



Iraunkortasun-
memoria
2003-2004

Aurkibidea

2003-2004ko iraunkortasun-memoria

1 Memoria honetaz	04. or
--------------------------------	--------

2 Lehendakariaren gutuna	06. or
---------------------------------------	--------

3 Honelakoa da gure erakundea	08. or
--	--------

- 3.1. Guztien eta guztientzako erakundea
- 3.2. Gure alderdi interesdunak
- 3.3. Sozietate-egitura
- 3.4. Negozio-alorra eta ikur-alorra

4 Gauzak egiteko beste modu bat	30.or
--	-------

- 4.1 Antolamendu funtzionala
- 4.2 Barne-konpromisoen kudeaketa
- 4.3 Kanpo-konpromisoen kudeaketa

5 Aurrerapen-urtea. Aberastasuna eta ongizatea sortzen	40.or
--	-------

- 5.1. Kontsumitzaileak
- 5.2. Ekonomi eta kultur garapeneko eragilea
- 5.3. Pertsonak
- 5.4. Etorkizuneko belaunaldiak: ingurumena
- 5.5. Gizartea

6 Eranskinak	81.or
------------------------	-------

- I. eranskina
GRIren baldintzekiko korrelazio-taula
- II. eranskina
AENORen balioztatze-txostena
- III. eranskina
Munduko Itunaren 2004ko Aurrerapen Txostena
- IV. eranskina
2015 milurtekoko gizarte-ekintza eta helburuak

3

Honelakoa da gure erakundea

- 3.1. Guztien eta guztientzako erakundea
- 3.2. Gure alderdi interesdunak
- 3.3. Sozietate-egitura
- 3.4. Negozio-alorra eta ikur-alorra

Honelakoa da gure erakundea

Kontsumo handiko produktu eta zerbitzuen banaketako taldea gara, eta Espainiako etxe guztietara hurbildu nahi ditugu produktu eta zerbitzu horiek, ahalik kalitatetik handienekin. Horretarako, gure zentro guztietan, gure bezeroen gogobetetasunarekiko konpromisoa bermatzen dugu.

Gure kudeaketa etikoak etengabe neurtzea, kontrolatzea eta hobetzea eskatzen du, eta neurketa, kontrol eta hobekuntza horiek kolektibo interesdun guztiekiko dugun harremana ezartzen duten adierazleen bidez egiten ditugu. Kudeaketa Etikoko Printzipio horrek gure korporazio-balioak ditu oinarritzat, Kode Etikoa ematen dugu balio horien berri, eta erakunde osoan zabaltzen ditugu. Hona hemen:

ELKARLANA

Langileok jabeak eta protagonistak gara, eta geurea sentitzen dugu Eroski. Horrenbestez, Eroski Taldearen arazoak eta arrakastak gure mende daude eta gure eragin zuzena eta pertsonala dute.

GIZARTE ERANTZUKIZUNA

Eroski Taldeak pertsonen garapen profesionala bideratu behar du, baina baita horien garapen integrala ere. Izan ere, pertsona garatzen bada, erakundeari garatzen laguntzen dio, eta horrek gizarte-garapena ekarriko duen bilakaera-espinala sortzen du. Hala ere, gure jarduerak erakundea egiten dugun pertsonok →

gainditzen gaitu eta oso eragin handia du ingurune hurbilean, eta hain zuzen, ingurune hurbil hori hobetzen eta gure komunitatea garatzen laguntzeko konpromisoa hartu dugu.

KONTSUMITZAILEEN BALIOA

Eroski Taldeak bokazio naturala du kontsumitzaileekiko, eta hori hainbat ekintzatan islatzen da; besteak beste, kontsumitzaileak enpresa-proiektuko protagonistak dira, haiekin komunikazio gardena eta noranzko bikoa izateko politika garatu dugu, kontsumitzaileen interes eta eskubideak defendatzeko konpromisoa hartu dugu, eta produktu onak, osasungarriak, seguruak eta ingurumenarekiko errespetuzkoak eskaintzen dizkiegu.

PARTAI DETZA

Langileok parte hartze aktiboa dugu proiektuan, eta horrek azaltzen du gure erakundea sortu eta hazi izana. Pertsonok gara erakundearen arrakastaren bermea, eta, beraz, gure ardurakoak dira gure emaitzak eta hobekuntza-eta aurrerapen-helburuak.

BERRIKUNTZA

Gure ustez, etengabeko berrikuntza eta gure jardueraren arlo guztietan aukera berriak etengabe bilatzea ezinbestean bete beharreko baldintzak dira, bai enpresak berak aurrera egiteko, bai gure jarduerak gizartean sortzen dituen itzaropenei behar bezala erantzuteko.

Ildo horretan, Eroski Taldearen eginkizunaren jardunbideak hauek dira, Iraunkortasun-memoria honi dagokion erreferentzia-aldian (2003-2004):

- Kontsumitzaileen premiei erantzuten dieten konponbideak ematea, etengabeko berrikuntzaren bidez.
- Pertsonak integratzen dituen eta arlo pertsonalean eta profesionalean garatzeko aukera ematen dien enpresa-proiektu eta -eredua sortzea.
- Espainiako merkatuan liderrak izatea.
- Irabaziak lortzea, aberastasuna sortuko duen hazkundea izateko eta aberastasun hori →

elkarlaneko eta sozietate-partaidetzako esparruan banatzeko.

- Gure jarduera garatzen dugun komunitatearen bizitza-kalitatea hobetzen laguntzea, eta kontsumitzaileak defendatzeko, ingurumena zaintzeko eta ekonomi eta giza garapena sustatzeko konpromisoa hartzea.

Gure ardatz estrategikoekiko koherente izanez, erakundea osatzen dugun guztiok uste osoa dugu, erabakiak hartzeko, Gizarte Erantzukizuna hartu behar dela gidatatzat. y el impulso del desarrollo económico y humano.

Kudeaketa etikoa Zuzendaritzaren helburuen artean sartzeko, etengabeko hobekuntza Gizarte Erantzukizuneko printzipioen arabera hartzeko eta hura adierazleen bidez egiaztatzeko hartutako konpromisoari esker, 8000:2001 SA Araua egiaztagiria lortu dugu, bai eta horri eustea ere. Hain zuzen, Espainiako banaketa-enpresetan lehenengoa izan da gurea, eta, Europakoetan, bigarrena.

Gizarte-erantzukizuna bere egin duen enpresa izateak giza eskubideekiko errespetuarekin hartutako konpromisoa adierazten du, bai eta kontsumitzaileen, langileen, hornitzaileen eta komunitatearen oinarrizko eskubideekin errespetuz jokatzeko duen kudeaketa garatzeko konpromisoa ere. →

Konpromiso hori balio-kate osoan zehar hedatzen da, eta, horretan, erakunde osoak hartzen du parte; izan ere, arlo eta negozio guztietan aplikatzen dira Gizarte Erantzukizuneko politikak, gizartearen iraunkortasuna bermatzen laguntzeko, gu ere gizarte horren zati baikara.

