

EROSKI LLANÇA LA COMPRA PER WHATSAPP AMB INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL I LLIURAMENTS ULTRARÀPIDS

- **La cooperativa aposta per la innovació transformant la compra en una experiència conversacional personalitzada, ràpida, fiable i adaptada a cada consumidor.**
- **Des d'aquesta setmana, EROSKI ofereix aquest servei en nou botigues de Bilbao per provar el model i optimitzar l'experiència.**

Elorrio, 16 d'abril de 2026. - [EROSKI](#) ha llançat Eroski Smart Shop, una solució innovadora que permet als clients fer la compra per WhatsApp mitjançant la intel·ligència artificial i rebre-la a casa aproximadament al cap d'una hora. La cooperativa ha llançat una experiència pilot a Bilbao per provar aquest model de compra conversacional, àgil i personalitzada. Amb aquest llançament, EROSKI fa un pas més en la seva estratègia d'innovació aplicada a l'experiència de compra, integrant la tecnologia en els canals quotidians dels consumidors per oferir solucions més senzilles, ràpides i personalitzades.

Aquesta és la primera proposta d'aquestes característiques a Espanya i actualment s'està provant en nou botigues pròpies d'Eroski a la capital biscaïna. La prova pilot es durà a terme durant un any amb l'objectiu de mesurar l'acceptació del servei i optimitzar l'experiència abans d'una possible expansió.

El sistema permet fer la compra als clients mitjançant una conversa natural per text o veu, com si parlessin amb una persona, i també els permet pujar imatges, com ara una foto de la llista de la compra. El sistema interpreta les necessitats de l'usuari i genera automàticament una proposta de productes completa, a punt per fer la validació i el pagament. També suggereix menús i receptes adaptats a les preferències, les necessitats nutricionals i el pressupost de cada usuari. La transacció es completa amb el pagament a través de la plataforma de comerç ràpid i el lliurament de la comanda al domicili al cap d'aproximadament una hora.

*«Volem que fer la compra sigui tan senzill com enviar un missatge o iniciar una conversa. I ho fem, a més, a través d'una aplicació que ja forma part de la vida quotidiana de tothom», explica **Aitor Zuburruti, coordinador d'innovació en comerç minorista, transformació digital i IA, nous models de negoci i experiència del client d'EROSKI.** «En línia amb el nostre compromís amb l'estalvi, oferim per defecte l'opció més econòmica quan la sol·licitud és genèrica. Tanmateix, si el client indica una marca concreta, el sistema selecciona aquest*

EROSKI - Direcció de Comunicació Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel.: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÒGNIT - Agència de Premsa
Silvia Peralta

Tel.: 917 379 950

producte específic, encara que no sigui el més barat, i permet ajustar la tria en la mateixa conversa», afegeix.

Noves tendències en els hàbits de consum i el comerç minorista

Eroski Smart Shop va néixer com a resposta a un canvi estructural en els hàbits de consum i en el propi comerç minorista de l'alimentació, on la comoditat i la immediatesa han esdevingut expectatives bàsiques.

Segons una anàlisi de CNBC Internacional, el 81 % de les vendes d'alimentació ja es veuen influïdes per canals digitals (cerca, planificació, recompra), encara que la compra es completi a través d'altres canals. D'altra banda, NielsenIQ assenyala que la raó principal per triar canals digitals en l'àmbit de l'alimentació és l'estalvi de temps, molt per davant de factors com el preu o la diversitat. A això s'hi suma el fet que el comerç ràpid està experimentant un creixement anual de dos dígits en els mercats del sud i l'oest d'Europa, amb una alta recurrència en el sector de l'alimentació.

A més, WhatsApp té més de 3.000 milions d'usuaris actius mensuals a tot el món, i és la plataforma de missatgeria líder en més de 100 països. De fet, més del 50 % de les persones de més de 60 anys a Europa fan servir WhatsApp de manera habitual, la qual cosa el converteix en un canal clau per a la inclusió digital.

Aquest llançament situa EROSKI a l'avantguarda de les principals tendències del sector, com la personalització, l'ús de la intel·ligència artificial i la integració de serveis en plataformes quotidianes.

Sobre EROSKI

EROSKI és un dels grups de distribució líders del nord del mercat espanyol (des de Galícia fins a les Illes Balears) amb una quota de mercat del 12,7 % en aquesta zona: líder al País Basc, Navarra i Galícia, i colíder a les Illes Balears. La seva xarxa comercial, a final del 2024, s'eleva a 1.502 establiments (entre supermercats, hipermercats, cash & carry i supermercats en línia), a més de gasolineres, botigues d'esports i altres negocis no alimentaris. Així mateix, té més de 6,4 milions de socis clients i una plantilla de més de 27 600 persones, de les quals prop de 9.000 són sòcies propietàries.

EROSKI - Direcció de Comunicació

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel.: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÒGNIT - Agència de Premsa

Silvia Peralta

Tel.: 917 379 950