

Caprabo impulsa la venta online con su nueva plataforma de Capraboacasa

NOTA DE PRENSA 15 dic 2020

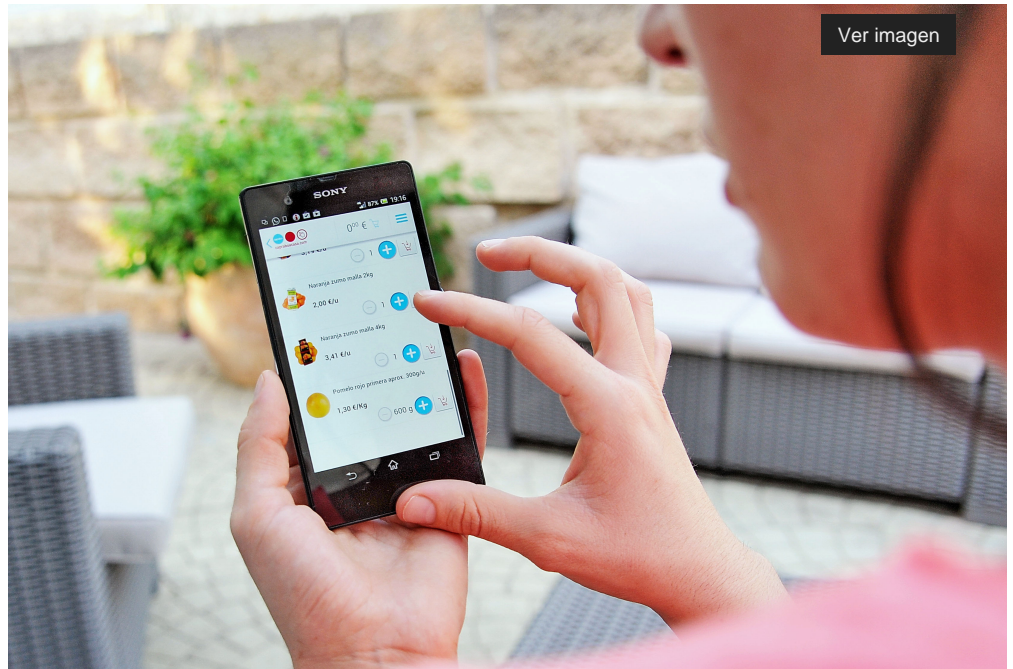
Barcelona, 15 de diciembre 2020.- Caprabo cumple su calendario previsto y pone en funcionamiento una nueva plataforma de Capraboacasa, su supermercado online.

El nuevo centro de distribución cuenta con una superficie de más de 4.000m², lo que supone un 20% más de espacio. Permite aumentar la capacidad de surtido un 33%, hasta las 13.000 referencias, y atender un 40% más de pedidos.

Este nuevo centro de distribución, se ha construido en el marco del proyecto de transformación logística de la compañía que incluye la nueva plataforma de frescos y la nueva sede central, en el ZAL Port de El Prat de Llobregat (Barcelona), un proyecto que ha supuesto, en su conjunto, una inversión superior a los 20Mill€. *Capraboacasa* es la última fase de este proyecto, construido por CILSA, y ya se encuentra a pleno rendimiento.

Con esta operación, Caprabo avanza en su plan de transformación para ganar competitividad, adaptarse a los cambios del entorno y adecuar su oferta a las nuevas necesidades del consumidor. Precisamente, esta nueva plataforma online permite a Caprabo afianzar su posición de empresa pionera en la venta de alimentación por Internet. Caprabo arrancó el primer supermercado online de España en el año 2001 y se ha consolidado con los años como la tienda online de referencia. *Capraboacasa* supone el 4% de las ventas de Caprabo.

Para **Julian Sánchez, Responsable de Capraboacasa**, *“para Caprabo la venta de alimentación online es estratégica desde hace dos décadas. Fuimos los primeros en el sector en apostar y desarrollar este canal y la nueva plataforma de Capraboacasa abre una nueva etapa para nosotros. Nos va a permitir mejorar el nivel de servicio, optimizar las operaciones y mantener un surtido exclusivo para la venta online. El mayor espacio permite dar paso a nuevas referencias y ofrece perspectivas de crecimiento. También impulsa las entregas de producto fresco online. En definitiva, este nuevo centro de distribución online nos permite estar preparados para atender nuevas oportunidades de mercado”.*



Más de 240 personas trabajan para *Capraboacasa* repartidos entre la nueva plataforma, el servicio de distribución y el personal de las tiendas preparadoras.

***Capraboacasa*. Centros preparadores, el 25% de la actividad**

Capraboacasa completa el servicio de la nueva plataforma con el trabajo de 9 tiendas preparadoras que permiten ampliar la capacidad de cobertura y que suponen, hoy en día, el 25% de la actividad online. Son supermercados Caprabo en los que se ha establecido un servicio específico solo para *Capraboacasa*. Caprabo tiene intención de mantener este servicio mixto para dar cobertura a sus pedidos.

***Capraboacasa*. La primera app**

Las compras online en *Capraboacasa* se realizan en un 22% a través de la app. Caprabo fue el primer supermercado en lanzar al mercado una app de venta de alimentación, en 2014. La app de *Capraboacasa* añade a la compra de alimentación elementos de innovación, modernidad, calidad y servicio, que constituyen algunas de las apuestas estratégicas de la compañía.

***Capraboacasa*. Cifras registradas durante la COVID-19**

La situación de alerta sanitaria por la COVID-19 ha reforzado y acelerado la apuesta estratégica de la compañía por *Capraboacasa*. Durante todo el año,

Caprabo ha sido el único supermercado online de Cataluña que ha mantenido el servicio a pleno rendimiento. Ha seguido dando servicio las semanas más complicadas durante el estado de alerta y confinamiento total de la población.