Eroski Taldeko aginte-taula elikaduraren eremuan
Garapen arloko helburuen betetze mailan egindako aurrerapausoak

	Zer egiten dugun	Nola egiten dugun	2002	2003	2004	
Kontsumi- tzaileekiko bokazioa	Eskaintzaren berrikuntza	Hazkundera Bereizketa	Salmentak (mila eurotan)	5.121.582,12	5.203.771,86*	5.582.124,53
			Emaitzak (mila eurotan)	89.387,23	108.394,48*	129.920,00
			Merkataritza-sarea	1.955	1.556*	1.790
			Inbertsioak (mila eurotan)	271.815,06	509.304,56*	357.193,51
	Fidelizazioa Komunikazioa	Eroski-Red txartelaren erabiltzaileak Eroski Fundazioaren Lagunak	875.000	945.947	1.006.526	
			9.854	99.854	137.396	
	Konpromisoak	Bermeak Konfiantza	Egiaztapen eta aintzatespenak	18	18*	19
			Analisiak eta kontu-ikuskapenak	5.379	7.374	8.824
	Kontsumo osasungarria	Bizitza-kalitatearen hobekuntza	Idea Sana EROSKIren jardueretan parte hartutakoen kopurua	334.000	580.540	1.181.499
			Idea Sana EROSKIren aleak/urtean		900.000	1.400.000
Garapen eragilea	Hornitzaileekiko hitzaurreak	Harreman egonkorak	Tokiko produktuak	9.074	10.785	9.789*
			Tokiko produktuen eta kulturaren sustapena			
	Hurbiltasuna eta garapena	Eskualde-saila duten dendak Eskualde-kanpaina monografikoak	36 13	41 13	48 13	
Giza alderdia duen taldea	Sozietate-bizitza	Partaidetza kudeaketan	Langile bazkideak	13.079	10.868*	12.298
			Kontsumo-bazkideak	516.675	341.333*	356.590
			Batzarretako partaidetza-maila: kontsumo-bazkideak	9.793	7.419	6.864*
			langile bazkideak	7.985	7.297	7.727

Eroski Taldeko aginte taula
Garapen arloko helburuen betetze mailan egindako aurrerapausoak

	Zer egiten dugun	Nola egiten dugun	2002	2003	2004	
Giza alderdia duen taldea	Lan-kalitatea	Gogobetetzea Pertinentzia	Pertsonen gogobetetzeari buruzko inkestak (bi urtez behin)	3,27		3,34
			Prestakuntzako orduak	153.000	159.124*	246.390
Ingurumenarekin-konprometitua	Ingurumen-kudeaketa	Aintzatespenak	Ingurumen irizpideak dituzten Eroski Natur produktuak:			
			Fruta eta barazkiak	12,2	20,2	23,6
			Haragiak	15,2	24,5	33,8
		Ekoeraginkortasuna	Hipermerkatuen energia-kontsumoak (jouleak/m ² orduko)	15.086.614	8.748.000	7.488.000
			Ontzi-kontsumoa(ontziak/freskoen salmenta)	162,58	134,74	128,57
			Birziklatutako hondakinak(kg)	598.540	543.211	569.097
Osasunerako ohitura onen sustapena	Kontsumitzaileen sentsibilizazioa	Ingurumen-kanpainetara bertaratutakoak	32.500	85.560	211.200	
		Elkartasun-kanpainetara bertaratutakoak	121.250	240.000	345.500	
	Produktuaren bizi-zikloan inplikazioa	e+ 5 programako hornitzaile kopurua	50	100	135	
Solidarioak eta gizartearekin aktiboak	Gizarte-ekintza	Elkartasun sentimendua	Gizarte Ekintzaren dohaintzak (mila eurotan)	2.083,47	1.526,20	1.706,44
			Kontsumitzaileentzako kanpainak (mila eurotan)	4.485,73	5.138,47	6.021,18
	Langile eta kontsumitzaileekin jarduerak	Balioak bizitzea	Produktuak Entregatzeko programa	480.809	802.311	1.187.543
			Bidezko Merkataritza	120.200	180.303	101.779*

* Datu horiek aldatu egin ziren Consum Koop. Elk. Eroski Taldetik irtetean

3.1 Guztien eta guztientzako erakundea

Eroski Taldearen izaera juridikoak gure kultura eta nortasuna markatu ditu, hasiera-hasieratik, eta horrek ezaugarri bereizlea eman digu. Kooperatiba-ereduan oinarrituta, gobernu paritarioaren inguruan egituratzen da. Gobernu paritario horrek honako berezitasun hauek ditu:

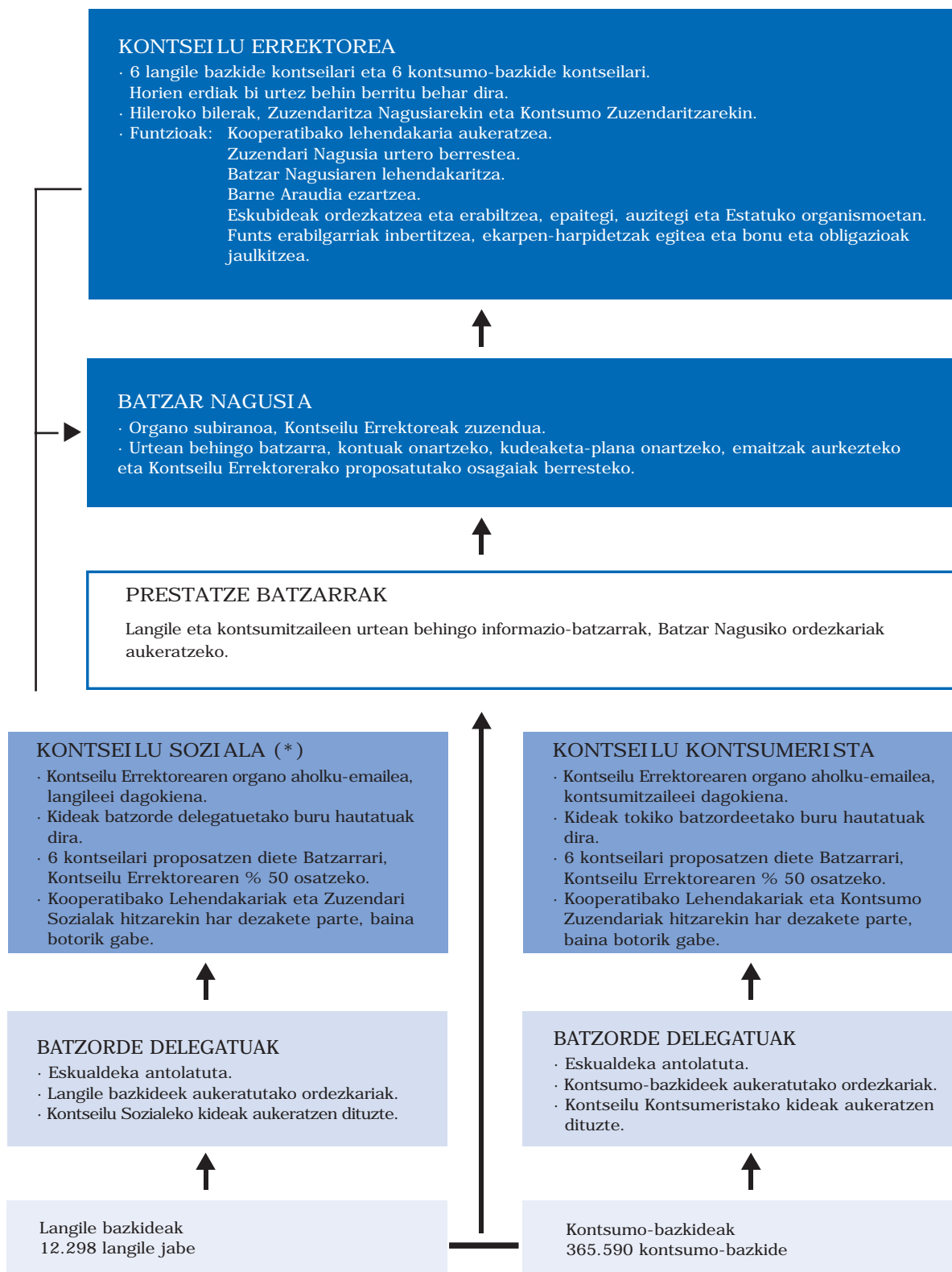
- Langileak jabe eta protagonista: Eroski Taldea 12.298 langileren jabetzako da. Horrez gain, langileok gara kudeaketaren arduradunak. Kapitalean, kudeaketan eta emaitzetan dugun partaidetzaren ondorioz, proiektuaren partaide gara. Hortaz, erakundearen martxan hartzen dugu parte, erabakiak hartzeko prozesuan esku hartzeko beharrezkoak diren barne-komunikazioak eta -prestakuntza jasotzen ditugu, eta gure eskumenak kudeatzen, betiere, pertsona bakoitzaren autonomia eta erantzukizun-maila errespetatuta.
- Kontsumo-bazkideak: 493.986 pertsona dira Eroski Fundazioaren Lagunak, eta bizi-aztura onei, osasungarriei, ingurumenarekiko errespetuzkoei eta solidarioei buruzko prestakuntza- eta informazio-jardueretan hartzen dute parte. Horrez gain, erakundearen gobernuan integratzen dira, kide independente gisa, eta erabakiak hartzeko eta negozioa bideratzeko prozesuetan har dezakete parte, beren behar eta itxaropenei erantzun ahal izateko. Horretarako, aldian behin, negozioko arlo eta jarduera guztien martxari buruzko informazio garden eta egiazkoa jasotzen dute.
- Gobernu paritarioa: langile eta kontsumitzaileek osatzen dute Administrazio Kontseilua (zuzendaritza-organo gorena), eta horrek bermatzen du, →

erabakiak hartzen direnean, sozietatearen behar eta itxaropenak aintzat hartzen direla. Langile eta kontsumitzaileek parte hartzen dutenez gero, horien sentiberatasunak uztartzeko eta taldearen estrategian integratzeko aukera dugu. Horrela, sentiberatasun horiei erantzutea lortzen dugu.

