

**Mantiene el impulso comercial y consolida su crecimiento sostenido**

## **EROSKI CIERRA EL TERCER TRIMESTRE DEL EJERCICIO 2025 CON UN RESULTADO POSITIVO DE 90,3 M€**

- **Las ventas brutas alcanzan los 4.501 M€.**
- **Su EBITDA asciende a 251 M€, un 1,8% más sobre la cifra del año anterior.**

**Elorrio, 12 de diciembre de 2025.** - [EROSKI](#) cierra las cuentas del tercer trimestre del presente ejercicio, del 1 de febrero al 31 de octubre de 2025, con una facturación que continua con la senda de crecimiento de los últimos ejercicios. Así, el volumen de actividad alcanza unas ventas brutas de 4.501 millones de euros.

Las ventas brutas del ámbito alimentario han sido el motor principal de dicho crecimiento, con un aumento del 2,9% respecto al mismo periodo de 2024, hasta alcanzar los 4.270 M€. El resultado positivo del grupo se eleva hasta los 90,3 millones de euros, un 36% superior al tercer trimestre del año anterior. *(A finales de noviembre, el grupo Eroski llevó a cabo su refinanciación; por tanto, a cierre de octubre no se reflejan los gastos derivados de dicha operación).*

Esta progresión está marcada por la buena recepción del esfuerzo promocional y de contención de precios realizado por el grupo desde finales del 2021 con el objetivo de mitigar el traslado de los mayores costes a los precios de venta. A pesar de que esta inversión en ahorro se ha dado, además, en un escenario de costes de explotación crecientes respecto al año anterior, el grupo ha logrado limitar su impacto gracias a la continuidad en sus iniciativas de mejora de eficiencia.

*"El trimestre ha cerrado en línea con nuestras previsiones, reafirmando la solidez de nuestro modelo comercial y la efectividad de las medidas adoptadas para reforzar nuestro posicionamiento competitivo, nuestra apuesta por ofrecer a las personas consumidoras una capacidad de elección amplia de surtido, con una apuesta clara por la marca propia y los productos frescos con una relación calidad-precio extraordinaria; a la vez que seguimos avanzando en la implantación de iniciativas de mejora de eficiencia, muchas de ellas apoyadas en herramientas de analítica avanzada e inteligencia artificial. Prueba de ello es que el ebitda en los nueve primeros meses del ejercicio ha alcanzado los 251 millones de euros, una cifra que supera la obtenida en el mismo periodo del año anterior; lo que*

---

**EROSKI - Dirección de Comunicación**

**Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 [comunicacion@eroski.es](mailto:comunicacion@eroski.es)

**INCÓGNITO - Agencia de Prensa**

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

*refleja la buena evolución de nuestra actividad operativa y comercial”, ha afirmado la CEO de EROSKI, Rosa Carabel.*

### **Continuidad del crecimiento y disciplina financiera**

Con la vista puesta en 2026, último año del plan estratégico vigente, EROSKI mantiene una hoja de ruta centrada en un crecimiento rentable y prudente. La cooperativa seguirá reforzando su modelo de proximidad y la apuesta por la marca propia y de fabricante, y el producto local, impulsando al mismo tiempo la digitalización y la omnicalidad para mejorar la experiencia de compra y la eficiencia de toda la cadena de valor. Todo ello, con un firme compromiso con la sostenibilidad.

Con una estructura financiera ya ordenada, el grupo avanza en su estrategia de crecimiento bajo una estricta disciplina financiera, destinando recursos a la modernización de tiendas y a la ampliación de la red en territorios estratégicos, en línea con el objetivo de apalancamiento anunciado.

### **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.