

MAKRO MUESTRA SU APUESTA POR EL PRODUCTO LOCAL Y SOSTENIBLE EN GASTROCANARIAS

- La compañía será proveedor oficial de la octava edición de esta cita gastronómica, en la que aprovechará para exponer sus productos ultra frescos y sostenibles, y asesorar a los profesionales del sector en la digitalización de sus negocios
- Además, durante los tres días de duración de GastroCanarias, Makro acercará las últimas novedades en técnicas y tendencias gastronómicas, de la mano de reconocidos chefs estrella Michelin así como de chefs locales, a todos los profesionales que quieran acercarse a su “Aula Makro”

Santa Cruz de Tenerife, 22 de mayo de 2023. [Makro](#), compañía líder en distribución mayorista multicanal a hostelería será, por tercer año consecutivo, **proveedor oficial de GastroCanarias**, el Salón Gastronómico de Canarias que se celebrará en el Recinto Ferial de Tenerife del martes 23 al jueves 25 de mayo. La compañía será **también proveedor oficial de la primera edición del Campeonato de Tapas de Canarias**.

Makro aprovechará esta cita gastronómica para mostrar su **compromiso con el crecimiento del sector** y el **impulso de la actividad hostelera**, apostando por la **innovación** y la **difusión del conocimiento** y poniendo a disposición de los profesionales los **mejores productos, servicios y soluciones** para sus negocios.

Producto ultra fresco local y sostenible

En su espacio en GastroCanarias, Makro mostrará a los hosteleros la **calidad de sus productos ultra frescos** (carne, pescado, verduras y frutas), donde su surtido de ADN local será el protagonista. Actualmente, Makro cuenta en sus centros de las islas con **más de 600 referencias procedentes de proveedores locales**, contribuyendo así a impulsar el sector primario de la zona con productos como el pescado, el aguacate o la manga.

La iniciativa **ADN Local** de Makro se enmarca en la estrategia de crecimiento sostenible de la compañía y tiene como objetivo **ofrecer productos de pequeños y medianos proveedores KM.0**, procedentes de un radio inferior a 150 kilómetros, garantizando así una **gastronomía más sostenible** y **contribuyendo a dinamizar la economía local**.

Difusores del conocimiento en gastronomía

Durante los tres días de duración de GastroCanarias, Makro también contará con **Aula Makro**, un espacio en el que la compañía quiere **acercar el conocimiento gastronómico a todos los profesionales del sector** de la mano de reconocidos chefs. **Cristóbal Muñoz**, del restaurante

Ambivium con una estrella Michelin y actual Young Chef por Michelin; **Julen Baz**, del restaurante Garena con una estrella Michelin y dos Soles Repsol; **Germán Carrizo** del restaurante Fierro, con una estrella Michelin o **Carlos Maldonado** del restaurante Raíces, con una estrella Michelin. Además, destacados chefs locales como **Seve Díaz** del restaurante El Taller, **Jennise Ferrari** del restaurante Qué Leche, o **Braulio Simancas** del restaurante Silbo Gomero, mostrarán los aspectos más relevantes de la **cocina isleña, tradicional y contemporánea**.

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

Asesoramiento para la digitalización de los negocios hosteleros

Aquellos profesionales que estén valorando digitalizar su negocio podrán conocer de primera mano el **catálogo de soluciones digitales Dish**, desarrolladas por Makro, para **facilitar la digitalización de los negocios hosteleros**. Algunas de estas soluciones son *Dish Reservation* o *Dish Order*, que permite a los restaurantes y bares integrar de forma sencilla, rápida y económica en su propia web o red social perfiles, la gestión de pedidos *take away* o *food delivery*. Con las soluciones digitales *Dish*, Makro se encarga de todas las gestiones para que los hosteleros eviten intermediarios y comisiones de terceros, aumentando así su rentabilidad.

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 cáterin (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

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

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

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