- Soberakinen berrinbertsioa: ekitaldi bakoitzean lortzen diren irabazien % 10 gizarte-ekintzak egiteko erabiltzen dugu, bai eta kontsumitzaileen interesak defendatzeko jarduerak egiteko eta haiek kontsumo osasungarriko eta kalitatezkoak dituzten eskubideak sustatzeko ere.

Aldi berean, gizarte-sentiberatasunak eta gizartearekiko konpromisoak erantzukizun-zentzu batez markatu dituzte gure alderdi interesdunetikiko harremanak; horren ondorioz, etengabeko komunikazio-bideak ezarri eta behar eta itxaropenak erakundearen helburuen artean integratu ditugu, horiek asetzen saiatzeko eta balio iraunkorra sortzeko.

Gobernu Onaren hiru Kodek agintzen dute Eroski Taldeko Korporazio Gobernuan, kudeaketa-gardentasuna eta etika bermatzeko; erakundeko bazkide guztiek ezagut ditzakete, barneko web orrian. Hona hemen Gobernu Onaren Kodeak: Kontseilariaren eta Errektorearen Estatutua, Jokabidearen Barne Araudia eta Administrazio Kontseiluaren eta Kontseilu Errektorearen Barne Araudia. Conducta y el Reglamento Interno del Consejo de Administración y Consejo Rector.



(*) Estatutuen 59. artikuluan jasota dagoenez: Kontseilu Soziala langile bazkideekin lotutako gaiak behar bezala kudeatzen laguntzeko eskumena duen organoa da. Besteak beste, zeregin hauek ditu:

1. Urteko lan-arauak egitea
2. Langile bazkideen Prestatze Batzarraren buru izatea
3. Kontseilu Errektorearen aholkularitza- eta informazio-funtzioak egitea

3.2 Gure alderdi interesdunak

Zer egiten dugun	Nola egitan dugun	PERTONAK	KONTSUMITZAILEAK	HORNITZAILEAK	ITUNAK	GIZARTEA	BEZEROAK	ERAKUNDEAK	IRUTZI-LIDERRAK	GEROKO BELAUNALDIAK	FAMILIA
Eskaintzaren berrikuntza	Hazkundera / Bereizketa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Fidelizazioa / Komunikazioa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Konpromisoak	Bermeak eta Konfiantza	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Kontsumo osasungarria	Bizitza-kalitatearen hobekuntza	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Hornitzaileekiko akordioak	Harreman egonkorrak	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tokiko produktuen eta kulturaren sustapena	Hurbiltasuna eta garapena	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sozietate-bizitza	Partaidetza kudeaketan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Lan-kalitatea	Gogobetetasuna / Pertenentzia	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ingurumen-kudeaketa	Ekoeraginkortasuna	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Aztura osasungarrien sustapena	Kontsumitzaileen sentsibilizazioa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gizarte-ekintza	Produktuaren bizi-zikloan inplikazioa	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Langile eta kontsumitzaileekiko	Elkartasun-sentimendua	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Jarduerak	Balioak bizitzea	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Pertsonak gara

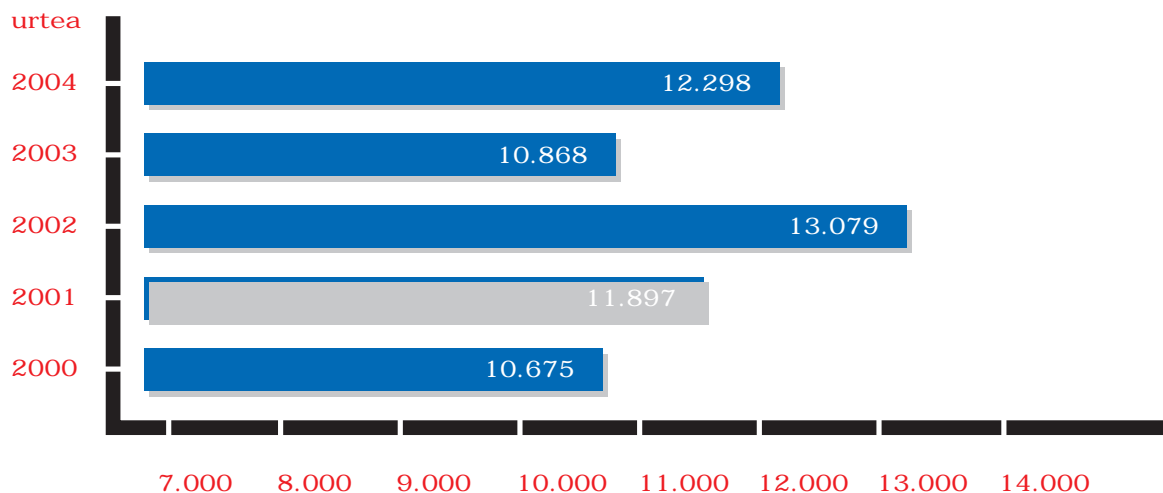
Eroskin, helburua gara pertsonok, ez baliabidea. Guk osatzen dugu erakundearen oinarria, haren jabeak eta protagonistak baikara. Gure partaidetza-maila gure konpromisoaren eta noranzko biko barne-komunikazioaren ondorioa da, eta hauetan hezurramitzen da:

- Kudeaketan eta helburuetan.
- Kapital sozialean eta emaitzetan.
- Gizarte- eta enpresa-bizitzan protagonismoa izanez, organo sozialen bidez.

Egunez egun, Eroski Taldea osatzen dugunon helburua hau dugu: langile bazkideen partaidetza- eta inplikazio-maila eta gure konpromisoa handitzea, kudeaketan parte hartzea bultzatzen duten balioztatze-, komunikazio- eta trebakuntza-sistemen bidez.

Langile bazkideen kopurua handitzeko joera 2003an eten zen, termino erlatiboetan; izan ere, urte hartan, Consum Koop. Elk. irten egin zen Eroski Taldetik.

Langile bazkideen bilakaera (2000-2004)



Kontsumitzaileak

Eroski Taldea bederatzi kontsumo-kooperatiba elkartzearen ondorioa da, eta kontsumitzaileekiko harreman estuari eutsi izan diegu; izan ere, urteko irabazien % 10 haiekiko eta ingurunearekiko dugun konpromisorako gordetzen dugu.

Kontsumitzaileak protagonistak dira. Kontseilu Errektorean parte hartzen dute eta hartutako neurriei buruzko informazioa jasotzen. Haien behar eta itxaropenei erantzuteko modua ere aztertzen dugu; eta horretarako, arreta pertsonalizatua eta eraginkorra emateaz gain, zenbait komunikazio-bide ezarri ditugu.

Gure konpromisoa honetan datza: kontsumo osasungarria eta bermekoa eskaintzen diegu kontsumitzaileei, prezio lehiakorretan, eta horrekin batera, prestakuntza- eta informazio-

programa bat eskaintzen diegu, bizi-aztura onen, osasungarrien, ingurumenarekiko errespetuzkoen eta solidarioen berri emateko. Eroski Fundazioaren Lagunekin elkarbanatzen ditugu interes horiek. Eroski Fundazioaren Lagunak elkartean, kooperatibako kontsumo-bazkideak biltzen dira (kudeaketan eta enpresa-arloko erabakiak hartzeko prozesuan hartzen dute parte), bai eta Eroskik sustatzen dituen prestakuntza- eta elkartasun-ekimenetan parte hartzeko interesa duten Fundazioaren lagunak ere.

