

GM FOOD abre 95 supermercados franquiciados en 2020 que han creado 325 empleos

La compañía destaca los buenos resultados de aperturas en un año difícil

GM FOOD, compañía referente en el sector de la distribución alimentaria, cerró 2020 con la apertura de **95 supermercados franquiciados. Los nuevos establecimientos**, bajo las enseñas SUMA, Proxim y SPAR, están repartidos en 13 comunidades autónomas y suponen la **creación de 325 puestos de trabajo directos y un aumento de 17.218 m² de superficie de sala de ventas.**

De las 95 aperturas, 50 corresponden a la enseña SUMA, 40 son Proxim y los 5 restantes SPAR. Por distribución geográfica: **42** en Cataluña, **15** en Andalucía, **10** en la Comunidad Valenciana, **5** en Baleares, **5** en Madrid, **2** en Canarias, **4** en Aragón, **4** en Castilla-La Mancha, **1** en Navarra, **4** en Castilla y León, **1** en Euskadi, **1** en Galicia, y **1** en Asturias.

En línea con su plan de crecimiento, durante el pasado 2020 GM FOOD inauguró sus primeros supermercados SUMA en Galicia y Asturias, enseña con la que hasta la fecha no tenía presencia.

La compañía destaca los buenos resultados conseguidos en la apertura de franquicias en un año difícil marcado por la pandemia y por la inactividad que supuso el confinamiento.

Apuesta por la proximidad

GM FOOD atribuye gran parte de los buenos resultados a su apuesta por un modelo de tienda de proximidad destinado a **satisfacer los hábitos de los consumidores** ampliando las referencias de productos saludables y sostenibles, **y de los franquiciados**, adaptando sus negocios a su especialización y a las necesidades de la zona.

La oferta de sus establecimientos cuenta, además, con el refuerzo de las 1.600 referencias de sus marcas propias Gourmet, Mical, Micaderm, GM Wines y Mic&Friends.

GM FOOD en 2020

A lo largo del pasado año la compañía realizó la renovación integral y la adaptación de sostenibilidad a sus centros de cash&carry GMcash de Figueres, Girona y Palamós, todos ellos en la provincia Girona.

La transformación, orientada fundamentalmente a potenciar la zona de frescos y a ampliar el surtido de referencias de proximidad, supuso una inversión total de 5,1 millones de euros. El catálogo de marcas propias también se ha ampliado durante este año, con la incorporación de las infusiones Greenwell, los cafés Zicarelli y las aguas Idonia.

En el ámbito de la sostenibilidad, se ha impulsado la reducción de plásticos a favor de productos de materiales sostenibles. Y ha continuado la inversión en mejoras energéticas mediante la instalación de placas fotovoltaicas y equipos más eficientes.