

## Caprabo comparte las claves de su nueva etapa estratégica con casi 350 proveedores en un encuentro sin precedentes

NOTA DE PRENSA 04 may 2022

***Barcelona, 3 de mayo de 2022.-***  
*Caprabo ha reunido hoy a directivos y propietarios de casi 350 empresas proveedoras de la compañía en un encuentro sin precedentes. El objetivo del encuentro ha sido, por una parte, compartir los detalles de la nueva etapa estratégica de Caprabo*

una importante etapa de transformación que impulsa los planes de negocio de la compañía para los próximos ejercicios. Y, por otra, dar a conocer la **nueva propuesta de comunicación de Caprabo**, que renueva y potencia los principales atributos tradicionales de la marca.



El encuentro, que ha tenido lugar en el auditorio del campus norte del IESE en Barcelona, ha contado con la asistencia del **secretari d'Empresa i Competitivitat de la Generalitat de Catalunya, Albert Castellanos**, y con **David Mascort, secretari general d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural**. En la jornada, también ha intervenido el profesor **Alfredo Pastor, del Departamento de Economía IESE Business School**. **Jordi Torrades, Director General de Comerç** también ha asistido al encuentro.

Al acto han asistido **Edorta Juaristi, Director General de Caprabo, y el Presidente del Consejo de Administración de Supratuc**, la sociedad propietaria de Caprabo, **Javier Amezaga**. También ha estado presente **Rosa Carabel, Directora General de Grupo Eroski, y Beatriz Santos, Directora Comercial** de la cooperativa.

### Los proveedores, en el centro de la gestión

El encuentro supone un punto de inflexión para Caprabo que coloca a los colaboradores más estrechos de la compañía en el centro de la gestión. Más de la mitad de los asistentes han sido pequeños productores y cooperativas agrarias, lo que supone una clara declaración de intenciones de la compañía en su apuesta por la producción de proximidad.

---

El **Director General de Caprabo** ha recordado en su intervención que la compañía invertirá 100Mill€ en los próximos 5 años para dar un impulso a su nuevo plan estratégico.

Un plan que incluye la **transformación logística**; la reforma de supermercados a **tiendas de nueva generación**; el desarrollo de la **venta online** con **Capraboacasa** y la **expansión**, con nuevas aperturas en Catalunya.

**Juaristi** ha recordado que *“es uno de los planes de mayor envergadura de los últimos años, es transversal y supone mejorar el servicio a tienda, la eficiencia de nuestras operaciones y la calidad de la experiencia de compra de los clientes”*. **Y ha añadido que** *“desde la entrada el pasado ejercicio de un nuevo socio en el accionariado de Caprabo, abrimos una nueva etapa de transformación y crecimiento. Un periodo en el que se reforzarán las inversiones para dar potencia a la marca Caprabo en Catalunya, nuestro mercado estratégico”*.

### **Proximidad, cultura, diversidad y tierra**

Sobre la nueva estrategia de comunicación, **Edorta Juaristi**, ha explicado que *“la nueva campaña -que se dará a conocer al mercado el próximo jueves día 5- sorprenderá a todos”*. *“Traslada nuestros principales atributos de marca, que identificamos con los valores tradicionales del comercio de proximidad, de una manera muy original, emocionante, diferencial en el mercado”*. *“Es más que una campaña. Es una auténtica apuesta por la proximidad, la cultura, la diversidad, la tierra”*, añade **Juaristi**.

Por su parte, **Rosa Carabel, Directora General de Grupo Eroski**, ha destacado la *“importancia del papel de las empresas con alma y propósito de manera especial en un momento de la historia en que es necesario tener referentes honestos y con credibilidad, como Caprabo”*. Carabel ha señalado que Caprabo *“se encuentra en el mejor momento para desarrollar su nuevo plan estratégico”*. *“Estamos muy orgullosos del recorrido que hemos hecho y del lugar al que hemos llegado. Además de reconocer el gran trabajo de todos los equipos para llegar hasta aquí”*.

**Albert Castellanos** ha asegurado que el sector agroalimentario, *“hoy representado ampliamente en esta jornada, es el principal motor producto del país y generador de riqueza en todo el territorio catalán. Supone unos 38.000 millones de euros, el 16% del PIB y genera 163.000 puestos de trabajo directos. Además, es el sector impulsor de la transformación que va a vivir nuestro país”*. Ha calificado *el plan de transformación de Caprabo* como *“ambicioso”* y ha considerado que *“tendrá un alto impacto en el mercado”*. De la misma manera ha destacado *“la importancia de que las empresas busquen esa diferenciación en el mercado. En el caso de Caprabo, de manera específica, su apuesta por la producción de proximidad. Supone una importante garantía de generación de riqueza para el territorio además de contribuir a sensibilizar al consumidor respecto la alta calidad de estos productos y sobre el entorno rural en que se producen”*. Castellanos ha explicado que *“la apuesta de Caprabo ayuda a preservar este entorno rural y por eso supone un partner para el equilibrio económico territorial”*. Castellanos ha dicho que el *“proyecto Caprabo es un proyecto de país. Los valores de Caprabo, que nos transporta a nuestra infancia, están plenamente identificados con los valores de la Generalitat”*.

Por su parte, **David Mascort** ha explicado que *“el plan estratégico de Caprabo coordina todos agentes de la cadena de distribución, una visión que compartimos claramente en el departament”*. *“Caprabo es un factor de sostenibilidad en todo el territorio con su red de supermercados en todas las comarcas. Compartimos plenamente la visión de país que hoy ha compartido Caprabo”, ha añadido. “Nos gusta el mensaje de optimismo que transmite Caprabo con sus planes estratégicos de futuro”*.

## Caprabo

Caprabo, compañía de supermercados de referencia, nació en la ciudad de Barcelona el año 1959. Tiene una red de casi 300 supermercados en las cuatro provincias de Cataluña y en la compañía trabajan unas 6.000 personas. Caprabo apuesta por la diferenciación a través de la salud, la producción agroalimentaria de proximidad, los productos frescos, el ahorro, la personalización de la oferta, la variedad, la calidad y la innovación. Cada día, más de 150.000 personas compran en los supermercados Caprabo y un millón de clientes usan regularmente su Tarjeta Club Caprabo. Caprabo es pionera en la venta de alimentación por Internet a través de *Capraboacasa* [ <https://www.capraboacasa.com/portal/es> ].

[www.caprabo.com](http://www.caprabo.com) [ [/sites/caprabocom/](#) ]

[ [/sites/caprabocom/](#) ] [www.capraboacasa.com](http://www.capraboacasa.com) [ <http://www.capraboacasa.com> ]

[ <http://www.capraboacasa.com> ] [www.caprabo.com/es/clubcaprabo/](http://www.caprabo.com/es/clubcaprabo/)

[ [/sites/caprabocom/es/clubcaprabo/](#) ] [www.twitter.com/caprabo](https://www.twitter.com/caprabo)

[ <http://www.twitter.com/caprabo> ] [www.facebook.com/caprabo](https://www.facebook.com/caprabo)

[ <http://www.facebook.com/caprabo> ] [www.flickr.com/photos/caprabo](https://www.flickr.com/photos/caprabo)

[ <http://www.flickr.com/photos/caprabo> ] [www.youtube.com/user/Caprabo50](https://www.youtube.com/user/Caprabo50)

[ <http://www.youtube.com/user/Caprabo50> ] [www.instagram.com/caprab\\_supermercats/](https://www.instagram.com/caprab_supermercats/)

[http://www.instagram.com/caprabo\\_supermercats/](http://www.instagram.com/caprabo_supermercats/) ]