Fundazioaren Lagunak Idea Sana EROSKI programaren protagonistak dira. Eroski Fundazioak ingurumen- eta elkartasun-sentsibilizazioaren inguruan antolatzen dituen jardura eta programei buruzko informazioa jasotzen dute etxean.

Eroski Fundazioa

Erakunde bizia eta parte-hartzailea da, eta Eroskiren balioak komunitatean garatzen ditu. Bereziki, kontsumitzaileei dagokien guztia etikoa eta gardena izango dela zaintzeko konpromisoa hartu du. Beraz, hiru ildoren inguruan antolatzen da bere eginkizuna. Hona hemen: kontsumitzaileak informatzea, garapen iraunkorra sustatzea eta elkartasuna.

Fundazioari egindako ekarpen ekonomikoari esker, hainbat ekintza gauzatzeko aukera dugu; besteak beste, dibulgazio-kanpainak egitea, aldizkari eta gidaliburuak argitaratzea, beka eta dirulaguntzak ematea, eta Hirugarren Munduko herrialdeei laguntzen dieten erakundeekin eta elikagai, jostailu, testuliburu eta abar biltzeko elkartasun-kanpainetan parte hartzea. Kontsumitzaileak dira guztioi bizitzakalitate hobea ematen diguten ekintza horien guztien hartzaileak.

Patronatu batek agintzen du Fundazioa, eta, Patronatuan, Eroski Taldea osatzen duten sozietateak eta kontsumitzaileak daude ordezkaturak; horiez gain, hainbat arlotako adituek ere (osasunaren, ingurumenaren, elkartasunaren eta teknologia berrien arloetakoek) beren ezagutzak ematen dituzte. Eta jakintza-arlo anitzeko talde tekniko handi baten laguntza ere jasotzen du. Azken talde hori kontsumitzaileengandik hurbil dago, haien beharrei etengabe erantzungo dien gizarte- eta giza proiektua garatzeko.

Proiektu horren barruan, urtero kudeaketa-plan bat diseinatzen da eta jartzen da martxan, eta honako hauek biltzen ditu: bazkide eta lagunentzako proposamenak; kontsumitzaileak informatzeko kanpainak; informazio-produktuak; elkartasunarekin, nazioarteko lankidetzarekin eta iraunkortasunarekin lotutako ekimenak; ikerketarako beka eta laguntzen deialdia; nazioarteko lankidetzako esku-hartzeetan laguntzeko urteko deialdia; babesak; eta Produktuak Entregatzeko programa.

Gure hornitzaileak

Gure hornitzaileak zuzenean inplikaturak daude balio-katean; beraz, elkarrekin egiten ditugun ekintza-programak ezinbesteko lankidetzatresna dira. Eroski Taldeak produktu freskoen merkataritza babesten du, batik bat, eta, hori dela-eta, hitzarmenak sinatzen ditugu tokiko sindikatu eta fabrikatzaileekin, beren produktuen kalitatea ahalik gehien handitzeko beharrezkoa den egonkortasun ekonomikoa bermatzeko.



Lankidetzaren bidez, produktu-estandarrak diseinatzen eta ezartzen ditugu (laborategiak eta Kalitate Sistemen sailak kontrolatzen dituzte estandar horiek), baita gizarte-jokabide arduratsua lortzeko barruko kudeaketa-politikak ere (jokabide horretan, gure Gizarte Erantzukizuneko politika guztiak integratzen dira zeharka). 8000:2001 SA Arauaren egiaztagiria lortu genuenetik, bereziki garrantzitsua da alderdi hori.

Merkataritza-harremana izateaz gain, hornitzaileekin batera egiten dugu lan, langileen eskubideen defentsarako, elkartasunerako eta ingurumenaren babeserako jarduerak ezartzeko. Ildo horretan, 1999an, e+5 programaren laguntzarekin, ingurumena kudeatzeko sistemak diagnostikatzeko eta apurka-apurka ezartzeko prozesuari ekin genion. Fundación Entorno delakoak antolatzen du programa hori, Zientzia eta Teknologia Ministerioarekin batera, eta, horretan, gure marka propioen ehun hornitzaile baino gehiagok hartzen dute parte.

Itun estrategikoak

Kontsumitzaileen behar eta itxaropen guztiak ezagutzen ditugunez, funtsezkoa da produktu eta zerbitzuak diseinatzeko eta sortzeko adituak direnekin elkartzeko, gure bezero guztien asebetetzetik handiena lortzeko duen eskaintza sortzeko eta etengabe hobetzeko.

Lankidetzaren horrek korporazio-printzipio eta -balioak garatzea izan behar du helburutzat, eredu nagusiak, kudeaketa-prozesuak eta jarduerak hobekien garatzeaz gain. Zeregin horretan, gure erakundeko Zuzendaritza Foroaren eta Batzorde Funtzionalen lana oinarritzat hartzen da, gure kultura hedatzeko eta gure aliatuek horren garapen praktikoan parte har dezaten.

Gure gizartea

Gizartean dugun eraginak pertsonen kultura etikoaren igorle gisa egiten duten ekarpena gaitzen du. Gure urteko irabazien % 10 gizartera bideratuz, gure ingurunean garapen iraunkorra eta ongizatea sortzen laguntzen dugu.

Inplikazio horretan, elkartoki moduko bat da Eroski Fundazioa, eta, bertan, kontsumitzaileen eskubideekiko, ingurumenaren babeserako eta elkartasunarekiko sentikorrak diren herritarrak elkartzeko dira. Ildo horretatik, gizartearen helburuak bere gain hartzen dituen erakundea gara, helburu horiek lortzeko ahalegintzen dena, komunikazio-bideak ezarri eta zenbait alderdi interesdunekin elkarrekin arituz.

Eroski zenbait gobernu kanpoko erakunderen aliatu estrategikoa da eta haiekin batera aritzen da gizarte- eta ingurumen-sentsibilizazio kanpainen. Kanpainotan, besteak beste, giza balia bideak eta balia bide ekonomikoak ematen ditu, komunikazio-bide gisa jarduten du eta jokabide solidarioak diseinatu eta zehazten ditu.

Gure bezeroak

Eroskirentzat, bezeroak kalitate bermatuko produktu eta zerbitzuak erosteko prozesua baino askoz garrantzitsuagoak dira. Idea Sana EROSKI prestakuntza- eta informazio-programa integrala jartzen dugu bezeroen eskura; eta horri esker, kontsumo arduratsua garatzeko eta aztura onak, osasungarriak, ingurumenarekiko errespetuzkoak eta solidarioak lortzeko aukera dute.

Eroskirekin harremana estutu nahi dutenei Eroski Fundazioaren Laguna izateko eta, horren bidez, gure ahaleginetara batzeko aukera ematen diegu. Gure jarduerari buruzko informazio eguneratua jasoko dute, bai eta ingurumen- eta elkartasun-sentsibilizazioaren inguruan antolatutako zenbait programatan parte hartzeko gonbita ere.

Erakundeak eta Administrazio Publikoa

Legeak betetzeak eta giza eskubideekiko eta ingurumenaren babeserako dugun konpromisoak enpresa-ehunarekin eta administrazio publikoekin batzen gaitu, guztion helburuak baitira.

Etengabe ari gara administrazioekin lanean, bai tokiko administrazioekin, bai autonomikoekin eta bai nazionalekin. Konponbideak ematen ditugu, legeak egiteko prozesuan laguntzen dugu eta enpresek zenbait arlotan dituzten lan-jarraibideak hobetzeko proiektu komunetan parte hartzen dugu aktiboki. Horrenbestez, ongizatea eta garapen iraunkorra lortzen laguntzen duten Gizarte Erantzukizuneko politikei buruzko sentsibilizazioa pizteko eta politika horiek sustatzeko eztabaida- eta iritzi-foroetan gaude. Aurrerago zehaztuko dugu alderdi hori, kanpo-konpromisoei buruzko atalean.

Iritzi-liderrak

Gizarteko alderdi interesdun guztiekin elkarrizketa irekia dugu, eta haien beharrak asetzeko eta haiek gure helburuen artean sartzeko egindako ahaleginak abalatu egiten gaitu, nazioarteko iritzi-liderrarekin biltzeko.

