

Se han abierto 58 nuevos establecimientos en 2014

**LOS SUPERMERCADOS EROSKI FRANQUICIADOS
CRECEN UN 6% EN VENTAS**

- **La expansión de la red franquiciada ha generado 316 puestos de trabajo en 2014**
- **La inversión en franquicias supera los 18 millones de euros**
- **EROSKI lanza un programa pionero en el sector, 'Contigo en franquicia' para mejorar el apoyo ofrecido al franquiciado y abrir nuevos canales para su participación**
- **La red de franquicias EROSKI ha crecido en 148 establecimientos desde la puesta en marcha del Plan Estratégico 2013-2016**

Elorrio, 10 de marzo de 2015.- Las ventas de la red de supermercados franquiciados de [EROSKI](#) han aumentado un 6% durante el 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.

EROSKI ha abierto 58 nuevos supermercados en 2014, doce aperturas más que durante el año anterior. Estas inauguraciones han generado 316 puestos de trabajo y han contado con una inversión superior a los 18 millones de euros. EROSKI avanza así en la expansión de su red franquiciada y suma ya un total de 148 nuevos establecimientos desde el arranque en 2013 de su Plan Estratégico, consolidándose como la segunda red de supermercados franquiciados de España.

Los 58 establecimientos franquiciados inaugurados en 2014 están operativos en Andalucía (10), Aragón (3), Baleares (12), Cantabria (2), Cataluña (11), Galicia (2), Madrid (1), Navarra (3) y País Vasco (14).

El director de franquicias de EROSKI, Enrique Martínez ha recordado que "EROSKI ofrece un modelo de franquicia integral a aquellos emprendedores que quieran abrir supermercados entre 200 y 2.000 m² en poblaciones de más de 1.500 habitantes". La cooperativa apuesta por su expansión a través de franquicias, tal y como recoge el Plan Estratégico a 2016. Dicha expansión de la red franquiciada para los próximos años se focaliza principalmente en Andalucía, Madrid, Castilla La Mancha, Cataluña, Extremadura y Levante.

EROSKI ofrece un modelo de franquicia integral, con las enseñas EROSKI/city y Caprabo (en Cataluña), para establecimientos entre 250 y 500 m² que siguen el modelo físico y comercial definido por la enseña. Además, EROSKI también ofrece otras opciones como Aliprox, Onda y Aprop (en Baleares) con una fórmula más flexible de franquicia concertada para locales en torno a 250 m². Los consumidores encuentran en las tiendas franquiciadas EROSKI una oferta casi en exclusiva de alimentación, gran surtido de alimentos frescos locales, amplio surtido de alrededor

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

de 3.000 referencias entre marca propia, de fabricante y productos locales y todas las ventajas del nuevo EROSKI Club, con más de 2 millones de socios en toda España. *“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.

El director de franquicias añade que, debido a las altas tasas de desempleo, reciben cada vez más llamadas de emprendedores interesados en poner en marcha un supermercado. *“En un momento en el que el paro es el principal problema en nuestro entorno, la franquicia es una fórmula exitosa para la generación de empleo. Nuestra cultura cooperativa de autogestión encaja perfectamente con la filosofía de los emprendedores que apuestan por la creación de su propia empresa y buscan el respaldo de profesionales de amplia experiencia y una marca de confianza”*, ha explicado Martínez.

Mayor vinculación con los franquiciados

A finales de 2014 EROSKI ha presentado a su comunidad de franquiciados el programa ‘Contigo en franquicia’, una iniciativa pionera en el sector de las franquicias que ofrece a sus franquiciados formación comercial, servicios y ventajas personalizadas, información de producto y herramientas para optimizar la gestión de sus tiendas...

“Se trata de reconocer el compromiso de nuestros franquiciados con EROSKI y viceversa. El programa nace para aportar más valor a la relación con nuestros franquiciados y avanzar hacia un modelo de franquicia con una mayor vinculación con el franquiciado, abriendo también canales para articular su participación en las políticas comerciales puestas en marcha”, ha aclarado Enrique Martínez.

Innovación y Premio a la mejor Franquicia Nacional de Comercio

La apuesta de EROSKI por la innovación en sus formatos comerciales también se extiende a las franquicias. Dos proyectos han destacado por su carácter innovador. EROSKI abrió el pasado ejercicio el primer supermercado dentro de un campus universitario en España, ofreciendo un servicio hasta ahora inexistente. El segundo proyecto ha sido de carácter temporal, ofreciendo un supermercado en el Festival de Música BBK Live. Para el responsable de franquicias *“han sido dos proyectos muy emblemáticos en los que hemos definido nuevas respuestas para atender las necesidades del consumidor de hoy”*.

Asimismo, en 2014 EROSKI ha recibido el *Premio Nacional a la mejor Franquicia de Comercio* en el Salón Internacional de la Franquicia (SIF). Un reconocimiento que persigue poner en valor la innovación y la expansión de las enseñas galardonadas.

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