

## **El sector de las franquicias de alimentación durante la Covid-19**

**El sector de las franquicias de supermercados y tiendas de alimentación ha sido un segmento que no se ha visto afectado por la pandemia en lo que a resultados económicos se refiere. Sí, que le ha afectado en cuanto a organización y abastecimiento. Franquiciashoy.es analiza en profundidad este sector en un completo reportaje**

Las franquicias de supermercados y alimentación no han cerrado sus locales durante la crisis sanitaria, es por eso que han tenido que adaptarse a esta nueva situación, adoptando nuevas medidas de seguridad y sanidad para clientes y empleados, y aumentando el stock de sus productos.

Franquiciashoy.es ha publicado un reportaje donde se analiza el sector de supermercados y tiendas de alimentación durante la Covid-19, cómo ha vivido este segmento el periodo del estado de alarma y cómo se encuentra ahora, además de profundizar en si les ha afectado en sus planes de expansión.

Para ello cuentan con la participación de varias redes de supermercados que hablan de su experiencia y de sus planes de futuro.

El sector alimentación durante el virus de la Covid-19

Las franquicias de supermercados se han visto saturadas durante la pandemia por la demanda de alimentos y productos de primera necesidad por parte de los ciudadanos, los gastos familiares han aumentado y el consumo ha cambiado. “Ha habido un cambio de hábitos en los consumidores, ya que, durante varias semanas la gente no pudo salir de casa nada más que para comprar alimentos. Necesariamente el gasto familiar se ha concentrado en cubrir las necesidades más básicas de alimentación. Las compras se han modulado en función de las limitaciones de la situación de confinamiento”, comenta Josep Barceló, Director de Desarrollo Corporativo en Caprabo.

Desde la franquicia de supermercados DIA, explican que el papel de las franquicias de alimentación durante el Estado de Alarma ha sido esencial, pero también han sido unos meses complicados para la sociedad en general. “El papel de los supermercados ha sido fundamental desde el inicio de la pandemia y por ello, tanto los franquiciados como el resto de la compañía, se han volcado en ofrecer el mejor servicio a los clientes y garantizar el abastecimiento de la población. Han sido unos meses complicados, especialmente las primeras semanas en las que hubo un incremento de la demanda y la situación era muy cambiante. Tuvimos que ir adaptándonos a las circunstancias de cada momento, y para ello reforzamos la operativa en tiendas y almacenes”, comenta Emilio Quero, Director de Franquicias DIA.

Charter por su parte comenta que sus “ventas de Consum a Charter se han visto incrementadas sobre un 15% a superficie constante hasta el mes de mayo. Esto es debido, fundamentalmente, a que la franquicia Charter son supermercados de proximidad en zonas rurales y barrios urbanos que no tienen

espacio para un gran supermercado. Durante el confinamiento, la proximidad ha sido un gran puntal de los consumidores, que han evitado grandes desplazamientos, apostando por los comercios del barrio”, explica Javier Andújar Cortés, Ejecutivo de la franquicia Charter de Consum.

Las franquicias de alimentación también han tenido que realizar una importante inversión para implementar las medidas de seguridad y sanidad tanto para clientes como para empleados.

Desde Charter, Javier Andújar comenta que la salud de sus empleados ha sido otra pieza clave durante esos meses para poder dar un servicio correcto durante todo el Estado de Alarma. “Desde el primer momento pusimos a la disposición de nuestros empleados equipos de protección como guantes, gel hidro-alcohólico, mascarillas, mamparas de protección... Y también, para garantizar la salud de los clientes, desde el primer día se pusieron en marcha una serie de medidas para su protección, como la separación entre clientes con señalización en el suelo, dentro y fuera de la tienda, el control de aforo, el uso de mascarillas, etc”, comenta el Ejecutivo de la Franquicia Charter de Consum.