El servicio online de *Capraboacasa* llegó a tener durante el estado de alarma puntas de visitas en la web superiores al 500% respecto a lo habitual. Y entre el 15 de marzo y el 15 de mayo, se llegaron a doblar el número de pedidos.

Capraboacasa ha registrado un 700% más de nuevas altas en su servicio online, este año. Durante los meses de estado de alerta sanitaria, trabajó en reforzar los sistemas informáticos con el objetivo de dar respuesta a la elevada demanda. Sin cerrar el servicio en ningún momento, los tiempos de espera en las entregas, en su punta máxima, se situaron de media en un semana.

Para dar cobertura al incremento de la demanda, Caprabo decidió ampliar la capacidad de respuesta por medio de la puesta en marcha de tiendas preparadoras como refuerzo al servicio.

La frecuencia de compra ha aumentado, en los últimos meses y ha pasado a ser quincenal, frente a la compra mensual de media del año pasado.

En el funcionamiento de *Capraboacasa* se han incorporado todas las recomendaciones de seguridad para prevenir los contagios por la COVID-19. Entre otras, distancia en las entregas, sistemas de protección personal y uso de mascarilla, guantes y gel desinfectante.

Caprabo. Pionero en venta de alimentación por Internet

Capraboacasa fue pionero en la venta de alimentación por Internet. En una primera etapa, el cliente debía hacer la compra con un cd que Caprabo le facilitaba. El usuario debía actualizar el contenido del cd sobre oferta, precios y productos conectándose a Internet, en un momento en que la conexión a redes en los hogares era muy limitada y cara. La compra se hacía en el cd sin conexión y debía volver a conectarse para enviar el pedido y pagar.

Para **Julián Sánchez** *“Capraboacasa se ha mantenido en funcionamiento con una participación sobre las ventas alta, mientras que el sector, durante estos años, ha titubeado con el canal de venta online en alimentación. Hemos podido ofrecer a los clientes un servicio de calidad y eficaz, con un gran esfuerzo de adaptación por parte de todos.”*

La alimentación es uno de los sectores que se ha incorporado de manera más tardía al comercio electrónico. Esto ha sido así en la mayoría de los países europeos, donde los porcentajes sobre las ventas todavía son limitados si lo comparamos con la venta online en otros sectores. La situación de pandemia ha doblado de media la cifra de venta de alimentación por Internet, que se ha situado en un 2%.

Para **Julián Sánchez** *“Caprabo interpreta al cliente como un cliente omnicanal, que consume en un único supermercado en dos formatos, online y físico. Un cliente puede acceder a sus datos de compra online y físico, y volcar y usar compras de manera alternativa. El cliente de Caprabo ha crecido con nosotros en la compra de alimentación por Internet. Nos ha ayudado a desarrollar nuestro servicio y esa experiencia compartida nos permite asegurar que los clientes de Caprabo son plenamente multicanal”. “Desde este punto de vista, no es exagerado afirmar que Caprabo abrió el camino y ha sido determinante en el desarrollo de la venta de alimentación por Internet en nuestro mercado”, explica Sánchez.*

Capraboacasa. Composición de la cesta de la compra

Los hábitos de los clientes de *Capraboacasa* desmienten el falso tópico, según el cual, los consumidores sienten inseguridad a la hora de adquirir productos frescos y congelados online. Más del 50% de sus pedidos incluyen productos frescos. De hecho, las ventas de productos frescos -fruta, verdura, pesca y carne- online se han incrementado 4 puntos este ejercicio, lo que refleja una mayor confianza de los clientes en la calidad y el tratamiento del producto fresco.

Refrescos, aguas, productos aperitivo y caldo casero, son los cinco tipos de productos con mayor consumo online. Le siguen celulosas, conservas, aceites, huevos y azúcar.

Caprabo. Plan de transformación de Caprabo

El nuevo centro de distribución de *Capraboacasa* se enmarca en un proceso de transformación en el que está inmerso Caprabo y que incluye: la reorganización logística con dos grandes plataformas; la renovación de su red de tiendas a un

modelo de nueva generación; la apuesta por la expansión a través de franquicias con un formato de tienda versátil, urbano, con horarios y días de servicio ampliados mucho mejor adaptados a las necesidades del nuevo consumidor y tiendas propias; y la apuesta por los servicios de valor añadido del comercio tradicional de proximidad que identifican y han diferenciado a Caprabo a lo largo de sus más de 60 años de historia.

Caprabo

Caprabo, compañía de supermercados de referencia, nació en la ciudad de Barcelona el año 1959. Tiene una red de más de 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 personalizado, la variedad y la innovación. Cada día, más de 200.000 personas compran en los supermercados Caprabo y más de un millón de clientes disponen de tarjeta de fidelización. Caprabo es pionera en la venta de alimentación por Internet a través de *Capraboacasa* y ha sido la primera empresa de distribución en lanzar al mercado una app de compra. Desde 2007, Caprabo forma parte del Grupo Eroski.

www.caprabo.com [/sites/caprabocom/]

[/sites/caprabocom/] www.capraboacasa.com [http://www.capraboacasa.com]

www.miclubcaprabo.com [http://www.miclubcaprabo.com]

www.twitter.com/caprabo [http://www.twitter.com/caprabo]

www.facebook.com/caprabo [http://www.facebook.com/caprabo]

www.flickr.com/photos/caprabo [http://www.flickr.com/photos/caprabo]

www.youtube.com/user/Caprabo50 [http://www.youtube.com/user/Caprabo50]

www.instagram.com/caprabo_supermercados/ [http://www.instagram.com/caprabo_supermercados/]