



SUMA Supermercados crece en Baleares y se instala en el centro histórico de Palma

GM FOOD ya cuenta con 45 franquicias SUMA y Proxim en las islas

7 de abril de 2021. **GM FOOD**, compañía referente en el sector de la distribución alimentaria, avanza en su estrategia para ampliar su presencia en Baleares donde **ha inaugurado un supermercado SUMA en un local singular en pleno centro histórico de Palma**. Con este nuevo supermercado y el SUMA que abrió en marzo en Son Ferriol, la compañía ya cuenta con un total de 45 establecimientos franquiciados SUMA y Proxim en las islas.

El nuevo establecimiento SUMA destaca por su singularidad ya que está situado en un local peculiar que ha sido totalmente reformado para mantener la estructura original, como sus arcos, y recuperar las paredes de piedra vista. La imagen corporativa también se ha adaptado a las exigencias de la ubicación. El supermercado, situado en el número 6 de la calle Pas d'en Quint, tiene una superficie de venta de 170m², emplea a 4 personas y tiene un horario de apertura de lunes a sábado de 9 a 21h y los domingos de 10 a 15h.

GM FOOD en Baleares

GM FOOD cuenta en Baleares con **35 supermercados franquiciados SUMA** (19 en Mallorca, 10 en Ibiza y 6 en Menorca), **10 establecimientos franquiciados Proxim** (5 en Mallorca, 4 en Ibiza y 1 en Menorca), **3 centros cash&carry GMcash** para profesionales de la hostelería en Mallorca (Palma), Ibiza (Santa Eulalia) y Menorca (Mahón), éste último con una gasolinera GMOil.

Creada en el año 2000, la cadena **SUMA** es una de las más prestigiosas en distribución alimentaria, y actualmente está en expansión en toda España con su modelo centrado en el súper de proximidad. La enseña destaca por su cercanía, trato directo con el público y por contar con un extenso listado de productos de proximidad y una oferta de **más de 10.000 referencias**, de las que **1.600** corresponden a las **marcas propias** de GM FOOD: Gourmet, Mical, Micaderm, Idonia, GM Wines y Mic&Friends.

GM FOOD atribuye gran parte de los buenos resultados de su franquicia 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 a satisfacer a los franquiciados**, adaptando sus negocios a su especialización y a las necesidades de la zona.