

MAKRO ACELERA SU CRECIMIENTO Y REGISTRA UNAS VENTAS RÉCORD DE MÁS DE 1.460 MILLONES DE EUROS

- La compañía registra las mayores ventas de su historia y crece un 33% en el ejercicio fiscal 2021/2022, avanzando así hacia el objetivo de duplicar su tamaño en España
- En volumen de producto, las unidades de ventas de Makro crecen un 21% con respecto al anterior ejercicio fiscal
- Este resultado es fruto de la estrategia 100% mayorista de la compañía, orientada al crecimiento de sus clientes hosteleros
- Destaca el crecimiento del Servicio de Distribución y Venta Online a Hostelería que ha registrado unas ventas de casi un 90% superiores a las registradas en el ejercicio fiscal 2020/2021
- La Fuerza de Ventas aumenta su número más del 15% hasta un total de 426 personas
- El comportamiento de las enseñas de marca propia de Makro continúa su ritmo ascendente y sus ventas crecen un 48% respecto al anterior ejercicio fiscal

Madrid, 20 de abril de 2023. **Makro**, compañía líder en distribución mayorista a hostelería en España, ha registrado unas **ventas de 1.461 millones de euros** en el **ejercicio fiscal 2021/2022**, un **33% más con respecto al mismo periodo del año anterior**. Las **ventas en volumen de producto crecen también un 21%** y las **procedentes de clientes HORECA aumentan un 41%**.

Este crecimiento es el **resultado** de las **iniciativas** llevadas a cabo por Makro y **orientadas al crecimiento de sus clientes hosteleros**, en el marco de su **plan estratégico de crecimiento y transformación**. La **cifra de negocio total**, incluyendo la **prestación de servicios** ascendió a **1.467,6 millones de euros**.

Así, en el **segundo balance económico de Makro bajo el liderazgo de David Martínez Fontano** y tras el **primer año de implementación** de su **plan estratégico**, Makro **impulsa su crecimiento de forma significativa** y **avanza hacia el objetivo de duplicar su tamaño en España**.

“Hemos crecido en ventas, firmando los mayores registros de la historia de la compañía en España, pero también en volumen de producto, con unas ventas de unidades un 21% superiores a las registradas en el anterior ejercicio fiscal, superando las expectativas. Este es el resultado de nuestra apuesta por desarrollar un modelo de negocio enfocado 100% a nuestros clientes hosteleros, con el que buscamos impulsar su propio crecimiento” ha afirmado **David Martínez Fontano, CEO de Makro en España**.

Makro obtuvo unos resultados netos en el ejercicio fiscal de 9,2 millones de euros, debido fundamentalmente a la inversión en precios en verano para mitigar el impacto de la inflación a sus clientes de hostelería, acorde con la implantación de su estrategia

de transformación y crecimiento, que además es intensiva en inversiones, como la apertura de su nueva plataforma logística multitemperatura en Barcelona, la contratación de más de 55 gestores comerciales, la creación de 145 nuevas rutas de entrega o el lanzamiento de soluciones digitales.

Makro mantiene así su compromiso de hacer crecer su propuesta de valor y duplicar su cifra de negocios en los próximos años. En este sentido, el CEO de Makro en España señala: *“Estamos haciendo un gran esfuerzo invirtiendo tanto en reforzar nuestro modelo multicanal en tiendas, cadena de suministro y medios digitales, como en precios, contribuyendo a la sostenibilidad económica de nuestros clientes hosteleros ante el actual contexto inflacionista”*.

Crecimiento de casi un 90% en el Servicio de Distribución y Venta Online a Hostelería

El **modelo de negocio multicanal** de Makro está integrado por su Servicio de Distribución y Venta Online a Hostelería y sus 37 centros *cash&carry*. Además, en el canal digital Makro pone a disposición de sus clientes un *marketplace* con más de 100.000 productos de no alimentación para hostelería y las soluciones digitales para hostelería Dish.

Así, **por canales**, las ventas a través del **Servicio de Distribución y Venta Online a Hostelería** han **crecido un 88,61% con respecto al año anterior**, representando un 24% de la facturación total.

