



Influencia / Alimentación / Comunidade

**EROSKI IMPULSA «SOMOS INFLUENCIA 2026», O PRIMEIRO
ENCONTRO QUE REÚNE INFLUENCERS, EXPERTOS EN
ALIMENTACIÓN E EMBAIXADORES DE MARCA**

- O evento «SOMOS INFLUENCIA 2026» reuniu por primeira vez creadores de contido especializados en alimentación, influencers, infoodencers, embaixadores de marca e profesionais de EROSKI.
- A xornada celebrouse en GOe – Gastronomy Open Ecosystem, o hub internacional de innovación gastronómica impulsado por Basque Culinary Center.
- O programa incluíu a estrea do documental «Infoodencers» e a entrega dos Premios «SOMOS 2026».

Elorrio, 23 de setembro de 2026.- [EROSKI](#) celebrou hoxe «SOMOS INFLUENCIA 2026», unha iniciativa estratéxica concibida para reforzar o seu liderado en alimentación, influencia e comunidade, en GOe – Gastronomy Open Ecosystem, o hub internacional de innovación, formación, emprendemento e investigación gastronómica impulsado por Basque Culinary Center.

O encontro reuniu por primeira vez nun mesmo espazo creadores de contido e influencers especializados en alimentación e estilos de vida, infoodencers, embaixadores de marca e profesionais de EROSKI para reflexionar sobre o papel da influencia no presente e no futuro da alimentación.

A iniciativa transcende o formato dun evento convencional para converterse nunha plataforma de posicionamento de marca que conecta algúns dos principais activos que distinguen EROSKI: a súa traxectoria histórica como axente de influencia positiva na

**EROSKI: Responsable de comunicación
corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Axencia de prensa
Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

sociedade, o seu liderado en alimentación responsable e a fortaleza da súa comunidade de embaixadores de marca «SOMOS», composta por profesionais da compañía.

SOMOS INFLUENCIA 2026 aspira a proxectar unha comunidade diversa integrada por creadores de contido especializados en alimentación, estilos de vida e divulgación gastronómica, xunto con embaixadores de marca e profesionais de EROSKI, capaces de promover conversas e comportamentos vinculados a unha alimentación máis consciente e mellor. Entre os participantes atopábanse perfís como (@boukie), Hoy Comemos Sano (@hoycomemosano), Pepe y Lucas (@pepeylucas), El Brasas (@el__brasas) e Belén Roldán (@elhambredevivir).

*«SOMOS INFLUENCIA 2026 nace para recoñecer a quen cada día xeran conversas, inspiran hábitos e contribúen a construír unha relación máis próxima coa boa alimentación. Con este encontro queremos poñer en valor o papel da nosa comunidade de embaixadoras de marca SOMOS e reunila con profesionais expertos aos que chamamos 'infofoodencers' e creadores de contido profesionais que comparten unha maneira de influír baseada na autenticidade, a proximidade e os valores», asegura **Ainhoa Oyarbide Mendieta, directora de Marca e Comunicación de EROSKI.***

Estrea de Infofoodencers e entrega dos Premios SOMOS 2026

A xornada incluíu unha benvida institucional da dirección de EROSKI, a estrea en primicia do documental Infofoodencers e o recoñecemento dos principais logros e accións desenvolvidos durante o último ano grazas á actividade da comunidade SOMOS.

A entrega de galardóns constituíu un dos momentos centrais do encontro, con 21 recoñecementos agrupados en distintas categorías, entre elas «*Las imparables del engagement*», «*Las más activas*», «*Sabias de SOMOS*», «*Espíritu de comunidad*» e «*Creatividad con propósito*». Estes premios buscan visibilizar os valores de EROSKI a través das mellores publicacións e converter as persoas premiadas en referentes para toda a comunidade.

Máis aló da propia xornada, SOMOS INFLUENCIA 2026 nace coa vocación de impulsar a conversa sobre alimentación e poñer en valor a contribución de quen, desde distintos ámbitos, promoven hábitos e decisións de consumo aliñados cunha mellor alimentación, responsable e accesible para todas as persoas.

Así mesmo, SOMOS INFLUENCIA 2026 busca recoñecer publicamente a contribución da comunidade SOMOS, reforzar o seu sentimento de pertenza e fortalecer o vínculo entre a marca e as persoas.

Podes consultar máis información sobre o proxecto *Infofoodencers* nas seguintes ligazóns:
<https://www.youtube.com/eroski> e <https://www.eroski.es/infofoodencers/>

Acerca de EROSKI

EROSKI é un dos grupos de distribución líderes no norte do mercado español (desde Galicia ata Baleares) cunha cota de mercado do 12,32 % nesa zona. É líder no País Vasco, Navarra e Galicia, e colíder nas Illas Baleares. A súa rede comercial omnicanal, a finais do 2025, suma 1.508 establecementos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry e supermercados en liña, ademais de ópticas, tendas de deportes e outras actividades non alimentarias. Ademais, conta con máis de 6 millóns de socios clientes e máis de 28.200 persoas no seu cadro de persoal, das cales máis de 8.300 son socias propietarias.

**EROSKI: Responsable de comunicación
corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Axencia de prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950