

Hoy arranca una iniciativa con bajadas de precio en 700 productos de MMPP

EROSKI DA UN NUEVO IMPULSO AL AHORRO DE LAS FAMILIAS CON UNA INVERSIÓN PREVISTA DE MÁS DE 71 M€ PARA 2025

- **La inversión del grupo de distribución en bajadas de precios desde 2023 asciende a 171,6 M€**
- **La MMPP de EROSKI alcanza ya el 37 % de sus ventas en alimentación y frescos**
- **Esta nueva bajada de precios se enmarca en su compromiso por ofrecer alternativas asequibles sin renunciar a la calidad**

Elorrio, 27 de febrero de 2025.- [EROSKI](#) da un nuevo impulso a su compromiso con el ahorro de las familias en 2025 al que destinará 71,6 millones de euros a través de diversas actuaciones de bajada de precios. Como parte de este compromiso, arranca hoy una nueva iniciativa reduciendo el precio de 700 productos de su marca propia que tendrá un impacto directo en el tique medio de la compra, favoreciendo la economía de los hogares sin comprometer la calidad. Las referencias con descuento abarcan categorías esenciales en la cesta de la compra, como pasta, arroz, conservas de pescado y verduras, aceites, yogures, bebidas, productos de droguería y cuidado personal, entre otras.

Apuesta continua por el ahorro de los hogares

Desde 2023, EROSKI ha llevado a cabo diversas iniciativas de reducción de precios, alcanzando un total de 1.600 referencias de su marca propia rebajadas. La cantidad destinada a esas iniciativas, junto a la previsión para este año, eleva la inversión de EROSKI por el ahorro durante dicho periodo hasta los 171,6 millones de euros.

“Nuestro compromiso es ofrecer siempre una alternativa de calidad a precios ajustados. Con esta iniciativa, buscamos ofrecer productos esenciales a precios más competitivos, adaptándonos a las necesidades actuales de las familias. Para ello, reforzamos la competitividad de nuestra marca propia, con nuevas reducciones de precio, apostando por un modelo de consumo responsable y accesible para todos los hogares”, ha explicado la directora Comercial de EROSKI, 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 IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

Crecimiento de la marca propia en la cesta de la compra

En los últimos años, la marca de distribuidor ha logrado atraer a más personas consumidoras. El volumen de ventas de la marca propia en EROSKI ha crecido un 14,8 % entre 2021 y 2024, consolidando su peso en la cesta de la compra. Asimismo, la frecuencia de compra en EROSKI aumentó aproximadamente un 3,4 % en el último año, lo que indica una mayor fidelización y preferencia por su marca propia. Además, en 2024 EROSKI registró un notable trasvase de consumo hacia sus marcas alcanzando el 37 % de sus ventas en alimentación y frescos, lo que igualmente demuestra su relevancia en la cesta de la compra de su clientela.

A su vez, la compañía ha fortalecido su surtido de marca propia que cuenta con más de 5.000 referencias, destacando la incorporación de nuevas referencias en categorías como productos ecológicos, cosmética y alimentación saludable. Las categorías de alimentación con mayor crecimiento en volumen de ventas –en euros– de marca propia de EROSKI en los últimos tres años han sido las conservas de pescado, el aceite y los helados. Otras categorías con un crecimiento destacado incluyen la leche, los yogures, los huevos y los frutos secos.

Actualmente los hogares buscan alternativas de calidad a buenos precios, especialmente en un entorno marcado por el aumento de los costes de vida. Con esta nueva iniciativa de bajada de precios de su marca propia, EROSKI responde a esa demanda, asegurando precios competitivos sin reducir los estándares de calidad. *“No se trata solo de precios más bajos, sino, además, de garantizar que las familias accedan a productos de alta calidad con una relación calidad-precio inmejorable. Queremos que nuestra clientela pueda seguir confiando en nuestra marca propia como una opción sólida y fiable para su día a día. Para ello mantenemos un exhaustivo control en nuestros productos de marca propia, con análisis organolépticos, pruebas de laboratorio y catas de consumidores. Además, continuamos apostando por la innovación y la sostenibilidad en el desarrollo de nuestro surtido”*, ha afirmado 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](#)