

EROSKI LANZA A COMPRA POR WHATSAPP CON INTELIXENCIA ARTIFICIAL E ENTREGA ULTRARRÁPIDA

- **A cooperativa aposta pola innovación, transformando a compra nunha experiencia conversacional personalizada, rápida, fiable e adaptada a cada consumidor.**
- **A partir desta semana, EROSKI ofrece este servizo en 9 tendas de Bilbao para validar o modelo e optimizar a experiencia.**

Elorrio, 16 de abril de 2026. - [EROSKI](#) lanzou Eroski Smart Shop, unha solución innovadora que permite facer a compra a través de WhatsApp mediante intelixencia artificial e recibila na casa nunha hora aproximadamente. A cooperativa lanzou unha experiencia piloto en Bilbao para probar este modelo de compra conversacional, áxil e personalizada. Con este lanzamento, EROSKI avanza na súa estratexia de innovación aplicada á experiencia de compra, integrando a tecnoloxía nas canles cotiás das persoas para ofrecer solucións máis simples, rápidas e personalizadas.

Esta é a primeira proposta en España con estas características e actualmente estase probando en 9 tendas propias que Eroski ten na capital de Biscaia. A experiencia piloto durará un ano co obxectivo de medir a aceptación do servizo e optimizar a experiencia antes da súa posible expansión.

O sistema permite ao cliente facer a compra mediante unha conversa natural por texto ou audio, como se falase cunha persoa, e tamén permite introducir imaxes, como por exemplo, unha foto da súa listaxe da compra. O sistema interpreta a súa necesidade e xera automaticamente unha proposta completa de produtos lista para a súa validación e pagamento. Tamén propón menús e receitas adaptadas ás preferencias, necesidades nutricionais e orzamento de cada persoa usuaria. A transacción finaliza co pagamento na plataforma de quick commerce e coa entrega do pedido no domicilio nun prazo aproximado dunha hora.

*«Queremos que facer a compra sexa tan sinxelo como enviar unha mensaxe ou iniciar unha conversa. Ademais, facémolo a través dunha aplicación que xa forma parte da vida diaria de calquera persoa», explica **Aitor Zuburruti, coordinador de Innovación en retail, Transformación dixital e IA, Novos modelos de negocio e Experiencia do cliente de EROSKI.***
«En liña co seu compromiso co aforro, EROSKI ofrece por defecto a opción máis económica cando a solicitude é xenérica. Con todo, se o cliente indica unha marca concreta, o sistema

EROSKI: Dirección de comunicación

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO: Axencia de prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

selecciona ese produto específico, aínda que non sexa o máis barato, e pode axustar a elección na propia conversa», engade.

Novas tendencias nos hábitos de consumo e retail

Eroski Smart Shop nace como unha resposta a un cambio estrutural nos hábitos de consumo e no propio retail de alimentación, onde a conveniencia e a inmediatez se converteron en expectativas mínimas.

Unha análise de CNBC International reflicte que o 81 % das vendas de alimentación xa están influenciadas por canles dixitais (busca, planificación, recompra), aínda que a compra se finalice en distintas canles. E segundo NielsenIQ, o principal motivo para elixir canles dixitais en alimentación é o aforro de tempo, superando por moito ao prezo ou á variedade. A isto súmase que o quick commerce presenta crecementos anuais de dous díxitos nos mercados europeos do sur e do oeste, con alta recorrencia en alimentación.

Por outro lado, WhatsApp supera os 3000 millóns de usuarios mensuais activos a nivel global, polo que é a plataforma de mensaxaría dominante en máis de 100 países. Ata máis do 50 % das persoas maiores de 60 anos en Europa utilizan WhatsApp de forma habitual, o que a converte nunha canle clave de inclusión dixital.

Este lanzamento sitúa a Eroski á vangarda das tendencias clave do sector, como a personalización, o uso da IA e a integración de servizos nas plataformas cotiás.

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 12,7 % nesa zona. É líder no País Vasco, Navarra e Galicia, e colíder nas Illas Baleares. A súa rede comercial, a finais do 2024, suma 1502 establecementos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry e supermercados en liña, ademais de gasolineiras, tendas de deportes e outros negocios non alimentarios. Ademais, conta con máis de 6,4 millóns de socios clientes e máis de 27 600 persoas no seu cadro de persoal, das cales case 9000 son socias propietarias.

EROSKI: Dirección de comunicación

Corporativa

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO: Axencia de prensa

Silvia Peralta

Tel: 917 379 950