

2 DE CADA 3 ESPAÑOLES AYUDARÍAN A SU BAR O RESTAURANTE DE CONFIANZA EN ESTOS MOMENTOS

- Según el “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor”, a más del 85% de los españoles encuestados les gustaría poder echar una mano a la hostelería española en estos tiempos de crisis

Madrid, 27 de noviembre de 2020.- Tras meses de convivencia con la Covid-19 y sus consecuencias, el sector de la hostelería sigue tratando de resistir y adaptarse para hacer frente al fuerte impacto del virus en los negocios hosteleros. Por su lado, la población también ha mostrado su preocupación por la situación que viven los bares y restaurantes de nuestro país. Así lo muestran los datos del [“Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor”](#)¹ que señala que **más del 85% de los españoles les gustaría poder echar una mano a la hostelería española en estos tiempos.**

La sociedad española lucha día tras día contra los efectos de la pandemia y, está claro que los hábitos y el estilo de vida de los ciudadanos se han visto forzados a cambiar. Tanto es así **que 3 de cada 4 españoles afirma estar deseando que pase la pandemia para acudir más a menudo a bares y restaurantes**, siendo los ciudadanos de las zonas Centro y Sur de España quienes lo indican en mayor medida.

Para ello, la población asegura estar dispuesta a formar parte activa en la lucha de la hostelería contra la Covid-19. Según el estudio de MAKRO, **2 de cada 3 encuestados ayudarían a su bar o restaurante de confianza en estos momentos.**

Así, más del 67% de los españoles indicaba que tiene un establecimiento hostelero de referencia, en el que le conocen y al que suele acudir con cierta periodicidad. En este sentido, son los encuestados entre 45 y 65 años, con ingresos inferiores a 3.000 €/mes y residentes en las zonas del sur del país, quienes aseguran en mayor medida estar dispuestos a hacer algo extraordinario por su bar de referencia en estos momentos de crisis sanitaria.

En palabras de **Marta Pérez, directora de Comunicación & Sostenibilidad de MAKRO España**, *“la hostelería forma parte de nuestra cultura y forma de vida. Por este motivo, los ciudadanos queremos ayudar a nuestros bares y restaurantes de confianza, ya que son los lugares donde celebramos y disfrutamos con familia y amigos, son en definitiva una parte fundamental para nosotros. Desde MAKRO creemos firmemente en este espíritu de lucha y colaboración que han mostrado los ciudadanos en sus respuestas. Por ello, desde el inicio de la crisis sanitaria, nos hemos puesto a disposición de los negocios hosteleros para ayudarles cómo y cuándo lo necesiten. Y así lo seguiremos haciendo”*.

Descarga el “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor” [aquí](#).

¹ “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor” (septiembre 2020): entrevistas CAWI a una muestra de 2.021 individuos españoles (hombres y mujeres) de entre 18 y 65 años de edad. Trabajo de campo realizado por Sonda. Descarga el estudio completo [aquí](#).

SOBRE MAKRO

MAKRO, filial española del grupo alemán METRO, es la empresa de distribución del sector de la hostelería en España. Cuenta con más de 900.000 clientes y con 37 centros distribuidos en 15 Comunidades Autónomas. MAKRO ofrece al hostelero una experiencia de compra omnicanal con más de 42.000 productos, soluciones y servicios adaptados a sus necesidades, apostando por el producto local y por el producto fresco de calidad. En el año fiscal 2018/2019, MAKRO obtuvo unas ventas consolidadas de 1.256 millones de euros. Más información en www.makro.es

SOBRE METRO

METRO es la compañía mayorista internacional líder de productos de alimentación y no alimentación especializada en atender las necesidades de hoteles, restaurantes y caterings (HoReCa) y comercios independientes. En el mundo, METRO cuenta con 16 millones de clientes que pueden elegir entre realizar sus compras en sus establecimientos de gran formato, realizar pedidos online y recogerlos en los centros, o pedir que se lo acerquen a su establecimiento. Además, METRO apoya la competitividad de emprendedores y negocios propios mediante soluciones digitales, contribuyendo así a la diversidad cultural en el sector retail y de la hostelería. Asimismo, la sostenibilidad es un pilar clave en el negocio de METRO. Por ello, el grupo ha sido reconocido como el líder europeo en el índice de sostenibilidad de Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index). La compañía opera en 34 países y cuenta con más de 100.000 empleados en el mundo. En el año fiscal 2018/1019, METRO alcanzó unas ventas de cerca de 27.100 millones de euros. Más información en www.metroag.de

Para más información**COMUNICACIÓN MAKRO**

María José Cabello: mariajose.cabello@makro.es -639 080 043

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

Judit Agudo: judit.agudo@ogilvy.com – 669 240 937

Aida Rodríguez: aida.rodriguez@ogilvy.com - 676 42 98 35