

Caprabo da un impulso al plan de transformación de su red de supermercados

NOTA DE PRENSA 27 may 2021

Barcelona, 27 de mayo de 2021.-
 Caprabo avanza en su plan de transformación de supermercados al modelo de nueva generación y tiene previsto finalizar este ejercicio con el 80% de la red renovada.

Se trata del año con mayor número de reformas desde que la compañía iniciara este proyecto estratégico, en 2017.

A lo largo del 2021, realizará trabajos de reformas en más de 70 tiendas. Con ello, la compañía gana competitividad, adapta sus tiendas a los cambios del entorno competitivo y adecúa su oferta a las nuevas necesidades del consumidor. En 2021, Caprabo invertirá unos 13Mill€ en este plan de renovación de su red, que avanza al ritmo previsto.

La transformación de supermercados se lleva a cabo en tiendas de más de 40 poblaciones de todas las provincias de Cataluña, si bien a lo largo del ejercicio, concentrará su actividad en la ciudad de Barcelona y su área metropolitana. En total, se adecúan unos 50.000m² de superficie comercial.

Entre las actualizaciones de este año, se encuentra la histórica primera tienda de la compañía, abierta en 1959 en la ciudad de Barcelona, en la calle Sant Antoni Maria Claret del distrito de Sant Martí. También, varias tiendas que Caprabo tiene en mercados municipales, como el Mercado de la Concepció o el Mercado de Lesseps, ambos en Barcelona.

Jordi Lahiguera, Director de Desarrollo Corporativo y Marketing de Caprabo, señala que “el plan de transformación de nuestra red de supermercados al modelo de nueva generación es, junto con el plan transformación de plataformas que se



ha concretado en el 2020, el desarrollo de ventas en Capraboacasa.com y el plan de expansión con apertura de nuevas tiendas, uno de los principales planes estratégicos de la compañía. Las nuevas tiendas muestran una muy buena evolución en ventas con crecimiento de doble dígito. Nuestra previsión es tener toda nuestra red transformada en los próximos dos años”.

Supermercados de nueva generación

Para Caprabo, la transformación de sus supermercados supone una gran oportunidad para recuperar y renovar los valores tradicionales del comercio de proximidad. El supermercado de nueva generación de Caprabo realiza una contundente apuesta por la salud, como atributo transversal, los productos frescos y de proximidad, la amplitud de surtido, el ahorro personalizado y la innovación, con el objetivo de optimizar la experiencia de compra.

Las nuevas tiendas recuperan el tradicional logotipo de Caprabo. En el interior, amplían espacios e incorporan muebles oscuros que ayudan a dar protagonismo al producto. Mejoran la iluminación y la hacen más eficiente, con ahorros estimados por tienda en energía del 20%. Potencian secciones de ecológico y parafarmacia. Amplían el surtido para cubrir más necesidades de consumo. La calidad toma en el supermercado de nueva generación una dimensión más amplia y se entiende desde una perspectiva de trescientos sesenta grados: desde la atención al cliente, los productos, los servicios de valor añadido, el desarrollo de las nuevas tecnologías al servicio del cliente, las secciones nuevas, las especialidades o el producto de marca propia, con un enfoque de desarrollo y calidad.

Rotunda apuesta por los productos frescos

El nuevo modelo realiza una rotunda apuesta por los productos frescos, que ganan aún más protagonismo. La importancia que tienen para Caprabo estos productos va acompañada de un extenso programa de formación que incluye a todos los profesionales que trabajan en las secciones de panadería, charcutería, carne, pescadería, fruta y verdura. El pasado julio, Caprabo puso en funcionamiento su nueva plataforma de producto fresco. Un espacio diáfano con tres zonas de temperaturas de entre 2 y 4 grados para cada tipo de producto, muy versátil y adaptable. Una superficie de 17.200m² con capacidad para aumentar en un 50% el número de productos frescos que la compañía gestiona en la actualidad. Preparada para gestionar hasta 100 toneladas diarias de fruta y verdura, 70 toneladas de charcutería, 30 toneladas de carne y hasta 20 toneladas de pescado.

Referente en proximidad

En las nuevas tiendas, los productos de proximidad aparecen reforzados gracias al desarrollo del Programa de Proximidad por Comarcas de Caprabo, que ha puesto en los supermercados de la compañía más de 2.800 referencias de 300 pequeños productores y cooperativas agrarias de todas las comarcas catalanas. La promoción de estos productos y el fomento de su conocimiento son señas ya de identidad del nuevo Caprabo.

Los supermercados de Caprabo, certificados *Clean Site*

Los supermercados de Caprabo cuentan con la certificación *Clean Site* de Bureau Veritas para toda su red. Se trata de un sello que avala que está implementando de manera correcta los protocolos de limpieza, desinfección y seguridad en sus instalaciones frente a la COVID-19.

Medidas de seguridad en el supermercado

Siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias frente a la COVID-19, los supermercados de Caprabo incorporan todas las medidas de seguridad necesarias para prevenir los contagios. Destacan la distancia de seguridad en las colas; la prioridad de la compra para las personas mayores y las personas con discapacidad; el aforo limitado en el interior de la tienda; las mamparas de separación en cajas de cobro; uso de mascarillas, guantes y gel desinfectante en la compra y el uso de pantallas faciales para los trabajadores de las tiendas. Caprabo realiza una importante función de sensibilización con los clientes a través de las herramientas de comunicación que tiene en sus supermercados. Cartelería en tienda y megafonía recuerdan de manera constante las medidas de seguridad que es necesario contemplar para realizar la compra.

<https://www.caprabo.com/url/ahora-mas-que-nunca/> [/sites/caprabocom/url/ahora-mas-que-nunca/]

Plan de transformación de Caprabo

Caprabo se encuentra inmerso en un proceso de transformación que incluye la reorganización logística, con **dos plataformas de distribución**; la **renovación de la red de tiendas**, que concentra su negocio en Cataluña, 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; la apertura de **tiendas propias**; la apuesta por la **venta online con Capraboacasa** [<https://www.capraboacasa.com/portal/es>] y entregas más dinámicas; 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 unos 300 supermercados en las cuatro provincias de Cataluña y en la compañía trabajan más de 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 150.000 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.

www.caprabo.com

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

[<http://www.capraboacasa.com>] www.caprabo.com/es/clubcaprabo/ [/sites/caprabocom/es/clubcaprabo/]

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_supermercats/ [http://www.instagram.com/caprabo_supermercats/]