

MAKRO HA CREADO CERCA DE 1.000 PÁGINAS WEB Y HERRAMIENTAS DE RESERVA DIGITALES PARA BARES Y RESTAURANTES DESDE MARZO

- La compañía, en su objetivo de ayudar a los hosteleros a mitigar el impacto de la actual crisis provocada por la COVID-19, ha incrementado sus esfuerzos en el ámbito de la digitalización, un pilar clave para la recuperación del sector
- Así lo muestra un estudio en el que más del 85% de los españoles considera importante la utilización de reservas digitales para asegurar el control del aforo en bares y restaurantes
- Además, MAKRO ha extendido su paquete de servicios y soluciones digitales a través de planes de suscripción adaptados a las necesidades actuales de los bares y restaurantes, que serán totalmente gratuitos hasta el mes de febrero con el objetivo de impulsar los negocios hosteleros en estos próximos meses

Madrid, 24 de noviembre de 2020.- La digitalización cuenta con más relevancia que nunca para la hostelería desde la llegada de la COVID-19. Por ello, [MAKRO](#), en su firme compromiso con los negocios hosteleros, ha creado **cerca de 1.000 páginas webs y herramientas de reserva digitales** a para bares y restaurantes desde el inicio de la crisis sanitaria. Así, la compañía refuerza aún más su apuesta por la digitalización y facilita a la hostelería una oferta de servicios digitales más amplia y adaptada a las necesidades actuales.

La digitalización ha sido una de las principales aliadas para los hosteleros y hosteleras durante esta pandemia. Y los consumidores así lo han manifestado. Según el “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor”, **más de un 85% de los españoles** considera importante la utilización de **reservas digitales** para asegurar el control del aforo en bares y restaurantes; y **cerca de 9 de cada 10** encuestados indica que consulta las **reseñas digitales** a la hora de seleccionar un establecimiento hostelero. Consciente de ello, desde el inicio de la crisis MAKRO ha intensificado sus esfuerzos para facilitar la digitalización a los bares y restaurantes de España.

Desde el mes de marzo, la compañía ha creado de forma gratuita **cerca de 700 páginas webs y cerca de 300 herramientas de reserva digitales** para negocios hosteleros. En el marco de su estrategia y con el objetivo de impulsar la digitalización de este sector tan dañado por la crisis, MAKRO ahora lanza una extensión de sus servicios y soluciones digitales adaptado al momento actual para contribuir a aumentar la eficiencia, seguridad y rentabilidad de bares y restaurantes.

La iniciativa, que se incluye dentro de la plataforma [Dish.co](#), desarrollada por METRO y que ya ha ayudado a más de 200.000 hosteleros en el mundo, presenta dos paquetes, uno de ellos de suscripción mensual, servicios complementarios, asesoramiento y seguimiento para los bares y restaurantes. En ambos casos, la compañía ofrece estas soluciones digitales customizadas a un precio adaptado a la situación actual y teniendo en cuenta las necesidades de la hostelería. Es más, hasta el mes de febrero, MAKRO continuará

ofreciendo estos **packs de servicios de manera gratuita** para ayudar a bares y restaurantes en el cierre de 2020 y arranque del nuevo año.

Un nuevo planteamiento que busca ofrecer un servicio integral mediante soluciones digitales que den respuesta a las demandas del cliente actual, quién ha cambiado sus hábitos y prioridades de consumo en debido al impacto de la crisis sanitaria. Según datos del mencionado estudio de MAKRO, **más de 1 de cada 3 españoles** declara haber incrementado los **pedidos a domicilio** en la última temporada por miedo al contagio del virus. Y al hacerlo, **más del 63%** prefiere hacerlo directamente a través de canales del propio restaurante.

“Durante los últimos meses ha quedado demostrado que los hosteleros se han reinventado y las nuevas tecnologías han jugado un papel clave en ello. Nuestro compromiso con la hostelería va más allá de los productos y servicios básicos que puedan necesitar nuestros bares y restaurantes. Buscamos anticiparnos y facilitar al máximo su día a día, acompañándolos en todo momento. De ahí que iniciativas como la apuesta por su digitalización se encuentre entre nuestras principales prioridades”, afirmaba **Martha Gómez, responsable de Soluciones Digitales de MAKRO.**

Asimismo, MAKRO ha potenciado las funcionalidades de su **APP** para adaptarse al máximo a las necesidades de los hosteleros. De esta forma, ha intensificado las ventajas de los servicios ofrecidos desde esta plataforma: contar con la tarjeta MAKRO en la APP y poder compartirla con familiares y amigos temporalmente; acceder directamente a las facturas, al catálogo online y a la consulta de disponibilidad en centros; crear listas de la compra y recibir novedades y ofertas; escanear o buscar productos; además de realizar el pedido online y click&collect desde la misma APP, entre otras mejoras.

Estas iniciativas responden al firme compromiso de MAKRO, como socio de la hostelería, por trabajar de forma constante para mitigar la situación actual que vive el sector en nuestro país. Así, mediante diferentes iniciativas y nuevas soluciones y servicios, han tratado de facilitar su día a día y reducir el impacto de la crisis en sus negocios.

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 2018/2019, METRO alcanzó unas ventas de cerca de 27.100 millones de euros. Más información en www.metroag.de

Para más información**COMUNICACIÓN MAKRO**

Vanessa Cardenosa: vanessa.cardenosa@makro.es -620 187 617

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

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

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