

Crecimiento de sus enseñas

GM Food abre 7 supermercados franquiciados en enero y febrero

28 de febrero de 2018. GM Food, líder en la distribución alimentaria en España, **ha inaugurado durante los dos primeros meses del año 7 nuevos supermercados franquiciados bajo las enseñas SUMA y Proxim** repartidos por todo el territorio español.

Los nuevos centros, 5 Proxim (4 en Barcelona y 1 en Soria) **y 2 SUMA** (Canarias y Barcelona) que amplían en **900 m² la sala de ventas** y han generado **22 nuevos puestos de trabajo**, se enmarcan en la **estrategia de expansión** para el área de retail que la compañía inició hace dos años para sus enseñas **SUMA y Proxim**.

La enseña SUMA fusiona la tienda tradicional con las franquicias de supermercados actuales, ofreciendo a los emprendedores-comerciantes **una tienda especializada** (frutería, panadería, cafetería, charcutería, carnicería, vinoteca, conveniencia y snack-refresco) con un surtido básico que cubre las necesidades del día a día del consumidor, ayudándole a convertirse en el **establecimiento de referencia de su zona**.

Por otra parte, bajo **la enseña Proxim** ofrece a los franquiciados la experiencia en el desarrollo de punto de venta, una **marca propia con un amplio y sólido surtido** que les permita diferenciarse y fidelizar a sus clientes, y contar con la **estructura logística nacional de GM Food**, que se convierte en su central de compras, permitiendo que el franquiciado se pueda focalizar en sus clientes, sin necesidad de preocuparse por el abastecimiento del negocio.

GM Food Iberica

GM Food Iberica con una facturación anual de más de **1.100 millones** de euros y un equipo de más de **2.400 empleados**, es una empresa internacional, propiedad del conglomerado chino Bright Food con capital 100% chino. La compañía, fundada en 1925, **tiene 6 sedes repartidas por toda España** y es **líder en el mercado de Horeca español** con una facturación al sector de 600 millones de euros con sus enseñas áreas de **cash&carry GMcash** – que cuenta con **68 centros**- y la división de Foodservice. Es también muy relevante la potenciación del negocio de retail con la expansión del modelo de supermercado de proximidad cercanía bajo las enseñas **SUMA y Proxim**, con **más de 600 establecimientos en todo el territorio nacional**.