

Innovación aplicada á experiencia de compra**GRUPO EROSKI INCORPORA BIZUM PRESENCIAL COMO UNHA
NOVA FORMA DE PAGAMENTO NAS SÚAS TENDAS**

- O Grupo sitúase na vangarda da distribución alimentaria coa incorporación desta nova modalidade de pagamento dixital en tenda física.
- O servizo, dispoñible exclusivamente para o negocio alimentario, comezou a implantarse en Caprabo e estenderase progresivamente ao resto da rede comercial do Grupo EROSKI.
- Con esta iniciativa, Grupo EROSKI amplía as opcións de pagamento da súa clientela e responde á demanda de novas solucións dixitais, áxiles e sinxelas.

Elorrio, 20 de outubro de 2026.- Grupo [EROSKI](#) dá un novo paso na súa estratexia de innovación aplicada á experiencia de compra coa incorporación de Bizum presencial como nova modalidade de pagamento nos seus establecementos de alimentación. O servizo está xa dispoñible en Caprabo, en Cataluña, e a súa extensión ao resto da Península e Baleares realizarase progresivamente de acordo coa dispoñibilidade de Bizum presencial entre as diferentes entidades bancarias.

Con esta iniciativa, Grupo EROSKI sitúase na vangarda da innovación en medios de pagamento dentro do sector da distribución alimentaria, dando resposta á evolución dos hábitos de consumo e á crecente demanda de novas alternativas de pagamento dixitais, sinxelas e áxiles.

A incorporación de Bizum presencial amplía as posibilidades á disposición da clientela no momento de aboar a súa compra. O novo servizo intégrase no proceso habitual de pagamento sen modificar a operativa do persoal de caixa, de forma que é a propia persoa consumidora quen pode escoller o método de pagamento dixital que desexa utilizar.

Para poder utilizar Bizum presencial será necesario que a entidade bancaria do cliente teña habilitado este servizo.

Innovación que responde a novos hábitos de consumo

A implantación de Bizum presencial forma parte da aposta de Grupo EROSKI por incorporar solucións tecnolóxicas que acheguen un valor tanxible á clientela e simplifiquen a súa experiencia de compra. Unha visión que sitúa as persoas e as súas novas necesidades no centro da transformación tecnolóxica da compañía.

**Grupo 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**

Esta filosofía está aliñada coa estratexia de innovación do Grupo EROSKI, que concibe a tecnoloxía non como un fin en si mesmo, senón como unha ferramenta que debe xerar un impacto real tanto na experiencia de compra como no propio negocio.

«Os hábitos de compra e de pagamento están a evolucionar rapidamente e o noso obxectivo é acompañar a nosa clientela nesa transformación, incorporando solucións que fagan o seu día a día máis fácil. Bizum presencial permítenos ofrecer unha alternativa adicional, sinxela e adaptada a unha realidade cada vez máis dixital, trasladando a innovación a un momento tan cotián como o pagamento da compra», sinalou **Enrique Monzonis, director de Innovación e Tecnoloxía do Grupo EROSKI**.

«Para Grupo EROSKI, innovar significa identificar novas necesidades e converter a tecnoloxía en solucións útiles para as persoas. A incorporación de Bizum presencial responde precisamente a esa filosofía: ampliar as posibilidades de elección da nosa clientela e avanzar cara a unha experiencia de compra cada vez máis cómoda, áxil e sinxela», engadiu **Enrique Monzonis**.

Despregamento progresivo na rede alimentaria

Nesta primeira fase, Bizum presencial estará vinculado exclusivamente ao negocio alimentario, sen incluír Forum Sport nin gasolineiras. A súa implantación comezou en Caprabo, en Cataluña, e estenderase progresivamente ao resto da Península e Baleares, de acordo coa dispoñibilidade do servizo entre as diferentes entidades bancarias.

Coa incorporación desta nova modalidade de pagamento, Grupo EROSKI continúa a avanzar na súa estratexia de transformación e innovación tecnolóxica. No 2025, a compañía destinou 21,14 millóns de euros a proxectos de innovación e desenvolvemento, un 35 % máis que no 2024, con iniciativas relacionadas con ámbitos como a dixitalización, a intelixencia artificial, a automatización e a mellora da experiencia de compra.

Esta aposta forma parte dun proceso de transformación tecnolóxica máis amplo, ao que Grupo EROSKI prevé destinar máis de 100 millóns de euros entre 2024 e 2026, con foco en automatización, dixitalización e uso avanzado do dato.

Acerca de Grupo EROSKI

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 omnicanal, 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.

**Grupo 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