

MAKRO IMPULSA EL MAYOR CRECIMIENTO DE LA HISTORIA DE LA COMPAÑÍA CON SU PLAN ESTRATÉGICO Y DE TRANSFORMACIÓN

- Makro comparte su ambicioso plan a 2027 con el que duplicará el tamaño de la compañía para consolidarse como líder en la distribución mayorista multicanal a hostelería en España.
- Grupo Metro refuerza su compromiso con Makro España siendo este país uno de los de mayor crecimiento.
- Como parte de su plan de expansión logístico, la compañía inaugurará próximamente su primera plataforma multitemperatura en Cataluña para reforzar su capacidad y nivel de servicio.
- Las marcas propias representan ya más de un tercio del total de sus ventas.

Madrid, 13 de septiembre de 2022. [Makro](#), compañía líder en distribución mayorista a hostelería en España, en el año en el que celebra su cincuenta aniversario, ha compartido su plan estratégico y de transformación a 2027 con el que busca impulsar su crecimiento hasta duplicar su tamaño, contribuyendo así al crecimiento de todo el sector y a la sostenibilidad económica del hostelero.

Makro lidera la distribución multicanal a través de tres canales: el *e-commerce*, el Servicio de Distribución a Hostelería y el *cash&carry* con planes e inversiones estratégicas, respaldadas por el compromiso del Grupo Metro con Makro en España, que consolidan a la compañía como el líder nacional de la distribución mayorista multicanal a hostelería.

"En estos cincuenta años en España, en Makro hemos venido transformando nuestro modelo de negocio hasta convertirnos en una compañía con una fuerte oferta multicanal. Ahora es el momento de dar un paso más en nuestra propuesta de valor para impulsar el mayor crecimiento de la historia de Makro en nuestro país. Terminaremos este año con una cifra récord en ventas superior a 1.500 millones de euros y un crecimiento del 33% frente al año anterior", ha afirmado David Martínez Fontano, CEO de Makro en España.

Servicio de Distribución a Hostelería y nueva plataforma de distribución en Cataluña

Una de las principales palancas en el objetivo de crecimiento de la compañía es el Servicio de Distribución a Hostelería. El objetivo de Makro es que este canal represente el 40% de sus ventas en España y se convierta en el líder del sector en el país.

Para ello, la compañía ha reforzado su Servicio de Distribución a Hostelería con su primera plataforma multitemperatura de distribución en Cataluña, que inaugurará próximamente y que forma parte de su plan de expansión logístico.

Eficiencia multicanal y fuerte oferta mayorista

Makro continuará optimizando su modelo de negocio multicanal con el objetivo de seguir poniendo a disposición de los hosteleros la oferta más competitiva del sector. El plan estratégico de crecimiento y transformación de Makro permitirá a la compañía ofrecer una propuesta de valor basada en precios competitivos y estables, amplia cobertura geográfica e innovación en su oferta, como es el caso de su *marketplace* especializado en productos de no alimentación.

En lo que a surtido se refiere, Makro seguirá reforzando en los próximos años los productos de marca propia a los que acompañarán referencias de proveedores que apuesten por la innovación. En la actualidad, las marcas propias representan ya más de un tercio del total de sus ventas.

Inversión en fuerza de ventas y atención personalizada

El plan estratégico de crecimiento tiene como clave a las personas y busca impulsar el crecimiento sostenible del sector, estableciendo relaciones duraderas y relevantes con todos los actores del ecosistema hostelero. En este sentido, Makro anunció el pasado mes de junio que duplicaría su fuerza de ventas con el objetivo de llegar cada vez a más bares y restaurantes de forma personalizada. Este objetivo se traducirá en la fuerza comercial más amplia del sector y a la que Makro formará a través de su Academia de ventas, un espacio de formación que la compañía ha lanzado recientemente.

La personalización en la atención es uno de los grandes objetivos de Makro. La compañía quiere asegurar a sus clientes un asesoramiento individualizado con el objetivo de ofrecerles la estabilidad que necesitan para rentabilizar sus negocios. Reforzará Makro Plus, una solución que actualmente cuenta con 18.000 clientes adheridos y que ofrece la posibilidad de negociar precios y cantidades de forma individualizada y establecer condiciones de crédito y financiación a medida, unas ventajas especialmente beneficiosas en coyunturas económicas menos favorables.

Liderando la digitalización

Para Makro, la digitalización es una herramienta fundamental en el crecimiento del sector y, en este sentido, la compañía ha venido desarrollando diferentes soluciones digitales para facilitar los procesos del día a día de los bares y restaurantes en gestión, pagos, visibilidad online y pedidos, evitando la intermediación de terceros y mejorando su rentabilidad. Makro se ha marcado como objetivo tener digitalizados al 30% de sus clientes.

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 2020/2021, Makro obtuvo unas ventas consolidadas de 1.097 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 17 millones de clientes que se benefician de la combinación multicanal de la empresa. Esto permite a los clientes elegir entre comprar en uno de sus centros de gran formato o hacer la compra online y recogerlo en tienda o pedir que se lo entreguen (Food Service Distribution, FSD). METRO también apoya la competitividad de los emprendedores y negocios independientes con soluciones digitales, contribuyendo así a la diversidad en el comercio y la industria hostelera. La sostenibilidad es uno de los principios corporativos de METRO y por ello figura desde hace 8 años en el Índice de sostenibilidad de Dow Jones. METRO opera en más de 30 países y emplea a más de 95.000 personas en todo el mundo. En el ejercicio 2020/21, METRO generó unas ventas de 24.800 millones de euros. Para más información, visite www.metroag.de o MPULSE.de, la revista online de METRO.

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

María José Cabello Espuny – mariajose.cabello@makro.es – 639 080 043

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

Cristina Sánchez: cristina.sanchez@ogilvy.com – 618 00 80 57

Paula Torrado: paula.torrado@ogilvy.com – 639 81 39 16

Laura Tierno: laura.tierno@ogilvy.com – 669 27 71 52