Geroko belaunaldiak

Giza eskubideen babes, ingurumenarekiko errespetua eta komunitatearekiko elkartasuna sustatzeko politikak geroko belaunaldien oinarritzko premiei erantzuteko dugun kezka erakusgarri dira.

Legeen eskakizunak gainditu, eta oraingo eta geroko komunitateari on egiten dioten eta hura zaintzen duten politika berritzaileak garatzen ditugu.



Horrelaxe integratu dugu Nazio Batuen Bruntland Txosteneko garapen iraunkorraren kontzeptua.

Familia

Pertsonok protagonista eta partaide gisa konprometitzen gara Eroskirekin; izan ere, erakundea gure helburu pertsonalak integratzeaz ere arduratzen da. Egia esateko, hainbat modutara arduratzen da gure ongizateaz, Osasunaren Mundu Erakundearen definizioa aintzat hartuta: lan-bizitza eta bizitza pertsonala uztartzeko politiken bidez (ordutegiak malgutzera, baimen boluntarioak ematea...), izatezko bikoteen eta zuzenbidezko bikoteen egoerak berdinduz, gizonen eta emakumeen arteko berdintasuna sustatuz eta erabakitze prozesuan parte hartzeko aukera emanez.

Eroskiren eta bere alderdi interesdunen artean komunikazio-bide irekiak daude, eta horien arteko harremanak erakunde bilakaerara eta horien jarduera-esparruaren bilakaerara egokituz joan dira. Historikoki izan dugun konpromiso-maila handiari eutsi diogu, harreman hurbilak izan ditugulako eta komunikazio eta partaidetza estua dugulako. Hori dela eta, kontsumitzaile eta pertsonen beharrak asetzera da gure konponbide-bilaketaren lehen helburua.

Aldaketa hori gizarteak, tokiko komunitateak, gure hornitzaileek, gure profesional-taldeak, inbertitzaileek eta gobernua guregan jartzen dituzten itxaropenetan agertzen da; hortaz, oso garrantzitsua da noranzko biko komunikazio-bideak ezartzea, haietako bakoitzarekin elkarrizketa gardena eta aberasgarria bermatzeko.

BIDEAK	Zer lortu nahi dugu?	Zenbatean behin?	Norentzat?
NEXO aldizkaria	Barne-aldizkaria. Bere edukiek enpresako arlo guztiak hartzen dituzte barne, eta, bereziki, ekonomia- eta sozietate-datuei erreparatzen die.	Bi hilean behin	Langile bazkideak
ADUNA aldizkaria	Barne-aldizkaria. Kooperatibari buruzko informazioa ematen du: irekierak, emaitzak, helburuak, proiektuak, aitormentak eta laneko segurtasuna.	Bi hilean behin	Eroski, Koop. Elk.ko bazkideak
SEDE aldizkaria	Eroski Taldearen egoitza nagusiko proiektuak, jardunbide egokiak, elkarrizketak eta albisteak eskaintzen ditu.	Bi hilean behin	Egoitzako langileak
INTERLOG	Plataforme bano eragiten ez dien albisteak plazaratzen ditu.	Hiru hilean behin	Plataformetako langileak
MEJORANDO	Hipermerkatuetako agintariak ditu hartzaile. Jardunbide egokiak eta negozioetarako interesgarriak diren ekimenak azaltzen ditu.	Bi hilean behin	Hipermerkatuetako agintariak
RIdea Sana EROSKI aldizkaria	Kontsumitzaileak informatzeko aldizkaria. Horren helburua kontsumitzaileei bizitza erraztea da; horretarako, elikadurari eta nutrizioari, kirolari, osasunari, ingurumenari eta elkartasunari buruzko proposamenak, aholkuak, ideiak eta informazioa ematen dizkie, bizi-aztura onak, osasungarriak eta ingurumenarekiko errespetuzkoak irakasteko.	Bi hilean behin	Bezeroak Gizartea Kontsumitzaileak Iritzi-liderrak
Idea Sana EROSKI eskolak	EROSKI dendetan informazio-topaketak egiten dira elikadurari eta nutrizioari, elikagaien manipulazioari, aisiari, kirolari, osasunari, ingurumenari, etxeari... buruz.	Astean behin	CBezeroak Gizartea Kontsumitzaileak Iritzi-liderrak
Idea Sana EROSKI foroak	Adituek hitzaldiak ematen dituzte, kontsumitzaileak informatzeko. Gaiak: Telebista eta ongizatea, Teknologia berriak etxean, Musikaren garrantzia, Bizimodua eta zoriontasuna...	Hilean behin	Bezeroak Gizartea Kontsumitzaileak Iritzi-liderrak
Idea Sana EROSKI standa	Merkataritza-sareko topalekua. Ingurumenaren eta gizartearen alorreko gaietan sentikortzeko kanpainei laguntzea eta gure ekimenen berri ematea du helburu.	Etengabe	Bezeroak Gizartea Kontsumitzaileak Iritzi-liderrak
Idea Sana EROSKI bildumak	Gure kanpainetan ematen den informazioa jasotzen duten liburuxka sintetikoak. Bezeroei eta kontsumitzaileei banatzen zaizkie, prestakuntza-jarduerak gogorarazi eta laburbiltzeko.	Hiru hilean behin	Bezeroak Gizartea Kontsumitzaileak Iritzi-liderrak
Idea Sana EROSKI kanpaina	Gure saltokietan ingurugiroari eta elkartasunari buruz informatzeko eta sentikortzeko jarduerak. Gizartearentzat eta ingurumenarentzat onuragarriak diren bizi-ohiturak sustatzea da helburua.	Etengabe	Bezeroak Gizartea Kontsumitzaileak Iritzi-liderrak

BIDEAK	Zer lortu nahi dugu?	Zenbatean behin?	Norentzat?
Consumer EROSKI aldizkaria	Argitalpen aitzindari honek informazio baliagarria eta zorrotza ematen die kontsumitzaileei, eguneroko bizitzan erabakiak hartzen laguntzeko. Besteak beste, osasuna, ongizatea, elikadura, etxeko ekonomia, ingurua, teknologia berriak, aisia, kultura... aztertzen ditu. Elikagaien eta bestelako gaien analisi konparatiboak egiten ditu.	Urtean 11 alde	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
Consumer EROSKI gida praktikoak	Besteak beste, ongizateari, elikadurari, kirolari, hezkuntzari eta osasunari buruzko monografikoak ateratzen dira (orain arte argitaratuak: Frutas, Todo sobre el bebé, Hortalizas y verduras, Camino de Santiago eta Cómo atender mejor a nuestros mayores).	Urtean bi	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
www.consumer.es EROSKI	Interneteko albistegia. Egunerokotasuneko berriak ematen ditu eta egunero eguneratzen da. Bestalde, hiru atal oso ere baditu: Economía doméstica, Nutrición eta Bricolaje izenekoak.	Egunero 20 berri	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
	Informazio-kanalak: Elikadura, Etxebizitza, Eskubideak, Bidaiak, Teknologia, Ekonomia, Brikolajea, Motorra, Hezkuntza, Zientzia, Ingurumena, Osasuna, Elkartasuna eta Elikagaien segurtasuna.	Egunero	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
	Erreportaje bereziak: Elikadura, Etxebizitza, Eskubideak, Bidaiak, Teknologia, Ekonomia, Brikolajea, Motorra, Hezkuntza, Zientzia, Ingurumena, Osasuna, Elkartasuna eta Elikagaien segurtasuna	Egunero	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
	Consumer EROSKI aldizkari digitala, inprimatuta argitaratzen den Consumer Aldizkariaren bertsio telematiko hedatua da. Egunero eguneratzen da.	Urtean 11 ale	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
	Gida Praktikoak, inprimatuta argitaratzen den direnen bertsio telematikoak.	Urtean 2	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
	Lineako eskolak; kontsumitzaileentzat interesgarriak diren gaiak lantzen dituzte (orain arte argitaratuak: Dejar de fumar, Compra vivienda eta ¿Aprender a aprender?).	Urtean 1 edo 2	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
	www.consumaseguridad.com elikagaien segurtasunari buruzko web orria, informazioa ematen duena zorrotasun zientifikoz eta teknikoak.	Etengabe	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
Harrera-gidaliburua	Erakundearen sartzan diren pertsona berrientzako gidaliburua, gure erakundearen balioak, eginkizuna eta funtsezko oinarriak zein diren jakin dezaten.	Unean unekoa	Kontsumitzaileak
Gune garbiak	Ingurumen-sentiberatasuna handitzea eta ingurumenarekiko errespetuzkoak diren kontsumo- eta ezabapen-moduak hartzerantz animatzea.	Unean unekoa	Kontsumitzaileak