Caprabo ha invertido mucho en la seguridad y la salud de sus clientes y empleados, en consecuencia, ha recibido el certificado Clean Site. “Tras la situación de alerta sanitaria, iniciamos para nuestros supermercados el proceso de certificación Clean Site de Bureau Veritas. Se trata de un sello que avala que la cadena está implementando de manera correcta los protocolos de limpieza, desinfección y seguridad en sus instalaciones frente a la COVID-19. El pasado mes de julio obtuvimos la certificación”, explica Josep Barceló, Director de Desarrollo Corporativo en Caprabo.

Fueron meses de mucho trabajo y planificación para las franquicias de alimentación y sus franquiciados, cada semana se publicaba una normativa nueva, y estas franquicias tenían que adaptarse a la situación para no dejar de dar servicio a sus clientes. Incluso, puntualmente, los primeros días hubo alguna rotura de stock, pero luego todo se normalizó en el sector.

Los planes de expansión siguen con fuerza

La mayor parte de las franquicias de supermercados y alimentación han comentado que siguen reforzando sus planes de expansión previstos para este año 2020, ya que se han convertido en una apuesta segura para emprendedores e inversores. Un análisis realizado por Retail Data afirma que, 3 de cada 10 supermercados que han abierto durante este año 2020 son franquicias. De los 652 locales inaugurados hasta agosto de 2020 en España, 186 eran franquicias.

La franquicia de supermercados EROSKI ha abierto 30 establecimientos durante el primer semestre. El director de las franquicias EROSKI, Enrique Martínez Sanz, comenta que en tiempos de Covid han intentado seguir con las aperturas que tenían previstas antes de la crisis sanitaria. “Hemos trabajado durante los tiempos de COVID reinventándonos para tratar de conseguir no aplazar las aperturas de los proyectos que teníamos en marcha. Han existido dificultades debido a las limitaciones en ciertas actuaciones durante el confinamiento, pero hemos conseguido superarlas con ingenio y voluntad. Nos ha motivado el seguir contribuyendo al desarrollo económico y a la generación de empleo en estos tiempos”.

Desde Caprabo indican que la situación de la pandemia ha reforzado el sector porque la venta de alimentación resulta necesaria. “Caprabo mantiene sus planes de aperturas para este ejercicio, lo que resulta una buena noticia dadas las circunstancias. Hay que destacar que los franquiciados de Caprabo han trabajado de manera muy intensa para dar cobertura a las necesidades de la población”, comenta el Director de Desarrollo Corporativo en Caprabo.

También hay que hablar del creciente interés por parte de emprendedores e inversores a la hora de abrir una franquicia de supermercados y alimentación. Es el caso de la franquicia DIA. Emilio Quero, Director de Franquicias DIA, comenta que, “la finalización de la pandemia y la desescalada han coincidido con el inicio del verano, una época en la que tradicionalmente se percibe un incremento en el número de personas que deciden emprender, por tanto, en DIA también hemos notado este aumento en el número de solicitudes recibidas”.

“Efectivamente, hemos notado un mayor interés de personas que han contactado con Charter para abrir una franquicia, dado que el sector de la alimentación es uno de los sectores que no ha cerrado durante la pandemia y, además, es un sector que, tradicionalmente, sufre menos en tiempos de crisis”, comenta Javier Andújar, Ejecutivo de la franquicia Charter de Consum.

Las franquicias de supermercados y tiendas de alimentación han vivido unos meses muy duros durante el Estado de Alarma. Han tenido un incremento en la actividad a raíz de esta pandemia, pero también han invertido mucho tiempo y dinero en poder ofrecer sus servicios a los clientes garantizando la seguridad de empleados y clientes. Esta pandemia también ha hecho que las franquicias aumentaran sus beneficios, y que emprendedores e inversores se interesen por la apertura de franquicias del sector alimentación.

Consultar el reportaje completo en la sección de reportajes de franquicia.

Franquiciashoy.es, tu portal líder de franquicias.

**Datos de contacto:**

Judith García-Cuevas

Coordinadora de Marketing Franquiciashoy.es

911 592 106

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Franquicias Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>