

Caprabo supera la previsión de aperturas y termina 2025 con 16 nuevas tiendas

NOTA DE PRENSA 18 mar 2026

Barcelona, 18 de marzo de 2026.- Caprabo ha superado la previsión de aperturas para el ejercicio de 2025 y ha finalizado el año con la incorporación de 16 nuevos supermercados a su red.

Las nuevas tiendas consolidan la apuesta de la compañía por el crecimiento en Cataluña y refuerzan el desarrollo del plan estratégico 2024-2026, orientado a ganar competitividad en el mercado. Durante el ejercicio, Caprabo ha incorporado al mercado **5.113 m² de superficie comercial** y ha generado **104 nuevos puestos de trabajo**.



“El crecimiento de la red confirma que el modelo Caprabo es sólido y adaptable a realidades muy distintas, desde tiendas urbanas de barrio hasta formatos en entornos singulares. El plan estratégico 2024-2026 avanza según lo previsto y nuestra prioridad es seguir ampliando la presencia de marca allí donde el cliente valora una compra próxima, cómoda, con un alto nivel de servicio y que le permita maximizar su ahorro”, señala **Jordi Lahiguera, director de Marketing y Desarrollo Corporativo de Caprabo**.

A lo largo del año, la actividad se ha centrado también en la ampliación del surtido, el impulso de los productos de proximidad, el desarrollo de una marca propia de calidad y competitiva y el fortalecimiento de la relación con los clientes a través del Programa de Fidelización y la Tarjeta Club Caprabo. Además, Caprabo ha puesto el foco en ofrecer una cesta de la compra más adaptada a las necesidades de cada cliente y en maximizar su capacidad de ahorro en la compra diaria.

Presencia en todo el territorio catalán y diversidad de formatos

Durante el último ejercicio, Caprabo ha llegado a nuevos municipios donde no tenía presencia, como Calonge i Sant Antoni (Baix Empordà) y Alcanar (Montsià). Además, ha reforzado su presencia en Santa Coloma de Gramanet, Capellades, Sabadell, Artès, Igualada, Girona, Barcelona, Vilafranca del Penedès y L'Hospitalet de Llobregat. Por comarcas, las nuevas aperturas se han distribuido en el Barcelonés, Maresme, l'Anoia, Vallés Occidental, Baix Empordà, Gironès, Alt Penedès y Montsià.

Entre las aperturas, destaca la inauguración de **una tienda propia en el municipio de Calonge i Sant Antoni (Girona)**, con una superficie de 1.676m², una inversión de 2 millones de euros y la creación de 35 empleos.

Además de la tienda propia, Caprabo ha abierto **15 tiendas franquicias**, ampliando su cobertura. Entre ellas, destaca un supermercado de formato **Rapid**, ubicado en un camping en Alcanar, con un modelo diferencial y adaptado al entorno, que refuerza la versatilidad de Caprabo en sus formatos y su capacidad de adaptación a distintos espacios y dimensiones.

Un modelo de supermercado adaptado a las nuevas necesidades

Los supermercados de Caprabo responden al modelo de tienda de nueva generación que la compañía ha desarrollado tras culminar la transformación de toda su red. El modelo pone el foco en la experiencia de compra y el cliente, con espacios diáfanos, mayor presencia de luz natural, secciones de frescos ubicadas en la entrada, zonas de autocobro y una disposición que favorece la compra rápida y cómoda. Además, incorpora sistemas de eficiencia energética de última generación, equipamientos de bajo consumo, iluminación sostenible y soluciones digitales que mejoran la gestión de promociones y la personalización del servicio.

El ahorro, eje estratégico de Caprabo

En el desarrollo de su etapa estratégica 2024-2026, Caprabo ha situado el ahorro en el centro de su estrategia comercial. Durante ese periodo de tres años, la compañía ha previsto transferir más de 85 millones de euros en ahorro a los clientes. Entre las iniciativas de ahorro destacan el programa *Precios Buenos Siempre* (PBS), precios competitivos en más de 1.800 productos —250 de ellos de proximidad—, y la campaña *Carros completos y saludables por menos de 70 €*, que ofrece alternativas equilibradas y asequibles para la compra diaria. Estas iniciativas se complementan con cupones personalizados, formatos promocionales como 2x1, días sin IVA, descuentos en diferentes secciones y descuentos especiales para familias numerosas. Todas estas acciones están integradas en el Programa de Fidelización Club Caprabo, utilizado por cerca de un millón de clientes y que permite una relación directa, digital y personalizada con el consumidor. La **Tarjeta Club Caprabo** es la herramienta con la que los clientes de Caprabo consiguen maximizar su capacidad de ahorro. Permite sumar y acumular ahorro, con unos importes que se acumulan en la tarjeta de Caprabo.

Caprabo

Caprabo es una marca referente y la compañía de supermercados con mayor trayectoria. Nació en la ciudad de Barcelona en el año 1959, hace más de 65 años. El primer supermercado Caprabo abrió sus puertas un 11 de julio de 1959 en la calle Sant Antoni Maria Claret 318 de Barcelona. La emblemática tienda sigue abierta hoy en día. Supone un símbolo del sector, ya que revolucionó, en su momento, la forma de comprar alimentación. Caprabo tiene una red de unos 300 supermercados en las cuatro provincias de Cataluña y en Andorra. Cada día, más de cien mil personas compran en sus supermercados 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) [<https://www.capraboacasa.com/portal/es>].

En 2026, Caprabo ha abierto un nuevo marco de compromisos corporativos y ha fijado sus grandes objetivos hasta 2030 en fomentar la alimentación saludable, generar riqueza de proximidad y solidaridad en el entorno, promover la satisfacción y el desarrollo de los trabajadores, poner foco en la escucha e información a clientes y mejorar la sostenibilidad ambiental. (<https://www.caprabo.com/es/salud/5compromisos/index.html?tk=0> [[/sites/caprabocom/es/salud/5compromisos/index.html?tk=0](https://www.caprabo.com/es/salud/5compromisos/index.html?tk=0)])

www.caprabo.es [<http://www.caprabo.es>]