

Historia

Fundada en 1969, EROSKI es el primer grupo de distribución de carácter cooperativo de España. La propuesta de valor de Eroski —una contracción de las palabras en euskera erosi (comprar) y toki (lugar), traducible como “lugar donde comprar”.

Sede social

Barrio de San Agustín, s/n, 48230-Elorrio, Bizkaia

Mercado

Área de influencia en la zona norte, País Vasco, Navarra, Galicia, Cataluña y Baleares.

Estrategia de diferenciación: Modelo comercial “contigo”

Su posicionamiento se construye sobre un modelo cooperativo, basado en las personas. Sobre ello, priorizan un surtido de calidad y un buen precio, con obsesión por mejorar la competitividad y ofrecer una capacidad de elección amplia. En el centro la experiencia personalizada al consumidor y, finalmente, sus dos ejes de diferenciación, la riqueza local y la alimentación saludable.



Precio y promoción

Apuesta por ser competitivos y tener buenos precios. Cambiar la percepción de precio que tiene el consumidor, a través de Suma Ahorro: su plan promocional integrado con el mejor precio y su programa de fidelización.



Surtido

Amplitud de surtido, con capacidad de elección amplia en marca fabricante y la marca propia. Proyecto de densificación de surtido con énfasis en los frescos, el producto local y la alimentación saludable.



Frescos

Los frescos se sitúan en un espacio preferente dentro de las tiendas, con una puesta por la amplitud de surtido, los mostradores y la proximidad. Fruta y hortaliza, panadería y soluciones culinarias, son secciones estratégicas.

Facturación 2025

6.081

Millones de euros

+2,8%

Vs. 2024

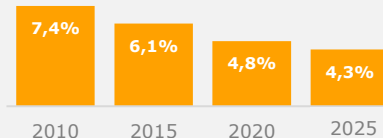
Cuota Valor

4,1%

TAM P5 2025
Fuente: Kantar

Cuota de mercado por ventas en su área de influencia se sitúa en el **13,9%**, según Nielsen

Cuota Evolución 2010 - 2025



Enseñas y negocios

1.508

establecimientos

1.335 supermercados
36 hipermercados

El **46%** de la red de súper. es franquiciada.

Tienda que visitar

Lakua: Portal de Foronda Kalea, 48, 01010 Gasteiz, Araba
Artea: Peruri Auzoa, s/n, 48940 Leioa, Bizkaia

Hoja de ruta 2026

- Consolidar el crecimiento y la solidez financiera.
- Reforzar ahorro, calidad y productos frescos.
- Impulsar sostenibilidad y producto local.
- Mejorar la experiencia de clientes y trabajadores.

EROSKI inicia una nueva etapa de crecimiento tras completar su transformación financiera y reforzar su solidez económica. Con una posición más estable y capacidad de inversión, la compañía busca crecer de forma sostenible y generar valor para clientes, personas trabajadoras y entorno local.