

La cadena de outlets urbanos multiproducto Sqrups! prepara una vuelta a la normalidad en tres fases

La compañía continua priorizando el teletrabajo para todos sus empleados de las áreas de marketing, compras y su departamento legal o financiero

La compañía de outlets urbanos sqrups! ya cuenta con un plan de trabajo para el regreso a la normalidad, estructurado en tres fases. El objetivo es contar con un protocolo para extremar las medidas de precaución tanto para los más de 10.000 clientes que cada día visitan sus establecimientos como para los más de 200 profesionales que trabajan para la marca.

“Debemos ir recuperando paulatinamente la normalidad, ha afirmado Iñaki Espinosa, fundador y director general de la compañía, pero de una forma muy escalonada y anteponiendo la seguridad y salud de todos”.

En la primera fase que ahora concluye, Sqrups ha priorizado el trabajo desde casa de todos los puestos de trabajo que puedan realizarse en remoto. Esta fase ha afectado al 50% de la plantilla, y se trata de las tareas de marketing, compras y su departamento financiero o legal, así como todos aquellos vinculados con las operaciones de los establecimientos y que no requieran de una visita al local.

En la segunda fase, Sqrups ha ido incorporando todas aquellas actividades que requerían de una presencia física, compaginándola en todo lo posible con el teletrabajo. Para estos trabajadores la compañía ha instalado en las oficinas equipamientos de protección personal y ha reorganizado sus instalaciones con el fin de extremar las medidas de distanciamiento social -máxima distancia entre mesas y sillas, se ha eliminado el uso de las salas de reuniones, se han extremado los protocolos a la hora de utilizar elementos comunes como impresoras, teléfonos fijos, interruptores, manipulación de puertas y ventanas, etc. Este protocolo también alude a cuestiones como el trabajo en almacenes, o áreas de descanso.

Y la tercera fase, una etapa de nueva normalidad hacia la que nos dirigimos, todos los focos están puestos en las tiendas. En esta nueva fase, todos los empleados deberán usar de forma obligatoria guantes de un solo uso y mascarillas, y tanto empleados como clientes dispondrán de gel alcohólico en la entrada de las tiendas, en las cajas, y en las zonas comunes. En las zonas de pago, la compañía favorecerá que las colas sean lo más ágiles posibles, abriendo todas las cajas disponibles y haciendo guardar la distancia de seguridad. En el caso de que sea necesario, la compañía restringirá el acceso a las tiendas al aforo mínimo recomendable durante todo el horario de apertura y respetando siempre la distancia de seguridad al recibir la mercancía. Además se desinfectarán los equipos electrónicos al finalizar cada turno y los elementos de uso común diariamente.

Hay que recordar que Sqrups! ha sido una de las empresas que han mantenido muchas de sus tiendas abiertas durante el Estado de Alarma. Al inicio de esta situación, la compañía readecuó sus tiendas para eliminar de los expositores los productos de bazar, regalo, etc. dejando a la venta exclusivamente

los productos de alimentación, higiene y limpieza con el objetivo de prestar este servicio esencial de proximidad a sus clientes.

La compañía congeló además los precios de todos sus productos permitiéndose únicamente hacer modificaciones a la baja, de modo que se convirtiera en una alternativa realmente interesante para todo aquel que pudiera necesitarlo.

Por último, y al margen de limitar aforos, la cadena mantendrá durante la crisis su política de excedentes cero. Sqrups! ha puesto a disposición de fabricantes y distribuidores su red de tiendas para liquidar los productos de alimentación e higiene que puedan verse afectados por la crisis y por los problemas de distribución ocasionados por el cierre de muchos puntos de venta minoristas.

“Según el último estudio de la patronal de gran consumo AECOC la mayoría de los españoles gastaremos menos fuera de casa, dando continuidad a la situación creada por el Covid-19. El precio y la proximidad ganarán peso como factores decisivos a la hora de elegir dónde hacer la compra, mientras que la fidelidad a un único establecimiento se debilitará. Todos estos rasgos del nuevo consumidor nos hacen prever un importante repunte de nuestra actividad para los próximos años”, concluye Espinosa.

Actualmente Sqrups! cuenta con cerca de 50 establecimientos (12 propios y el resto franquiciados). Sqrups es, desde su fundación en 2014, una empresa pionera y 100% comprometida con la economía sostenible.

El modelo de negocio de Sqrups! es un B2C que consiste en comprar al por mayor productos descatalogados por las marcas tradicionales a un precio muy bajo, lo que les permite venderlos en su red de tiendas a un precio muy competitivo.

La central de la compañía cuenta con un importante equipo de profesionales que se encargan de alcanzar acuerdos con empresas de múltiples sectores -alimentación, droguería, papelería, moda, calzado, jardín, menaje o electrodomésticos- aprovechando dos factores fundamentales: la descatalogación del producto por motivos como excedentes de fabricación, restos de serie, derivados de siniestros, etc., o productos (en este caso de alimentación) que se aproximan a su fecha de caducidad. Esta operativa, unida a las ventajas que ofrece la compra a gran escala, permite ofrecer en sus tiendas más de 1.000 productos distintos, que hasta ahora, iban directamente a la basura, a un precio medio de 0,80 euros.

El 40% de estos artículos, en provienen de fábricas españolas y el resto de fábricas europeas. En muchos casos, hablamos de unos excelentes vinos franceses que no pueden venderse en el canal tradicional por un cambio de packaging, o unas ofertas de café italiano que han quedado de una promoción, etc. En resumen, la compañía afirma que la vida media de su producto oscila entre unas pocas horas, y las dos semanas en el 90% de los casos. Además, la compañía ofrece la garantía de satisfacción 30 días en todos sus productos.

Sgrups! renueva completamente su propuesta comercial cada mes y medio, e incorporan unos 50 productos nuevos aproximadamente cada semana, lo que garantiza que cada vez que el consumidor acude a una de sus tiendas tendrá una oferta distinta.

Datos de contacto:

Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACION
91 434 82 29

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

Categorías: [Finanzas Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>