

MAKRO PROMUEVE LA FORMACIÓN DE LOS PROFESIONALES HOSTELEROS EN GASTROCANARIAS 2022

- Durante los tres días de duración de este icónico congreso gastronómico, Makro ofrecerá talleres formativos en su espacio "Aula Makro" con sesiones guiadas por reconocidos chefs como Carlos Maldonado, Safe Cruz y Aída González o Luke Jang.

Tenerife, 27 de septiembre de 2022.- Desde este martes 27 de septiembre hasta el jueves 29 se celebrará en el Recinto Ferial de Tenerife GastroCanarias, el Salón Gastronómico de Canarias. Una cita en la que Makro participará activamente, fiel a su compromiso con la hostelería de la región y en especial con la isla de la Palma, invitada de esta edición, que afronta su recuperación tras unos meses difíciles debido a las consecuencias de la erupción del volcán.

Durante los tres días de duración del congreso gastronómico, Makro estará presente con Aula Makro, un espacio destinado a impartir talleres y cursos para profesionales de la hostelería. En él, la compañía ofrecerá sesiones formativas de la mano de grandes profesionales del sector.

En su primera jornada, Aula Makro contará con dos chefs Estrella Michelin como Carlos Maldonado (Raíces) o Safe Cruz y Aída González (Gofio) y el miércoles 28 el chef coreano Luke Jang ofrecerá un *showcooking* de la mano de Makro y acompañado de Braulio Simancas, elegido Mejor Chef de Canarias en la edición 2004. Junto a ellos, destacados chefs locales expondrán los aspectos más relevantes de la mejor cocina isleña, tradicional y contemporánea.

David Martínez Fontano, CEO de Makro España ha afirmado: *"Queremos ser un apoyo clave para el sector gastronómico de las islas y esto incluye poner todo lo que esté en nuestras manos para proporcionar una formación excelente a sus profesionales, facilitándoles un conocimiento del más alto nivel. La formación es clave para el crecimiento de los negocios hosteleros y en Makro continuaremos trabajando para hacer posible que todos puedan acceder a ella"*.

En su apoyo a los hosteleros de la región, el pasado jueves 22 Makro organizó un acto para inaugurar una escultura en la isla de La Palma con motivo del próximo Día de la Hostelería, con el que la compañía ha querido homenajear a la hostelería de la isla y su esfuerzo realizado durante el último año.

Toda la información y horarios de los talleres de Aula Makro, [aquí](#).

Makro comprometido con los productores canarios

El compromiso de Makro con el tejido empresarial canario es absoluto, un compromiso que se extiende a los más de 100 proveedores locales con los que la compañía trabaja, como agricultores, ganaderos y fruticultores, posicionando sus productos en los centros Makro y contribuyendo así a impulsar el sector primario de la zona, con productos como la manga, el aguacate, el pescado,...o el proyecto que acaban de lanzar para la venta de 40 cochinos blancos semanales de la marca La Jurada, de la Villa de Mazo.

Hace un año, tras la erupción del volcán y los efectos que la ceniza provocó en numerosas plantaciones, toneladas de fruta apta para el consumo terminaron en el vertedero solo porque su estética había cambiado. Ante esto y, con el objetivo de apoyar a los agricultores de la zona en un momento complicado, Makro decidió adquirir más de 6.000 kilos de manga roja de La Palma, que pusieron a la venta en sus tiendas de Telde, La Laguna y Adeje, a un precio simbólico. La aceptación fue total por parte de los clientes de la compañía y en el primer día se vendieron más de 300 kilos de esta fruta en una sola tienda.

Esta acción se enmarca dentro de la estrategia de sostenibilidad desarrollada por Makro y que tiene como objetivo contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En concreto, la compañía pretende dar respuesta al ODS 12 -Producción y Consumo Responsable- y su tercera meta de reducir a la mitad para 2030 el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores, así como la reducción de las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro.

Siempre apoyando a la gastronomía local

Las Islas Canarias son un gran referente en la gastronomía nacional, por ello Makro quiere estar cerca y mejorar su servicio y atención. En este momento los gestores comerciales de la compañía llevan a cabo 3 visitas semanales y su objetivo es aumentarlas a 4 y para diciembre llegar a 5.

Makro seguirá trabajando para ofrecer el mejor servicio a los profesionales de la región, con el ánimo de contribuir en la recuperación de sus negocios y de La Palma.

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

Vanesa Cardenosa: vanessa.cardenosa@makro.es – 620 18 76 17

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