

## UN NUEVO CANAL DE VENTA DIGITAL EN MAKRO: UN MARKETPLACE PARA HOSTELERÍA

- La oferta de este nuevo canal está centrada en un surtido de no alimentación compuesto por más de 20.000 referencias.
- A través de este nuevo Marketplace, tanto proveedores nacionales como internacionales pondrán a la venta sus productos de no alimentación para hostelería.
- Este lanzamiento se enmarca dentro del proyecto internacional de Metro que pretende ampliar su oferta omnicanal para ayudar al sector de la hostelería.

Madrid, 6 de abril 2021. Desde el inicio de la crisis sanitaria, [Makro](#) ha buscado nuevas vías y soluciones para continuar de manera óptima con su actividad, garantizando el mejor servicio para su principal cliente, la hostelería. Así, la compañía ha dado un paso más en su estrategia de ventas, lanzando un nuevo [marketplace](#) centrado en surtido de no alimentación y orientado de manera profesional al sector Horeca. Este canal permite la venta tanto a clientes de Makro como a aquellos que no están registrados como clientes de la compañía, llegando así a profesionales y a particulares.

Este marketplace, que se engloba en un proyecto internacional liderado por Metro, compañía de la que es filial Makro España, tiene como objetivo convertirse en un canal online de confianza para la hostelería con altos niveles de calidad y eficiencia. Un paso estratégico de la compañía, que les permitirá ampliar la oferta omnicanal, una de sus apuestas de futuro. El servicio del marketplace esta ofrecido y gestionado por la empresa del grupo, Metro Market, GmbH.

En palabras de Peter Gries, director General de Makro, *"este proyecto nos permite expandir nuestra estrategia de ventas y buscar nuevas vías de negocio gracias a la omnicanalidad. Además, el marketplace tendrá un impacto positivo para nuestros clientes hosteleros, quienes podrán disfrutar de un amplio surtido de productos de no alimentación específico para sus negocios"*.

La oferta se centrará en surtido de no alimentación y contará con una amplia variedad de productos compuesta por más de 20.000 referencias procedentes de marcas propias de Makro, así como de los proveedores externos que complementarán la oferta.

De esta manera, Makro refuerza su apuesta por la omnicanalidad a través de un servicio adaptado a las necesidades de sus clientes que aúna la experiencia y conocimiento de un equipo de profesionales altamente cualificado. El marketplace contará con otros beneficios para los bares y restaurantes, que tan duro impacto están sufriendo por la crisis de la Covid-19. Entre ellos, destacan el envío gratuito hasta sus establecimientos, la gran variedad de productos de no alimentación, y la posibilidad de ajustar el precio de sus compras por volumen de adquisición.

Mediante esta iniciativa, Makro pone una vez más su compromiso de mejora constante como socio de la hostelería. Su objetivo, desde el inicio de la crisis sanitaria, ha sido reinventarse y apostar por la continua búsqueda de soluciones y alternativas que les permitan continuar de manera óptica su actividad, así como ofrecer el mejor acompañamiento al sector Horeca.

#### 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](http://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](http://www.metroag.de)

#### Para más información

##### COMUNICACIÓN MAKRO

María José Cabello: [mariajose.cabello@makro.es](mailto:mariajose.cabello@makro.es) -639 080 043

##### AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

Judit Agudo: [judit.agudo@ogilvy.com](mailto:judit.agudo@ogilvy.com) – 669 240 937

Aida Rodríguez: [aida.rodriguez@ogilvy.com](mailto:aida.rodriguez@ogilvy.com) - 676 42 98 35