

GRUPO EROSKI INCREMENTA SUS VENTAS UN 2,9% Y ELEVA UN 10,6% SU RESULTADO EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2025

- **El grupo ha demostrado un crecimiento sólido durante el primer semestre, alcanzando unas ventas brutas de 2.949 millones de euros y un resultado neto de 55,5 millones.**
- **La compañía refuerza su compromiso con las familias trasladando 202 millones de euros de ahorro al consumidor, apostando por un surtido amplio con su marca propia y marca fabricante y consolidando las promociones.**
- **Además, Eroski avanza en su estrategia de expansión y digitalización, con nuevas tiendas y el lanzamiento de su Marketplace.**

Elorrio, 02 de octubre de 2025.- Grupo [EROSKI](#) ha cerrado el primer semestre de su ejercicio fiscal de 2025, del 1 de febrero al 31 de julio de 2025, con un crecimiento sólido de su actividad y una mejora de sus márgenes operativos en un entorno de consumo estabilizado.

Durante la primera mitad del ejercicio, las ventas brutas del grupo alcanzaron los 2.949 millones de euros, lo que supone un incremento del 2,9% respecto al mismo periodo del año anterior. Mientras que el beneficio neto se situó en 55,5 millones de euros, un 10,6% más que en el primer semestre de 2024. El EBITDA se elevó a 157,5 millones, un 1,8% superior al registrado en el mismo periodo del ejercicio precedente.

Un semestre marcado por el ahorro, la marca propia y el producto local

El crecimiento de Grupo EROSKI ha venido acompañado de una intensa política promocional, que ha permitido trasladar un **ahorro superior a 202 millones de euros** a las familias consumidoras en el semestre, consolidando así su posicionamiento competitivo en un contexto en el que el precio sigue siendo un factor clave para los hogares.

El aumento de la participación de la marca propia en la cesta de la compra ha reforzado la fidelización de la clientela, gracias a una oferta diferencial en calidad y precio. A ello se suma la apuesta por un surtido amplio a través de las marcas de fabricante, los productos de proximidad, con la colaboración de más de 2.000 productores agroalimentarios que busca impulsar el sector local y fortalecer la sostenibilidad de la cadena de valor. Esta apuesta se verá reforzada con la próxima **firma de un convenio con el Gobierno Vasco** para impulsar al sector agroalimentario local y fortalecer la sostenibilidad de la cadena de valor.

Expansión de la red comercial y avance en digitalización

Durante este semestre, Grupo EROSKI ha seguido ampliando y modernizando su red comercial con la apertura de 31 nuevos establecimientos: 6 propios (4 supermercados, 1 cash & carry y 1 tienda Forum Sport) y 25 franquiciados.

Entre los proyectos más emblemáticos del semestre destaca la renovación integral de la tienda insignia de **Caprabo en L'Illa Diagonal (Barcelona)**, convertida en un proyecto pionero en innovación y sostenibilidad, que refuerza el posicionamiento de la compañía en Cataluña. El nuevo concepto de tienda representa un cambio profundo en la forma de entender el supermercado: un espacio **acogedor, abierto, gastronómico y digitalizado**, pensado para que el cliente **compre, descubra y disfrute**.

En paralelo, Eroski ha acelerado su estrategia digital con el **lanzamiento de su Marketplace**, que amplía la propuesta comercial en el canal online y refuerza la experiencia de compra en un ecosistema digital cada vez más integrado. Esta iniciativa se suma a las inversiones en analítica avanzada e inteligencia artificial, que permiten una mayor segmentación promocional y una gestión más eficiente de la relación con los clientes.

La **transformación digital** también alcanza al ámbito operativo, con proyectos de modernización en logística y en los sistemas de gestión de tienda, que refuerzan la productividad y la eficiencia. Estas inversiones, alineadas con el plan de transformación tecnológica 2024-2026 de más de **100 millones de euros**, consolidan un modelo comercial más innovador, competitivo y adaptado a las nuevas formas de consumo.

Compromiso cooperativo y sostenibilidad

EROSKI mantiene como ejes estratégicos la salud, la sostenibilidad y la creación de riqueza local. En el semestre, ha reforzado iniciativas de apoyo a pequeños productores, ha seguido promoviendo hábitos de alimentación saludable y ha consolidado su rol como el primer grupo de distribución cooperativo de España, con más de 27.600 profesionales, de los cuales más de 9.000 son personas socias propietarias.

"Estos resultados reflejan la solidez de nuestro modelo de negocio y la confianza de nuestra clientela. Hemos logrado crecer en ventas y beneficios en un entorno exigente, combinando competitividad en precios con un compromiso firme hacia la alimentación saludable, la sostenibilidad y la riqueza local. El ahorro trasladado a las familias, el impulso de nuestra marca propia y la estrecha colaboración con los productores de proximidad son pilares que refuerzan nuestro propósito cooperativo", señala **Rosa Carabel, CEO del Grupo 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