

La inversión realizada ha sido de 50.000 euros

EL SUPERMERCADO EROSKI EN RINCON DE SOTO ABRE RENOVADO, CON MAYOR ESPECIALIZACIÓN EN FRESCOS Y PRODUCTOS AUTÓCTONOS

- **El modelo de tienda "contigo" otorga gran protagonismo a los productos locales y a los alimentos frescos de temporada como base de una alimentación saludable**
- **Las ventas de la red de supermercados franquiciados de EROSKI han aumentado un 6% en 2014**

Rincón de Soto, 26 de marzo de 2015.- [EROSKI](#) inaugura hoy la adaptación total del supermercado franquiciado situado en la calle Príncipe Felipe de Rincón de Soto (La Rioja) a su nuevo modelo comercial "contigo", cuyos ejes se centran en un trato más personalizado al cliente, una fuerte apuesta por los productos locales y frescos de temporada, la promoción de la alimentación saludable y nuevas formas para ahorrar en la compra diaria. Las obras de modernización se han desarrollado durante veinte días y han supuesto una inversión de 50.000 euros.

"La transformación permite a los consumidores acceder de forma más cómoda a productos de marcas de fabricantes líderes, marca propia y productores locales. Las secciones de frescos, por ejemplo, han sido agrupadas en la entrada del establecimiento para facilitar la compra de los productos locales de temporada que demandan los consumidores", señala Enrique Martínez, responsable de franquicias de EROSKI.

La tienda incorpora innovaciones tecnológicas orientadas a mejorar su eficiencia energética y a reducir el impacto medioambiental de su actividad, otro de los ejes del nuevo modelo de tienda "contigo" de EROSKI. Así, el nuevo establecimiento cuenta con sistemas de cierre en muebles de frío para la conservación de alimentos.

El supermercado dispone, además, de horno propio, para garantizar la frescura de los productos de panadería elaborados diariamente, y de venta asistida en la sección de pescadería para garantizar un trato personalizado y asesoramiento profesional a los clientes. Asimismo, las ofertas y promociones se sucederán cada mes para favorecer el ahorro de los consumidores. Una apuesta por el ahorro que tiene su máximo exponente en EROSKI Club, el nuevo programa de relación de los Socios-Cliente con la marca.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es

“La adaptación realizada del modelo ‘contigo’ a las franquicias ha supuesto un impulso destacado, con una valoración muy positiva por parte de nuestros franquiciados y muy buena respuesta por parte de los clientes, que se refleja en un incremento de las ventas”, ha apuntado Enrique Martínez. Las ventas de la red de supermercados franquiciados de EROSKI han aumentado un 6% en 2014, un crecimiento debido a las nuevas aperturas y a la adaptación que la cooperativa ha realizado de su nuevo modelo comercial ‘contigo’ a su red franquiciada.

Productos locales

La política comercial de EROSKI es potenciar al máximo las economías locales para crear riqueza en el entorno contribuyendo al desarrollo agroalimentario y económico-social. Estos productos locales, entre los que se incluye la pera con DO Rincón de Soto, cuentan con un protagonismo preferencial en el modelo de tienda “contigo” que EROSKI está implantando en sus establecimientos.

EROSKI en La Rioja

La red comercial de EROSKI en La Rioja asciende a 34 establecimientos, incluyendo 2 hipermercados, 14 supermercados –cuatro de ellos en régimen de franquicia-, 2 gasolineras, 1 tienda Forum de material deportivo, 8 perfumerías If y 7 oficinas de Viajes EROSKI.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notas de prensa](#)
www.consumer.es