BIDEAK	Zer lortu nahi dugu?	Zenbatean behin?	Norentzat?
Iragarki-taulak	Gure erakundea osatzen duten pertsonen informazio interesgarriaren berri emateko guneak.	Etengabe	Giza taldea
Ebaluazio-elkarrizketak	Lana neurtzeko sistema, elkarrizketa pertsonalizatuaren bidezkoa; langileen errendimendu pertsonala eta profesionala ebaluatzeko, lan-arloak eta helburuak ezarri eta adosteko eta ebaluatutako pertsonen ekarpenak jasotzeko aukera ematen dute. Neurketa kuantitatiboa eta kualitatiboa da, lana hobeto balioztatzeko.	Urtean behin	Giza taldea
Irakurkizun-ontzia	Langile eta bezeroen informazioa eta eskaerak jasotzeko etengabeko kanala; aukerak eta mehatxuak hautemateko eta etengabeko hobekuntzarako lan egiteko aukera ematen du.	Etengabe	Giza taldea Kontsumitzaileak
Tokiko batzordeak	Hilean behin, dendetara adskribitutako kontsumitzaileek bilerak egiten dituzte, Heziketa eta Sustapen Fondoaren kudeaketaren kontrola eta segimendua egiteko (gizarterako gordetzen den irabazien % 10 bideratzen da fondo horretara).	Hilean behin	Langile bazkideak
Batzorde delegatuak	Kooperatibako langile guztiak ordezkatzeko dituen gizarte-organoa da; lan-arlo, denda eta negozio bakoitzeko bazkideek ordezkari bat aukeratzen dute. Goranzko eta behearanzko komunikazio-bideak dira.	Hilean behin	Langile bazkideak
Gogobetetasun-inkesta	Eroski Taldeko gizarte-giroa neurtzeko tresna nagusia da.	Bi urtez behin	Giza taldea
Freskometroa	ezeroek hipermerkatuetan eskaintako produktu freskoekiko duten gogobetetasuna neurtzen du.	Urtean behin	Kontsumitzaileak
Kontsumoaren barometroa	Eroski Fundazioaren ekimena da. Estatu osoa hartzen duen iritzi-ikerketa handia da, kontsumitzaileek kontsumoari, elikagaiekiko konfiantzari, prezioei eta abarri buruz zer jarrera eta pertzepzio duten neurtzeko egiten dena.	Urtean behin	Kontsumitzaileak
Kontsumitzaileen balioaren inkesta	Ikerketa horren lehen emaitzak 2003an lortu ziren. Bezeroek gure berme-konpromisoarekiko, osasunari eta produktuen segurtasunari buruz informatzeko konpromisoarekiko eta giza tratuekiko duten pertzepzioa eta konfiantza neurtzeko helburua du. Horrez gain, inkesta ikurren arabera egiten da, eta hainbat alderdi ebaluatzen ditu; besteak beste, prezioa, sorta, zerbitzuak, produktu freskoak (barietatea eta kalitatea), ingurunearekiko konpromisoa eta gure marka propioen ebaluazio globala.	Urtean behin	Kontsumitzaileak
Batzar Nagusiaren aurreko Prestatze Batzarrak	Langile bazkide eta kontsumo-bazkideen informazio-eskubideari erantzuteko eta hura betetzeko, Prestatze Batzarrak egiten dira urtean behin; horietan, Zuzendaritza Nagusiak ekitaldi bakoitzeko emaitza, datu, ekimen eta arauak buruzko informazioa ematen du. Horri esker, bazkideek informazio zuzena, argia eta azkarra jaso eta, beraz, batzarrean parte har dezakete.	Urtean behin	Kontsumo bazkideak Langile bazkideak
Eroski Fundazioaren Bazkideen eta Lagunen arteko topaketak	Idea Sana EROSKI prestakuntza- eta informazio-programan parte hartutakoekin elkartzeko dira. Gure bezeroek erakundearen aktiboki parte hartzeko asmoarekin antolatzen dira.	Urtean behin	Kontsumo bazkideak

BIDEAK	Zer lortu nahi dugu?	Zenbatean behin? Norentzat?	
Kooperatiba-jarduera	Kontsumitzaileengana hurbiltzea eta haiek ezagutzea, haien eskubideak babesteko. Zenbait erkidegotako Kontsumoko Arbitraje Batzordeetako kideak gara: Madrileko Erkidegoan, Nafarroako Foru Komunitatean (banaketa-enpresa eta kontsumitzaileen elkarte gisa), Valentzian, Murtzian eta Euskal Autonomia Erkidegoan. Horrez gain, kudeaketa-planak zehazten eta egiten laguntzen dugu, Euskadiko Kooperatiben Kontseilu Gorenean, Euskadiko Kontsumoko Aholku Batzordean, Madrilgo Kontsumitzaileen Kontseiluan eta Valentziako Kooperatiben Konfederazioan	Aldian behin, Arbitraje Batzordearen arabera	Iritzi-liderrak Kontsumitzaileak
Bezeroentzako arreta-telefonoa	Kontsumitzaileak informatzeko zerbitzua eta haiekiko komunikazio-bidea; horren bidez, Eroski Taldeak kezka, kexu eta iradokizunak jasotzen ditu.	Etengabea	Kontsumitzaileak
PRISIO	Eroski Taldeko erakunde-harremanetako plana, erabaki estrategikoak hartzen dituzten erakunde-liderrekiko elkarrizketa optimizatzeko. Horren helburua da Taldeko korporazio-irudia eta garapen sozio-ekonomikoan egin dezakeen ekarpena indartzea, Taldeari eragiten dizkioten erakundeek hartutako erabakiak aldez aurretik jakitea eta gure sozietate-ereduaren balio eta alde onak transmititzea.	Etengabea	Iritzi-liderrak Administrazio Publikoa Inbertitzaile aliatuak Bazkide estrategikoak
Batzar-agiriak	Batzarraren ondorengo txostena; horretan hartutako akordioak biltzen ditu, baita batzarrera bertaratutakoak, data eta lekua ere.	Batzar bakoitzean	Giza taldea
Memoria sozio-laboralak	Enpresa osatzen duten pertsonekin lotutako aldagairik garrantzitsuenak aztertzen dituen txostena.	Urtean behin	Giza taldea
Pertsonalaren memoria estatistikoa	Pertsonekin lotutako aldagaiak eta alderdiak aztertzen dituen txostena. Horretarako, aldiro-aldiro gestionatu eta ebaluatzen diren adierazlerik eta daturik esanguratsuenak erabiltzen dira.	Urtean behin	Giza taldea
Kontseilu Sozialaren memoria	Eroski Kooperatiba Elkarteko bazkide langileen ordezkapen-organorik handienak aldian behin argitaratutako txostena; horretan, urtean zehar egindako lanaren berri ematen du.	Urtean behin	Giza taldea
Ingurumen-memoria	Eroski Taldeak ingurumen-arloan dituen jokabide-printzipioak biltzen ditu, baita zenbait irismenekin eta kudeaketa-sistemeekin lotutako emaitzak ere.	Urtean behin	Giza taldea
Eroski Fundazioaren memoria	Eroski Taldea Fundazioaren hiru jardueraren (kontsumitzaileen interesen babesa eta defentsa, garapen iraunkorraren defentsa eta elkartasunerako konpromisoa) garapena laburbiltzen duen urtean behingo txostena.	Urtean behin	Bazkide langileak Kontsumo-bazkideak
Informazio-zirkularra	Interes orokorreko informazioa da, eta ezarritako bideen bidez –hala nola, posta elektronikoaren, iragarki-taulen eta Intraneten bidez– jakinarazten zaie erakundea osatzen duten guztiei.	Etengabea	Giza taldea
PRISMA (Intranet)	Barneko komunikazio-bidea; horri esker, langileek, sare pribatuaren bidez, modu erraz, dinamiko eta erakargarrian eskura ditzakete informazioa eta gauza asko.	Etengabea	Giza taldea
www.fundacioneroski.es	Eroski Fundazioaren jarduerak deskribatzen dituen web orria. Prestakuntza-, foro- eta kontsulta-zerbitzu eksklusiboez gain, interes orokorreko informazioa ematen du, osasunari, segurtasunari, elkartasunari eta ingurumenari buruz.	Etengabea	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak
www.eroski.es	Atari digital honek erakundeak banaketa-talde modura egiten dituen jardueren berri ematen du, kontsumitzaileen beharrak asetzera bideratutako negozioko ekintza zehatzez informatzen du, eta kontsumo osasungarria eta bermeduna ziurtatzen duten produktuak eta zerbitzuak eskaintzen ditu.	Etengabea	Kontsumitzaileak Gizartea Iritzi-liderrak

