

## DESDE EL INICIO DEL ESTADO DE ALARMA

# EN MAKRO SE DISPARAN LAS VENTAS DE PRODUCTOS DE HIGIENE Y DESINFECCIÓN PARA LA HOSTELERÍA

- Los bares y restaurantes han adquirido 400.000 litros de gel hidroalcohólico en el último año
- La venta de lejía se ha disparado un 78% y la del resto de productos desinfectantes un 101% durante el mismo periodo
- Además, la demanda de productos para food delivery y take away se ha incrementado un 17%
- Los formatos monodosis y las estufas han sido otros de los productos protagonistas para adaptar el servicio de la hostelería desde el inicio de la pandemia

Madrid, 11 de marzo 2021. El próximo 14 de marzo se cumplirá el primer aniversario desde que se decretó el estado de alarma con motivo de la Covid-19. Desde entonces, la hostelería ha reforzado las medidas de seguridad para que sus negocios sean lugares donde seguir disfrutando de la gastronomía.

Así lo ponen de manifiesto las cifras registradas por [MAKRO](#) durante este periodo, donde las ventas de gel hidroalcohólico se han disparado hasta alcanzar los 400.000 litros. Otro artículo demandado por los establecimientos hosteleros ha sido la lejía, de la que se ha vendido un 78% más. El resto de los productos desinfectantes también ha sufrido un crecimiento elevando llegando a alcanzar el 101% de incremento con respecto al año anterior.

Coincidiendo con las múltiples restricciones y cierres a los que la hostelería se ha visto obligada a hacer frente, la demanda de productos para food delivery y take away ha crecido un 17%, siendo los artículos más solicitados envases para transportar todo tipo de alimentos, así como los formatos monodosis: un 104% de incremento en las ventas de aceite, un 134% en vinagres; y un 80% más en condimentos (*datos referentes al formato monodosis*).

Asimismo, las estufas han sido un gran reclamo para los bares y restaurantes de cara a adaptar las terrazas y poder seguir ofreciendo servicio en el exterior. Así, MAKRO registró un crecimiento de las ventas de estufas de cerca del 50% durante 2020, con un incremento concreto del 300% durante el mes de octubre, coincidiendo con el cambio de temporada.

Marta Pérez Postigo, directora de Comunicación y RSC de MAKRO, ha querido destacar *“desde hace un año la hostelería española no ha dejado de luchar para mantener la viabilidad de sus negocios. Se han adaptado con rapidez y creatividad a las restricciones y medidas sanitarias y no han dudado en invertir para adquirir productos que garanticen la seguridad de todos los ciudadanos en bares y restaurantes”*.

Desde el inicio de la crisis sanitaria, MAKRO ha reforzado su compromiso por ayudar al hostelero en todo momento y convertirse en su socio. De este modo, la compañía ha apostado decididamente por reinventarse y 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) durante 7 años consecutivos. La compañía opera en 34 países y cuenta con más de 97.000 empleados en el mundo. En el año fiscal 2019/2020, METRO alcanzó unas ventas de 25.600 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