

Estudio Hábitos de Consumo en Verano**EN VERANO, LOS HOGARES ESPAÑOLES INCREMENTAN CASI UN 10% SU GASTO EN ALIMENTACIÓN Y PRODUCTOS DE TEMPORADA**

- Las categorías veraniegas como la fruta, las cremas solares, los helados o la cerveza concentran el 18% del gasto total en los meses de junio, julio y agosto.
- EROSKI destinará este verano 43 millones de euros en promociones, ofertas y descuentos para ayudar a las familias a ahorrar.

Madrid, 17 de junio de 2025.- [EROSKI](#) presenta los resultados de su **Estudio de Hábitos de Consumo en Verano**, que reflejan un incremento en el gasto de los hogares españoles durante los meses de junio, julio y agosto. El **importe medio por comprador crece un 9,5%** respecto a la media de los meses de 2024, situándose en **384,6€** al mes, con un aumento también en las unidades adquiridas (+10,8%) y en el número de actos de compra (+9,1%) por cliente.

Resulta curioso ver cómo 1 de cada 5 consumidores compran en estos meses más de seis veces una de las categorías de productos veraniegos y también cómo los hogares con menos miembros son quienes más gasto destinan a estas. Así, las personas que **viven solas destinan 137,6€ al mes en verano**, lo que supone 1,5 veces más que su promedio anual, mientras que las familias con hijos mayores alcanzan un gasto de 601,3€. (1,1 veces su media anual).

Las clásicas categorías de verano, entre las que destacan bebidas refrescantes, cervezas, helados, fruta y productos solares, concentran el **18% del gasto total** durante el trimestre estival. Y es durante estos meses cuando las familias y compradores deciden concentrar todas sus compras en las horas de menos calor aumentando las visitas a EROSKI durante la mañana (39,2%) y la noche (13,5%).

Compra por territorios

Según Circana (en relación a los datos total España), por comunidades autónomas, **Comunidad Valenciana (13,8%), Andalucía (18%) y Baleares (3,7%)** lideran el crecimiento del consumo veraniego con respecto al resto del año. Además, se constata un incremento del consumo en fines de semana en zonas como Baleares (+1,7 pp) y Galicia (+1,4 pp).

EROSKI - Dirección de Comunicación Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950 silvia.peralta@factorincognito.com

Otros datos relevantes son: Madrid (12%) pese a que cae 1,9 puntos porcentuales con respecto al resto del año sigue estando entre las que más crecen junto a Cataluña (15,7%, +0,2 pp) y Galicia (5,9%, +0,4 pp).

Canales y Productos estivales

Por canales, los **hipermercados registran un incremento** del 51,1% en valor de ventas de estas categorías respecto al resto del año, seguidos de supermercados (+45,3%) y el online (+18,8%).

Además, la **cerveza, los refrescos y los helados** ocupan el top 3 de las categorías con mayor rotación durante los meses de más calor del año y en especial, en verano, ganan relevancia las cestas que están dedicadas a lo festivo solo por debajo de las compras semanales, "fondo de armario" y los productos frescos.

El estudio refleja también que las cestas de verano no solo son más frecuentes, sino también más grandes. EROSKI incrementa en un **5% el número de referencias con venta** respecto a la media anual, siendo la parafarmacia, los productos solares, la fruta y los helados y la ropa lo que más crece.

Aunque durante el año se observa una mayor tendencia hacia la compra de marca propia, en verano el **consumidor se vuelve más "marquista"**: la cuota de marca de fabricante sube hasta el 63,2% en verano (+0,5 puntos porcentuales), siendo el mes de julio el que registra el mayor incremento.

Ofertas de verano

Para este verano, EROSKI ha activado una inversión superior a **43 millones de euros** en promociones, ofertas y descuentos que destinará al ahorro de sus clientes, además de productos de marca propia "siempre a buen precio".

Las ofertas de EROSKI para este verano incluirán el **2x1, 3x2, segundas unidades al 50% y 70%**, cupones digitales y físicos, y sorteos. Además, los socios del **Club EROSKI y Caprabo** podrán acceder a **900.000 regalos veraniegos**, así como sorteos, premios y promociones adicionales que tendrán como culmen un viaje a Punta Cana.

Además, del lanzamiento de 100 nuevos productos de marcas EROSKI para satisfacer mejor las necesidades del verano.

Beatriz Santos, directora Comercial de EROSKI, señala: *“El verano es una de las épocas más especiales para nuestra clientela y queremos acompañarlos con una oferta atractiva y un surtido adaptado a sus necesidades. Además, gracias a nuestras promociones, contribuimos a que las familias puedan ahorrar en su cesta de la compra estival”.*

**** Fuente: Datos internos Eroski.**

Acerca de EROSKI

EROSKI es uno de los grupos de distribución líderes del norte del mercado español – desde Galicia a Baleares – con una cuota de mercado del 12,7 % en dicha zona; siendo líder en País Vasco, Navarra, y Galicia y colíder en Baleares. Su red comercial, a cierre del 2024, se eleva a 1.502 establecimientos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry y supermercados online; además de gasolineras, tiendas de deporte y otros negocios no alimentarios. Asimismo, cuenta con más de 6,4 millones de Socios Clientes y más de 27.600 personas integran su plantilla, de las cuales cerca de 9.000 son socias propietarias.

**EROSKI - Dirección de Comunicación
Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950 silvia.peralta@factorincognito.com