

Innovación aplicada a la experiencia de compra**GRUPO EROSKI INCORPORA BIZUM PRESENCIAL COMO UNA
NUEVA FORMA DE PAGO EN SUS TIENDAS**

- El Grupo se sitúa a la vanguardia de la distribución alimentaria con la incorporación de esta nueva modalidad de pago digital en tienda física.
- El servicio, disponible exclusivamente para el negocio alimentario, ha comenzado a implantarse en Caprabo y se extenderá progresivamente al resto de la red comercial de Grupo EROSKI.
- Con esta iniciativa, Grupo EROSKI amplía las opciones de pago de su clientela y responde a la demanda de nuevas soluciones digitales, ágiles y sencillas.

Elorrio, 20 de octubre de 2026.- Grupo [EROSKI](#) da un nuevo paso en su estrategia de innovación aplicada a la experiencia de compra con la incorporación de **Bizum presencial como nueva modalidad de pago en sus establecimientos de alimentación**. El servicio está ya disponible en **Caprabo, en Cataluña**, y su extensión al resto de la Península y Baleares se realizará progresivamente de acuerdo con la disponibilidad de Bizum presencial entre las diferentes entidades bancarias.

Con esta iniciativa, Grupo EROSKI se sitúa a la vanguardia de la innovación en medios de pago dentro del sector de la distribución alimentaria, dando respuesta a la evolución de los hábitos de consumo y a la creciente demanda de nuevas alternativas de pago digitales, sencillas y ágiles.

La incorporación de Bizum presencial amplía las posibilidades a disposición de la clientela en el momento de abonar su compra. El nuevo servicio se integra en el proceso habitual de pago sin modificar la operativa del personal de caja, de forma que es la propia persona consumidora quien puede elegir el método de pago digital que desea utilizar.

Para poder utilizar Bizum presencial será necesario que la entidad bancaria del cliente tenga habilitado este servicio.

Innovación que responde a nuevos hábitos de consumo

La implantación de Bizum presencial forma parte de la apuesta de Grupo EROSKI por **incorporar soluciones tecnológicas que aporten un valor tangible a la clientela y simplifiquen su experiencia de compra**. Una visión que sitúa a las personas y sus nuevas necesidades en el centro de la transformación tecnológica de la compañía.

**Grupo EROSKI – Responsable de Comunicación
Corporativa**

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO – Agencia de Prensa
Silvia Peralta

Tel: 917 379 950

Esta filosofía está alineada con la estrategia de innovación de Grupo EROSKI, que concibe la tecnología no como un fin en sí mismo, sino como una herramienta que debe generar un impacto real tanto en la experiencia de compra como en el propio negocio.

“Los hábitos de compra y de pago están evolucionando rápidamente y nuestro objetivo es acompañar a nuestra clientela en esa transformación, incorporando soluciones que hagan su día a día más fácil. Bizum presencial nos permite ofrecer una alternativa adicional, sencilla y adaptada a una realidad cada vez más digital, trasladando la innovación a un momento tan cotidiano como el pago de la compra”, señala **Enrique Monzonis, director de Innovación y Tecnología de Grupo EROSKI**.

“Para Grupo EROSKI, innovar significa identificar nuevas necesidades y convertir la tecnología en soluciones útiles para las personas. La incorporación de Bizum presencial responde precisamente a esa filosofía: ampliar las posibilidades de elección de nuestra clientela y avanzar hacia una experiencia de compra cada vez más cómoda, ágil y sencilla”, añade **Enrique Monzonis**.

Despliegue progresivo en la red alimentaria

En esta primera fase, Bizum presencial estará vinculado exclusivamente al negocio alimentario, sin incluir Forum Sport ni gasolineras. Su implantación ha comenzado en Caprabo, en Cataluña, y se extenderá progresivamente al resto de la Península y Baleares, de acuerdo con la disponibilidad del servicio entre las diferentes entidades bancarias.

Con la incorporación de esta nueva modalidad de pago, Grupo EROSKI continúa avanzando en su estrategia de transformación e innovación tecnológica. En 2025, la compañía destinó **21,14 millones de euros a proyectos de innovación y desarrollo, un 35% más que en 2024**, con iniciativas relacionadas con ámbitos como la digitalización, la inteligencia artificial, la automatización y la mejora de la experiencia de compra.

Esta apuesta forma parte de un proceso de transformación tecnológica más amplio, al que Grupo EROSKI prevé destinar **más de 100 millones de euros entre 2024 y 2026**, con foco en automatización, digitalización y uso avanzado del dato.

Acerca de Grupo EROSKI

Grupo EROSKI es uno de los grupos de distribución líderes del norte del mercado español — desde Galicia a Baleares — con una cuota de mercado del 12,32 % en dicha zona; siendo líder en País Vasco, Navarra, y Galicia y colíder en Baleares. Su red comercial omnicanal, a cierre del 2025, se eleva a 1.508 establecimientos, entre supermercados, hipermercados, cash & carry y supermercados online; además de ópticas, tiendas de deporte y otras actividades no alimentarias. Asimismo, cuenta con más de 6 millones de Socios Clientes y más de 28.200 personas integran su plantilla, de las cuales más de 8.300 son socias propietarias.