

EDORTA JUARISTI
DIRECTOR GENERAL DE CAPRABO

“Debemos ser un ejemplo y responsables con las nuevas generaciones”

Tras desarrollar, durante la última década, un modelo de tienda que “recupera los valores tradicionales del comercio de proximidad” y reforzar la apuesta por la venta ‘online’, Caprabo afronta el futuro como un “servicio esencial” cuyos desafíos son los mismos que los de la sociedad. “Somos necesarios, ágiles y profesionales en la toma de decisiones”, afirma el entrevistado.

Balance de la última década

La década de 2012 a 2022 ha sido un periodo de importantes cambios en un sentido muy amplio. Para Caprabo ha supuesto pasar a desarrollar un conjunto de planes estratégicos que nos llevan a estar a la cabeza del sector en la zona estratégica de Cataluña. Hemos desarrollado un modelo de supermercado que pensamos que se adapta bien a los cambios registrados en los últimos años, que se centran en dos aspectos: la reforma completa de nuestra red de supermercados para recuperar los valores tradicionales del comercio de proximidad y, por otra parte, la apuesta por la venta de alimentación por internet, en lo que Caprabo es pionero, ya que es el operador que primero lanzó una tienda de alimentación *online* en 2001. En resumen, ha sido una década para desarrollar un modelo de tienda demandado y un servicio *online* al que hoy día no podemos renunciar.

Desafíos futuros

Entre los principales desafíos a los que se enfrenta el sector se encuentra seguir dando un servicio de calidad, adecuado a las necesidades de nuestros clientes, honesto en precio, que sepa evolucionar con la sociedad. Somos un servicio esencial. Lo hemos visto en el periodo de pandemia por la covid-19. Y se debe subrayar que hemos sido un sector, en conjunto, que nos hemos sabido adaptar a las necesidades demandadas en cada momento. Somos necesarios, somos ágiles y profesionales en la toma de decisiones. Nuestros desafíos son los propios desafíos de la sociedad. Debemos ser un ejemplo para los más de 150.000 clientes que cada día compran en nuestras tiendas. Y debemos también ser responsables con las nuevas generaciones.

Claves de la gestión

En el actual contexto, es fundamental la honestidad con nuestros clientes y, también,

con nuestros proveedores y trabajadores. Todos formamos parte de una cadena que, al final, se dedica a poner alimentos a disposición de toda la sociedad. Debemos ser capaces de explicarnos, entender lo que sucede, y ayudar en esta situación siendo respetuosos con nuestras apuestas y con nuestros empleados.

Relevancia del factor humano

Caprabo emplea a unas 6.000 personas. Cada uno de nuestros trabajadores tiene un papel clave para el desarrollo y consecución de nuestra actividad empresarial. Vendemos producto fresco. Atendemos a nuestros clientes en las tiendas. Somos tenderos. Es importante para nuestros clientes que las personas de Caprabo puedan atender sus necesidades. Pero junto a las personas, por supuesto, avanzamos en digitalización e implantación de nuevas tecnologías. Y en nuestro negocio hay multitud de ámbitos en los que, de manera constante, aplicamos innovación. Debemos ser capaces de hacer convivir la fuerza de nuestros trabajadores con las ventajas y oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías.

Conceptos esenciales

La omnicanalidad es una de las claves de futuro, ya que permite a los clientes tener múltiples opciones de interacción y realizar una compra más fácil y rápida. Además, me gustaría destacar también la innovación abierta, entendida como la capacidad de colaborar con otros agentes de conocimiento en la búsqueda de nuevas soluciones. Y, finalmente, en la estrategia de futuro de la organización para aspectos tan importantes como la innovación, la personalización y la experiencia de compra, la correcta gestión del dato será un elemento nuclear.

