

EROSKI, S. COOP. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

INFORME DE GESTION CONSOLIDADO 31 de julio de 2017

BALANCE ECONOMICO

Con el objeto de poder presentar una correcta comparativa de cuentas, las cuentas correspondientes al primer semestre del 2016 han sido reformuladas, teniendo en consideración la operación de venta del negocio de Perfumerías, que ha supuesto el reflejo de las correspondientes operaciones discontinuadas.

EROSKI ha cerrado el primer semestre del ejercicio 2017 con unos ingresos ordinarios netos de 2.360.995 miles de euros, reduciendo en 6,36 puntos la cifra del ejercicio anterior como consecuencia de la reducción de la red hipermercados entregados en los últimos doce meses. Con respecto a los resultados, se consigue una mejora de 10,5 puntos en el primer semestre con respecto al semestre del año anterior.

El entorno macroeconómico muestra signos de reactivación en el mercado de alimentación, el crecimiento de actividad en las principales zonas de mayor liderazgo como País Vasco, Galicia y Baleares es ligeramente superior a la propia evolución del mercado a superficie constante.

El beneficio operativo corriente alcanza los 47,8 millones, el Grupo Eroski sigue centrando sus esfuerzos a tratar de dar un impulso comercial a la actividad, así como de implementar diferentes medidas operativas y organizativas con el objetivo aumentar su productividad y mejorar su nivel de competitividad.

El resultado financiero que refleja una cifra de 39,5 millones de gasto, reduciéndose en 5,1 millones la cifra del primer semestre del año anterior. Esta reducción es el fruto de la importante amortización de deuda acometida en los últimos doce meses en consonancia con el acuerdo de restructuración financiera de la compañía alcanzado con los acreedores financieros en enero 2015

El resultado (después de impuestos) de las actividades continuadas del primer semestre se sitúa +5,2 millones. El proceso de liquidación de los Hipermercados entregados ha afectado negativamente a la evolución de los resultados.

Una vez superado el horizonte temporal del anterior Plan Estratégico el Grupo se ha dotado de un nuevo Plan Estratégico 2017-2020 que se sustenta en un plan de transformación operativa con diferentes proyectos de mejora y que según su naturaleza pueden clasificarse por:

- Proyectos de eficiencia, con los que se pretende optimizar la cuenta de explotación con la reducción de gastos.



2.

- Proyectos de atractivo comercial, trabajando fundamentalmente la mejora de surtido y frescos, así como continuando la remodelación de su red comercial y equipamientos de sistemas de información, para adecuar su oferta hacia perfiles más segmentados de sus clientes, buscando su mayor satisfacción y una mayor eficiencia en la gestión. Tras haber remodelado 49 establecimientos durante el primer semestre del año, son ya 491 las tiendas de nueva generación (25 hipermercados y 466 supermercados).
- Proyectos de crecimiento. El grupo sigue el ritmo de crecimiento con el proyecto Franquicia con la apertura durante el primer semestre 21 supermercados.

El grupo continua en la mejora de sus resultados presentando un resultado después de impuestos del primer semestre positivo de +3,2 millones superando en un 10,5% el del mismo periodo del año anterior.

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned in the lower-left corner of the page.