Lidl alcanza los 33 puntos de venta en las Islas Canarias

Lidl continúa dando pasos adelante para consolidar su presencia en Santa Cruz de Tenerife, esta vez con la inauguración mañana de su nueva tienda en el municipio de Tacoronte (en la calle Yoyo Santana, nº 4). En su apuesta por ofrecer un mejor servicio a sus clientes, la compañía ha sustituido su anterior establecimiento en esta localidad para abrir ahora uno más amplio, moderno y sostenible.

Lidl ha invertido para ello un total de 6,5M€ en la construcción y el equipamiento de este nuevo punto de venta, cuya puesta en marcha supone la creación de 8 nuevos puestos de trabajo directos para una plantilla total de 25 personas.

La nueva tienda cuenta con 1.300m2 de superficie de ventas, donde los productos frescos tienen un alto protagonismo y se complementan con distintas referencias regionales como fruta y verdura y productos lácteos, entre otros. Este nuevo establecimiento, que abrirá de lunes a sábado de 9:00 a 22:00h, cuenta con un aparcamiento de cerca de 90 plazas -en el que se han habilitado 3 puntos de recarga para vehículos eléctricos- y, en el marco de su compromiso con la sostenibilidad y la reducción de las emisiones de CO2 para minimizar el impacto ambiental de su negocio, el inmueble dispone de una instalación de cerca de 600m2 de paneles fotovoltaicos, gracias a los que podrá generar cerca del 50% del consumo energético total del edificio.

El compromiso de Lidl con las Islas Canarias

Con la apertura de esta nueva tienda en Tacoronte y la inaugurada la semana pasada en Telde, Lidl sigue impulsando su presencia en las Islas Canarias, donde está presente desde 2010 y ya cuenta con una red de 33 puntos de venta y una plantilla de 1.200 personas.

Con su actividad, la cadena genera allí más de 3.000 empleos entre directos, indirectos e inducidos (un 0,36% del total) y un impacto en el PIB de 145 millones de euros anuales (un 0,37% del total), según datos de PwC.

La apuesta por el producto y productor canario

Desde su llegada al archipiélago, en 2010, la compañía promociona y fomenta el consumo de producto regional gracias a su sello propio *“Compro Canario”* con el que identifica los más de 750 artículos canarios que, a lo largo del año, ofrece en sus tiendas.

Este impulso al producto local es posible gracias al trabajo conjunto con un centenar de proveedores canarios. En los últimos seis años, la compañía ha aumentado cerca de un 40% el número de proveedores locales a quienes compra mercancía por valor de unos 50M€ anuales.

Además de en su red de tiendas, Lidl impulsa y promociona el producto local dentro de las Islas

Canarias a través de canales como el folleto semanal, la web www.lidl-canarias.es, la app Lidl Plus y campañas especiales de promoción del producto canario.