3.3 Sozietate-egitura

Eroski Taldea kontsumo handiko ondasun eta zerbitzuen banaketaren sektorean dago, eta, bigarrena da elikagaiak banatzen dituzten kapital espainiarreko enpresen artean. 1990ean sortu zen, bederatzi kontsumo-kooperatibaren arteko itunaren ondorioz. Gaur egun, beste sozietate batzuekin sinatutako itunen bidez, banaketa-talde handia gara, eta, talde horretan, hainbat jatorri eta motatako enpresak daude. Erakundea osatzen duten enpresa guzti-guztiek korporazio-balio berak dituzte. Oso hedapen handia lortu dugu Espainian.

Egun, zenbait sozietatek bat egin dute gurekin –esaterako, Supera, Udama, Vegalsa eta Mercat sozietateek–, supermerkatuaren formatua garatzeko. EROSKI marka da espainiar lurraldean zentro gehien dituen.

UDAMA

Udama Aragoiko aitzindaria da eta erabat integratuta dago Eroski Taldean. Sozietate horrek 54 supermerkatu eta 12 saltoki baino gehiago ditu, Aliprox frankiziaren erregimenean. Halaber, bere kokapena finkatu du Andaluzian; guztira, 72 denda baino gehiago ditu (supermerkatuak eta frankiziak), eta, horren ondorioz, erreferentziazko marka gara erkidego horretako kontsumitzaileentzat.

SUPERA

Supera Unión de Detallistas Españoles Koop. Elk.aren (Unide Taldea) sozietate filiala da. →

Horren supermerkatu gehienak sartu dira gure taldean; guztira, 49 supermerkatu. Horri esker, gure merkataritza-sarea Madrilen, Extremaduran, Gaztela eta Leonen, eta Gaztela-Mantxan hedatu da.

VEGALSA

Vegalsa Galiziako talde familiarra da, erkidego horretako aitzindaria, izan ere, 182 supermerkatu ditu. % 50ean parte hartzen duenez, Eroski ikurra du.

MERCAT

Mercat Balearretako aitzindaria da. Hango merkataritza-eskaintzaren liderra da. 129 supermerkatu ditu, eta horrek lurralde horretan merkatu-kuota handi-handia ematen dio.

Nazioartean, 2004an zehar, itun bat finkatu dugu Frantziako Les Mousquetaires taldearekin. Erosketak batera kudeatzeko plataforma batean sartu gara, eta, beraz, nazioarteko hedapenerako lehen urratsa eman dugu, etorkizunean trebetasunak eta negozioak batera garatzeko. Les Mousquetaires taldeak 4.000 saltokiko sarea du Europako zenbait herrialdetan; gainera, Frantziako bigarren banatzailea da, eta Europako bosgarrena. Nazioarteko ekoizleen mintzaide gailenetako bat da, eta, egun, 112.000 kolaboratzaile ditu.

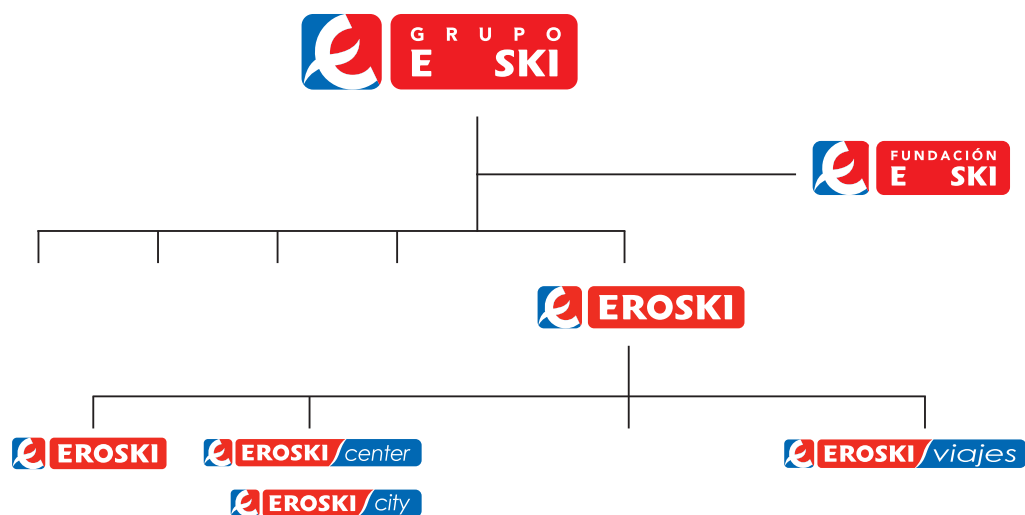
3.4 **Negozio**-alorra eta **ikur**-alorra

2004an zehar, gure ikusizko identitatea eta marken diseinua berritzeko erabakia hartu genuen. EROSKI markaren inguruan antolatuko genituela erabaki genuen, irudi bateratuagoa, alderdi interesdunek hobeto identifikatzeko modukoa, izateko.

Beraz, gure identitate-ikurrak –hau da EROSKI ikurrak– ezagutzen gaituzten kontsumitzaileentzat, dibisio bakoitzaren kudeaketaren eta funtzionamenduaren araberako barne-egituraketak ez du esanahirik.



Honela egituratzen da Eroski Taldearen marka-multzoa:



Eroski Taldea Espainia osoan ezarrita eta hedapen-prozesuan dago, eta, horren babesean, egiten ditugu merkataritza-eragiketak, elikagaien arloan lortu dugun ezagutzari eta kontsumitzaileekiko harreman estuari esker sortu diren negozio-arloetan. Kontsumitzaileen ahalik behar gehienak ase nahi ditugu eta, hori dela-eta, gure jarduerak dibertsifikatu egin ditugu, funtzionalki eta geografikoki, beste

zerbitzu osagarri batzuk ere eskaintzeko.

Eroski Taldea Frantzian ere badago; guztira, 38 saltoki ditugu herrialde horretan. Saltokien banaketa geografikoa zabaltzen ari da negozio guztietan. www.eroski.es gure web orrian kontsulta daiteke kokapen geografikoa, eta merkataritza-sarearen laburpenean, berriz, negozioen zenbakiak:



2004ko MERKATARITZA SAREAREN TAULA

	Irekitakoak	Guztira
Espainia		
EROSKI	8	74
EROSKI/Center	20	489
EROSKI/City		157
EROSKI gasolindegia	7	38
EROSKI bidaiak	32	208
FORUM-SPORTLAND kirolak	8	31
IF perfumeriak	26	172
ABAC aisia eta kultura	1	2
CASH RECORD		22
Food Service	1	6
Espainian, guztira	103	1.199
Frantzia		
Hipermerkatuak		3
Supermerkatuak		18
Gasolindegia		17
Sare propioa, guztira		1.237
Aliprox eta beste frankizia batzuk	19	553
Taldea, guztira	122	1.790

Elikagaien banaketa

Taldearen jardura historikoa eta nagusia da. Gure establezimenduen formatuak mota anitzekoak dira: merkataritza-guneak, hipermerkatuak, supermerkatuak eta frankizia-autozerbitzuak.

Hona hemen gure establezimenduetan sustatzen ditugun zenbait ezaugarri: produktu freskoetan lidergoa, kontsumitzaileak →

informatzea, kalitatearen eta prezioaren arteko erlazioa eta eskualdeko produktuak sustatzea.

