

Sorli crece hasta facturar 285 millones en 2024, año que culmina su transformación

La cadena ha invertido 70 millones de euros en la última década para pasar de Sorli Discau a ser solo Sorli y cambiar su imagen y modelo comercial

[Sorli elaborará menús personalizados para sus clientes mediante inteligencia artificial](#)



El supermercado Sorli de la calle Biscaia de Barcelona, el último en pasar por la renovación de marca / **Sorli**

Nueve años y 70 millones de euros después, Sorli ha dejado oficialmente de ser Sorli Discau. La compañía ha terminado este año pasado la transformación de su imagen de marca al renovar el establecimiento situado en la calle Biscaia de Barcelona, el último del centenar de supermercados de los que dispone actualmente la cadena que quedaba sin reformar. Así, una vez inaugurado este local, la empresa administrada por Anna Sorli pone el broche a su plan de transformación.

Lo hace en un año que termina con otro récord de ventas. **La cadena cierra 2024 con una facturación cercana a los 285 millones de euros, lo que implica elevar en aproximadamente un 5% las cifras del año previo.** En concreto, según precisa la empresa en un comunicado, el negocio de los supermercados crece cerca de un 6% y el canal 'online', al que llaman Sorliclic, lo hace un 28%. Además de estos negocios, Sorli gestiona gimnasios (en muchos casos anexos a los propios supermercados), gasolineras, cafeterías y hasta un centro comercial con hotel incluido.

Otro de los hitos que destaca la compañía sobre 2024 es **la puesta en marcha de una nueva plataforma logística en Granollers, a la cual destinaron 18 millones de euros,** así como la implantación de una herramienta llamada Sorlipertu, una plataforma que, [tal como avanzó en su momento EL PERIÓDICO](#), emplea la inteligencia artificial (IA) para que los clientes de la cadena puedan generar sus menús de la semana de forma más sencilla y saludable.

Impacto de una bajada de precios

No hay, en el comunicado, ninguna valoración acerca del crecimiento relativo a 2024, solo que **presumiblemente haya contribuido a él una campaña para bajar el precio de 650 artículos básicos y, también, los trabajos llevados a cabo para modernizar la marca.** "La cadena ha sabido adaptarse a las tendencias del mercado, ofreciendo una experiencia de compra más cómoda, moderna, eficiente y adaptada al mercado actual – apunta la cadena–. Gracias a estas reformas, en este periodo [de 9 años], Sorli ha conseguido un crecimiento del 19%, hecho que refleja la excelente acogida de los consumidores".

"La satisfacción de nuestra clientela es el mejor indicador del éxito de este proyecto: nos llena de orgullo que valoren positivamente el esfuerzo realizado", culmina Anna Sorli.

La compañía fundada por Francesc Sorli (abuelo de la actual administradora) cuenta con 106 supermercados, una quincena de cafeterías, 6 centros deportivos, 3 gasolineras Sorli Go, un par de restaurantes y un centro comercial llamado Sorli Emocions. Todo ello se traduce en una plantilla de 2.200 personas.