

O GRUPO EROSKI INCREMENTA AS SÚAS VENDAS BRUTAS UN 3,8 % E MELLORA O SEU RESULTADO ATA OS 65,4 MILLÓNS DE EUROS NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2026

- **O grupo mantén unha evolución positiva durante o primeiro semestre, cunhas vendas brutas de 3.061 millóns de euros e un resultado positivo de 65,4 millóns.**
- **O Grupo EROSKI continúa avanzando no seu plan estratéxico, impulsando a modernización da súa rede comercial e reforzando a súa estrutura financeira, reducindo a ratio de apalancamento ata 2,0 veces o EBITDA.**

Elorrio, 30 de setembro de 2026.– O Grupo [EROSKI](#) pechou o primeiro semestre do seu exercicio fiscal de 2026, do 1 de febreiro ao 31 de xullo, cun crecemento sostido da súa actividade comercial e unha mellora dos seus principais indicadores económicos nun contexto de consumo marcado por unha elevada sensibilidade ao prezo das familias e unha evolución moderada da inflación alimentaria.

Durante a primeira metade do exercicio, as vendas brutas acadaron os **3.061 millóns de euros**, un **3,8 %** superiores ás que se rexistraron no mesmo período do ano anterior. O resultado positivo situouse en **65,4 millóns de euros**, o que mellora os 55,5 millóns que se obtiveron no primeiro semestre de 2025.

Un semestre marcado pola competitividade, a marca propia e a fidelidade

A evolución positiva do negocio veu acompañada do reforzo da proposta comercial do Grupo EROSKI, orientada a ofrecer ás familias unha cesta da compra competitiva sen renunciar á calidade, á alimentación saudable, ao produto local e á proximidade. Esta estratexia segue a ser especialmente relevante nunha contorna onde o prezo continúa a ser un factor decisivo para os fogares. Neste contexto, o Grupo EROSKI mantivo unha proposta comercial competitiva, onde segue a apostar por unha ampla capacidade de elección a través das marcas dos nosos provedores, dos produtos locais e da marca propia. Todo isto a pesar do aumento de determinados custos operativos, sobre todo os que están asociados ao transporte e á enerxía, o que reforza o noso compromiso co poder adquisitivo das familias consumidoras.

A marca propia continúa a desempeñar un papel fundamental dentro da estratexia comercial do grupo e xa representa o **36,6 % das vendas de alimentación**. A súa evolución

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

reforza a capacidade do Grupo EROSKI para ofrecer unha proposta equilibrada en canto á calidade e ao prezo, o que contribúe ao aforro das familias consumidoras e fortalece o seu posicionamento competitivo.

Ademais, o modelo de relación coa clientela continúa a fortalecerse. As vendas realizadas a través dos socios do programa de fidelidade representan xa o **69,7 % do total**, o que consolida a eficacia das iniciativas de personalización e fidelidade que desenvolveu o grupo.

A combinación dunha proposta comercial competitiva, unha sólida oferta de marca propia e unha relación cada vez máis próxima coa clientela é un dos principais motores do crecemento da cooperativa nunha contorna de consumo especialmente esixente. A isto súmase a súa aposta polas marcas dos fabricantes, polo produto local e polo desenvolvemento de relacións estables co tecido produtivo da súa contorna, elementos que forman parte da súa identidade cooperativa e do seu compromiso coa xeración de riqueza local.

Avance do plan estratéxico e modernización da rede comercial

Durante o semestre, o Grupo EROSKI continuou a implementar as iniciativas que se describen no seu plan estratéxico, orientadas a mellorar a competitividade, impulsar un crecemento rendible e fortalecer a experiencia de compra tanto nos establecementos físicos como nas canles dixitais.

A evolución comercial foi positiva en todos os formatos de tenda, cun crecemento das vendas en supermercados propios, franquías, hipermercados e establecementos cash & carry.

O Grupo EROSKI tamén continuou a avanzar na modernización da súa rede comercial e na mellora da produtividade dos seus establecementos. As vendas por metro cadrado medraron un **3,9 %** durante o semestre, o que reflicte unha maior eficiencia operativa e un uso máis intensivo dos activos comerciais.

Fortalecemento financeiro

A posición financeira do grupo segue a ser sólida, cunha ratio de apalancamento financeiro neto de **2,0 veces o EBITDA**, o que consolida unha estrutura financeira máis eficiente e equilibrada que reforza a capacidade da cooperativa para seguir investindo en crecemento, innovación e modernización.

Ademais, o grupo mantén unha sólida posición de liquidez e financiamento diversificado, elementos que achegan estabilidade e flexibilidade para afrontar os próximos retos estratéxicos.

«Estes resultados reflicten a fortaleza do noso modelo cooperativo e a confianza que as persoas consumidoras depositan no Grupo EROSKI cada día. Seguimos medrando nunha contorna que segue a ser esixente, reforzando unha proposta baseada na capacidade de elección, o aforro, a calidade, a proximidade e o produto local. Ao mesmo tempo, seguimos avanzando no noso plan estratéxico e fortalecendo a nosa posición financeira, o que nos permite afrontar o futuro con solidez e seguir xerando valor para a nosa clientela, as nosas persoas traballadoras e a nosa contorna», afirma **Rosa Carabel, CEO do Grupo EROSKI**.

Acerca do Grupo EROSKI

O Grupo 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 omnicanle, 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