la implicación de todo el colectivo de trabajadores con un compromiso de reducción salarial de un 7% de media. Todo ello ha hecho posible una disminución del gasto operativo total de 72 millones de euros, lo que representa una mejora del 8% respecto al año anterior.

Un hito destacable durante el primer semestre de este año en la mejora de la cadena de suministro ha sido la inauguración de la automatización de la plataforma de frescos de Zaragoza, que se suma a la ya automatizada plataforma de Madrid, y que consiguen acortar los tiempos entre la recogida en el campo y la llegada a las tiendas, lo que se traduce en unos alimentos frescos de mayor calidad y precios más baratos. Actualmente EROSKI sigue adelante con la automatización de su plataforma de mercancías generales de Elorrio (Vizcaya) cuya entrada en funcionamiento está prevista para el próximo año.

Las mejoras obtenidas en la eficiencia interna durante el primer semestre del año han posibilitado la activación de una política comercial con precios más bajos que contribuye a dinamizar las ventas especialmente en la última parte del semestre. En este apartado, es destacable el comportamiento del negocio de gasolineras que, tras la aplicación de la bajada de precios, ha incrementado sus ventas un 10,5%.

El ajuste de los gastos, que compensa la contracción de la cifra global de ventas, y la sustancial mejora del resultado operativo, consecuencia de las primeras actuaciones definidas en el Plan Estratégico 2013-16 aprobado este mismo año, han permitido reducir las pérdidas en el resultado global en un 18,35%, alcanzando la cifra de 39 millones de euros, frente a los 49 millones de euros del mismo periodo del ejercicio anterior. A pesar de la rotunda mejora del resultado operativo en un 73%, el resultado final se ve afectado por la evolución desfavorable en 6

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 609 386 514

oscar_gonzalez_uriarte@eroski.es

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA**CONSEJEROS DEL NORTE**

EDURNE IZQUIERDO
ARTURO ZUBIAGA

Tel: 944 158 642

eizquierdo@consejerosdelnorte.com

azubiaga@consejerosdelnorte.com

millones de euros del resultado financiero, en un período en el que EROSKI ha reducido en 60 millones de euros su deuda con las entidades financieras, siguiendo con el plan de amortización trazado.

La estrategia de transformación emprendida por EROSKI en el marco de su Plan Estratégico 2013-16 ha sido reconocida con numerosos premios durante este primer semestre de 2013. En relación a la fuerte apuesta de la cooperativa por los proveedores locales, la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) ha premiado las iniciativas de EROSKI para poner en valor el producto local. También durante este semestre, EROSKI ha sido reconocido como Mejor Iniciativa Empresarial por la Academia Española de Nutrición y Ciencias de la Alimentación (AEN) por su compromiso por una alimentación saludable. Un segundo premio en el ámbito de la salud, otorgado por el Festival Internacional de Comunicación Infantil "El Chupete", galardonaba el nuevo Programa Educativo sobre Alimentación y Hábitos Saludables de Fundación EROSKI y la comunicación responsable que EROSKI practica en los envases de marca propia, concretamente en la gama de cereales para el desayuno. La sólida cultura cooperativa de EROSKI también ha sido reconocida en el sector de los recursos humanos con el Premio Capital Humano a la Comunicación Interna por su transparencia informativa como base para una mayor identificación de los trabajadores con el proyecto cooperativo y una mayor implicación en la actividad empresarial.

Sobre EROSKI

EROSKI cuenta con una red superior a los 2.100 establecimientos y está compuesta por hipermercados EROSKI, supermercados EROSKI/center, EROSKI/city, Familia y Caprabo, además de gasolineras, oficinas de viajes, ópticas, tiendas de deporte, perfumerías y 21 plataformas logísticas.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 609 386 514
oscar_gonzalez_uriarte@eroski.es

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

EDURNE IZQUIERDO
ARTURO ZUBIAGA

Tel: 944 158 642
eizquierdo@consejerosdelnorte.com
azubiaga@consejerosdelnorte.com
