

Hoxe bota a andar unha iniciativa con baixadas de prezo en 700 produtos de MMPP

EROSKI DÁLLE UN NOVO PULO AO AFORRO DAS FAMILIAS CUN INVESTIMENTO PREVISTO DE MÁIS DE 71 M€ PARA O 2025

- **O investimento do grupo de distribución en baixadas de prezos desde o 2023 ascende a 171,6 M€**
- **A MMPP de EROSKI alcanza xa o 37 % das súas vendas en alimentación e frescos**
- **Esta nova baixada de prezos enmárcase no seu compromiso en ofrecer alternativas baratas sen renunciar á calidade**

Elorrio, 27 de febreiro do 2025.- [EROSKI](#) dálle un novo pulo ao seu compromiso co aforro das familias no 2025, ao que vai destinar 71,6 millóns de euros a través de diversas actuacións de baixada de prezos. Como parte deste compromiso, bota a andar hoxe unha nova iniciativa que reduce o prezo de 700 produtos da súa marca propia, que terá un impacto directo no ticket medio da compra, favorecendo a economía dos fogares sen comprometer a calidade. As referencias con desconto abranguen categorías esenciais na cesta da compra, como pasta, arroz, conservas de peixe e verduras, aceites, iogures, bebidas, produtos de droguería e coidado persoal, entre outras.

Aposta continua polo aforro dos fogares

Desde o 2023, EROSKI ten levado a cabo diversas iniciativas de redución de prezos, alcanzando un total de 1.600 referencias da súa marca propia rebaixadas. A cantidade destinada a esas iniciativas, xunto á previsión para este ano, eleva o investimento de EROSKI a prol do aforro durante o devandito período ata os 171,6 millóns de euros.

"O noso compromiso é ofrecermos sempre unha alternativa de calidade a prezos axustados. Con esta iniciativa, buscamos ofrecer produtos esenciais a prezos máis competitivos, adaptándonos ás necesidades actuais das familias. Para iso, reforzamos a competitividade da nosa marca propia, con novas reducións de

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

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

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

prezo, apostando por un modelo de consumo responsable e accesible para todos os fogares”, explicou a directora Comercial de EROSKI, Beatriz Santos.

Crecedemento da marca propia na cesta da compra

Nos últimos anos, a marca de distribuidor logrou atraer a máis persoas consumidoras. O volume de vendas da marca propia en EROSKI medrou un 14,8 % entre o 2021 e o 2024, e consolidou o seu peso na cesta da compra. Ademais, a frecuencia de compra en EROSKI aumentou aproximadamente un 3,4 % no último ano, o que indica unha maior fidelización e preferencia pola súa marca propia. Ademais, no 2024 EROSKI rexistrou un notable transvasamento de consumo cara ás súas marcas, e alcanzou o 37 % das súas vendas en alimentación e frescos, o que igualmente demostra a súa relevancia na cesta da compra da súa clientela.

Asemade, a compañía fortaleceu a variedade que ofrece de marca propia, que conta con máis de 5.000 referencias, destacando a incorporación de novas referencias en categorías como produtos ecolóxicos, cosmética e alimentación saudable. As categorías de alimentación con maior crecedemento en volume de vendas –en euros– de marca propia de EROSKI no últimos tres anos foron as conservas de peixe, o aceite e os xeados. Outras categorías cun crecedemento destacado inclúen o leite, os iogures, os ovos e os froitos secos.

Actualmente os fogares buscan alternativas de calidade a bos prezos, especialmente nun contorno marcado polo aumento das custas de vida. Con esta nova iniciativa de baixada de prezos da súa marca propia, EROSKI responde a esa demanda, asegurando prezos competitivos sen reducir os estándares de calidade. *“Non se trata só de prezos máis baixos, senón, ademais, de garantir que as familias accedan a produtos de alta calidade cunha relación calidade-prezo inmejorable. Queremos que a nosa clientela poida seguir confiando na nosa marca propia como unha opción sólida e fiable para o seu día a día. Para iso mantemos un exhaustivo control nos nosos produtos de marca propia, con análises organolépticas, probas de laboratorio e catas de consumidores. Ademais, continuamos apostando pola innovación e a sustentabilidade no desenvolvemento da nosa oferta”,* afirmou Beatriz Santos.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
PATRICIA MARTÍN SANCHIDRIÁN

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA

CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE ÍZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)