El **Servicio de Distribución y Venta Online a Hostelería** es una de las **principales palancas en el objetivo de crecimiento** de Makro para los próximos años y en su **objetivo de impulsar el crecimiento de sus clientes hosteleros**. Por ello, el pasado año, la compañía inició las operaciones en su **primera plataforma regional multitemperatura en Cataluña**, en El Prat. Con una superficie de casi 15.000 metros cuadrados, la apertura de su tercera plataforma en España y la primera en Cataluña fue **uno de los grandes hitos de la compañía** para el **impulso de su Servicio de Distribución a Hostelería**.

Respecto al canal *cash&carry*, formado por 37 centros, las ventas de Makro crecieron un 22,8% con respecto al ejercicio anterior, representando un 76% de la facturación total. Este resultado es **fruto de la inversión de la compañía en el desarrollo de estrategias comerciales** que buscan **ofrecer al cliente hostelero mejores condiciones de compra y estabilidad en surtido y precios**.

Crecimiento de la Fuerza de Ventas

Tal y como la compañía afirmó en la presentación de su plan estratégico, las personas serán la base del crecimiento futuro. Por este motivo, Makro se planteó el pasado año duplicar su fuerza de ventas en los siguientes ejercicios y, ya en el anterior, el número de gestores comerciales aumentó más de un 15% (más de 55 gestores comerciales más en la Fuerza de Ventas) con lo que el equipo cerró el año fiscal con 426 personas. Los gestores comerciales son una figura clave para Makro, ya que su asesoramiento personalizado al profesional de la hostelería aporta un valor esencial al cliente.

Las marcas propias, más de un tercio del total de las ventas

En lo que respecta a las **marcas propias**, las **ventas crecieron un 48%** en el pasado ejercicio fiscal y ya representan más del **30% de la facturación total** de la compañía. Makro continúa apostando por el desarrollo de un **surtido enfocado a dar solución a las necesidades de la hostelería** bajo sus **marcas** Makro Chef/METRO Chef, Makro Professional/METRO Professional, Makro Premium/METRO Premium, Rioba y Aro.

Inversión de 8,7 millones de euros para mejorar la propuesta al hostelero

Las iniciativas e inversiones llevadas a cabo por Makro en el marco de su **plan estratégico de crecimiento y transformación** están **orientadas a ofrecer el mejor servicio a sus clientes hosteleros e impulsar el crecimiento de los mismos**. Por ello, en el pasado ejercicio fiscal, Makro **invirtió 8,7 millones de euros en diversas áreas de su modelo de negocio** con el objetivo de reforzar su servicio 100% mayorista. Entre ellas, destacan las inversiones destinadas a la mejora de la infraestructura de los centros y eficiencia en el canal *Delivery* y en proyectos para impulsar la innovación en hostelería, que han tenido como colofón la inauguración del espacio de innovación *Planta Thinko* en Madrid.

En definitiva, **estar más cerca** del cliente ofreciéndole una **propuesta 100% mayorista con estabilidad de surtido y precios** a través de los diferentes **canales** de la compañía, y una apuesta por la **innovación** a nivel transversal, son los **pilares estratégicos del plan de crecimiento y transformación de Makro**.

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 multicanal 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 2021/2022, Makro obtuvo unas ventas consolidadas de 1.461 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 catering (HoReCa), así como de comercios independientes (Traders). En todo el mundo, METRO cuenta con 17 millones de clientes que se benefician de la multicanalidad de la empresa. Esto permite a los clientes elegir entre comprar en uno de los centros de gran formato de su zona, o recibir la compra en sus negocios (Food Service Distribution, FSD), ofreciendo en todo momento soporte y conexión digitales. METRO MARKETS es un marketplace internacional online para clientes profesionales que ha ido creciendo y expandiéndose continuamente desde 2019. La sostenibilidad es uno de los principios empresariales de METRO, lo que ha hecho que desde hace varios años la compañía figure en diversos índices y rankings de sostenibilidad, como FTSE4Good, MSCI, CPD, y el índice de sostenibilidad Dow Jones. METRO opera en más de 30 países, y emplea a más de 95.000 personas en todo el mundo. En el ejercicio 2021/2022, METRO generó unas ventas de 29.800 millones de euros. Más información en: www.metroaq.de o MPULSE.de, la revista online de METRO.

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

Vanesa Cardeñosa – vanessa.cardenosa@makro.es 620 187 617

makro

TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

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

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