Halaber, 2004. urtean zehar, inbertsio handiak egin ditugu azpiegiturretan eta emandako zerbitzuen hobekuntzan; beraz, aurreko urteetan hasitako garapen-prozesua finkatu egin dugu, informazio-sistemetan eta kate logistikoetan, batik bat. Horri esker, 200 milioi bezero baino gehiagoren gogobetetasuna hobetu dugu.

Dibertsifikazio-negozioak

Eroski Taldeak kontsumitzaileen joera eta behar berriekin bat etortzea lortu du. Izan ere, beste negozio-arlo batzuk ere hartu ditugu: bidaiak, perfumeriak, kirol-dendak, aisia eta kultura, →

higiezinak, gasolindegia, optikak eta stand konponbideak. Zerbitzu horiekin guztiekin, elikagaien banaketako nagusitasuna osatzea dugu helburu.



Eroski Bidaiak, prezio onak baino askoz gehiago. 2004an, gure aisia- eta atsedeen-bidaien arloan, 207 establezimendu zeuden. Egun, bulego-kopurua handitzera bideratzen ditugu ahaleginak, eta merkataritza-eredua berritzera; izan ere, bezeroek beren oporren diseinuan zuzenean parte hartzea nahi dugu. Horrenbestez, kalitate handiko produktuak eskaintzen jarraitzen dugu; hala berresten dute ISO 9000 eta Espainiako turismo-kalitateko Q egiaztagirik.

Travel Air enpresa-bidaien negozio-linea. Ezaugarri hauek ditu: espezializazio handia, kudeaketa gardena eta nazioarteko estaldura handia.

Perfumeria. Gaur egun, kateak 172 saltoki ditu, Aragoiko Dyper katea eta Asturiaseko Brisas katea (azken hori erkidegoko liderra) erosi ondoren, eta In Faradis katea eratu duen hedapen-ahalegin handia egin ondoren. 2003an, kate horrek irudia eta marka bateratu ditu penintsula osoan.

Aisia eta kirola. Aisia- eta kirol-dendak Eroski Taldearen beste negozio-linea bat dira. Guztira, 31 denda fisiko dugu, eta denda birtual bat. Akziodunen artean, 56 kirolari bazkide daude, zenbait arlotakoak. Forum izeneko establezimenduak merkataritza-guneetan daude, eta Sportland izenekoak, berriz, hiriguneetan. Dendetan, espezialitate anitzeko kirol-produktuak eskaintzen ditugu, 18 sailetan.

Aisia eta kultura. Aisian eta kulturaren espezializatutako denda-eredu berria, Abac izenaren pean. Honela definitzen da: aisiaren erabilera erakargarrirako gunea da, jolas-, heziketa- eta kultura-eskaintza ematen du, sexismorik eta belizismorik gabea. Zenbait sail ditu: liburu-denda, paper-denda, hezkuntza-jokoak, eskulanak, arte ederrak, musika, multimedia eta jarduera-lantegi bat.

Servicios para los clientes de nuestras superficies

Optikak. Egun, bost optikak ematen diete aholkularitza- eta graduazio-zerbitzu pertsonalizatua gure bezero guztiei.

Gasolindegia. 38 gasolina-zerbitzugune dira 11 autonomia-erkidegotan; kalitatezko produktuak ematen dituzte, prezio lehiakorragoetan. Bezeroek ahalik lasterren eta erosoan erregaia hartu, ordaindu eta irtetea da haien helburu nagusia.

Lineako erosketak. Eroski Taldeak Gasteizko, Bilbo Handiko eta Iruñako elikagai-zentroetako bezeroei supermerkatu batean erosi ohi diren produktu guztiak (6.000 produktu baino gehiago) lineako zerbitzu baten bidez erosteko aukera ematen die, prezio lehiakorretan eta produktuen eta zerbitzuaren kalitate-bermearekin.

Higiezin salmenta. Proposamen integrala da: notario aurreko izapideak, etxebizitzaren erregistroa eta egituraketa, merkataritza-zerbitzu hobea eta erosketa-berme handiagoa. Gainera, aukera ugari dago, etxebizitzaren kokapenari eta formatuari dagokienez. Higiezin salmentak hainbat lekutako etxebizitzaren promozioak hartzen ditu barne, zerbitzuaren kalitate- eta seriotasun-bermerik handienarekin eta oso prezio lehiakorretan. Besteak beste, Andaluziako kostaldean, Mediterraneoko kostaldean, Errioxan, Kantabrian, Burgosen eta Costa Daurada delakoan egiten ditugu promozioak.

Soluciones Eroski Arteako, Iruñako, Abadiñoako eta El Boulevard-eko hipermerkatuetan kontratuzko zerbitzu eta produktuak eskaintzen dituen merkataritza-tokia da; hona hemen zerbitzu eta produktuak:

- Finantza-produktuak: hipoteka-maileguak eta mailegu pertsonalak.
- Aseguruak: Automobilak, Etxea, Osasuna, Bizitza, Istripuak eta Aldi baterako ezintasuna.
- Higiezin agentzia: promozioak eta urbanizazio pribatuak, kostaldean eta barrualdean.
- Eroski-Red txartelaren alta.

Marka propioak

Produktu bakoitzaren zenbait konposizio-estandarren eta berezko ezaugarrien segimendua egiteaz gain, marka propioko produktuen kalitatea eta elikagai-segurtasuna bermatzea da gure helburu nagusia, kontsumitzaileen eskubideak ziurtatzeko; horrez gain, kontsumo-aztura onak, osasungarriak, solidarioak eta ingurumena-

rekiko arduratsuak garatzeko informazio eta prestakuntza objektiboa eta egiazkoa eskaintzen ditugu. Hori dela eta, marka propioko produktuen ontzi, etiketa eta informazio-liburuxketan, haien xehetasun guztiak azaltzen dira; horrela, ahalik eta erabakirik onena hartzen laguntzen diegu kontsumitzaileei.



Eroski: gure marka propioko produktuen xehetasunen artean, kalitatea eta elikagai-segurtasuna bitan aztertu delako bermea dago. Horrez gain, ingurumenarekiko dugun konpromisoa islatzen dute, eta zenbait errealtatetara egokitzen dira, produktu-sorta handiagoa eskainita eta gizartearen eskaerei erantzunda: higiene pertsonaleko produktuak (animaliekin esperimeturik egin gabe testatuak), Omega 3dun arrautzak, esne bereziak, Ebroko Deltako arroza, jatorri-deiturako ardoa, bio turroiak, landare-kontserba ekologikoak, etab. Hori dela eta, gure bereizgarri diren bermearekin eta lehiakortasunarekin, bezero mota ororen oinarritzko premiei erantzuteko egiten dugu lan; izan ere, 6 milioi etxetako beharrak ase ditugu gaur egunera arte. Horrez gain, kalitaterik handiena, informazio baliagarria eta preziorik onenak emateko eta bezeroen osasuna zaintzeko konpromisoa hartu dugu.

Eroski Natur: Kategoria horrek kalitate handiko haragia, frutak eta barazkiak jartzen ditu kontsumitzaileen eskura, bai eta produktuen aukeraketa ziurtatua eta horien jatorriaren eta zapoaren bikaintasuna ere. Horrenbestez, eskaintzen dugun haragia jatorri nazionalakoa da, % 100. Lankidetzaren egonkorra dugu animaliak hazten dituzten granjekin, eta zorrotz kontrolatzen ditugu haziera-baldintzak. Frutari eta barazkiei dagokienez, *ekoizpen integratuko* labore-lurrik onenetakoak dira, heltze-baldintza ezin hobeeetan bilduak, eta funtsezko tasen segimendua zorrotz baten pean, ahalik eta zaporerik onena izango dutela bermatzeko. Jatorritik saltokirainoko trazabilitate osoa bermatzen dugu.

Romester marka (kirol-materialena), Visto bueno (ehun-produktuena) eta Ecron (etxetresna elektriko eta irudi- eta soinu-gailuena) dira gure establezimenduetan soilik saltzen diren gainerako markak. Horiei dagokienez, UNE arau espezifikoak betetzen dituztela bermatzen dugu.