

# Apostamos por la innovación y las nuevas tendencias para seguir siendo el socio de la hostelería

PETER GRIES  
DIRECTOR GENERAL DE MAKRO



**E**n MAKRO España queremos seguir posicionándonos como la compañía de referencia para la distribución del sector de la hostelería. Con 45 años de experiencia, en MAKRO España – celebramos nuestro aniversario el pasado mes de octubre-, hemos reforzado a lo largo de 2017 el liderazgo de la compañía en el sector, a través de la renovación de espacios comerciales y la mejora de los servicios que ofrecemos a nuestros clientes. Buen ejemplo de ello son algunos de los hitos conseguidos por la compañía, como la apertura del nuevo centro de Zona Franca (Barcelona), la celebración internacional – por segundo año consecutivo – del Día de la Hostelería y Negocios Propios, el lanzamiento de la nueva colección de vinos La Sastrería, y la presentación de nuestras tres nuevas marcas propias: Makro chef, Makro profesional y Makro premium.

MAKRO, filial española del grupo alemán METRO, es la empresa de distribución del sector de la hostelería en España. Con 37 centros distribuidos en 15 Comunidades Autónomas, cuenta con más de 900.000 clientes. La compañía ofrece al hostelero más de 42.000 productos, soluciones y servicios adaptados a sus necesidades, apos-

tando por el producto local y por el producto fresco de calidad.

2017 ha sido un año muy positivo para nosotros. En parte, gracias al crecimiento del consumo interno y el turismo. No obstante, con vistas al futuro, el objetivo inmediato es crear un modelo más cercano al cliente, con una apuesta clara por la omnicanalidad para responder a las demandas de los clientes cuándo y dónde nos necesite.

De este modo, con el objetivo de ser el socio de la hostelería, en MAKRO planteamos nuestra estrategia corporativa 2018 desde una perspectiva innovadora, apostando por la digitalización del sector para ofrecer soluciones vanguardistas a nuestros clientes. Asimismo, apostamos por desarrollar una atención al cliente aún más personalizada, y ampliamos el surtido de Marca Propia, con productos que cumplen rigurosos procesos de calidad y sostenibilidad.

## Hacia la digitalización de la hostelería

En MAKRO acometemos la aceleración digital de la compañía en un momento en el que el sector de la distribu-

ción está viviendo un proceso de transformación motivado, principalmente, por la disrupción originada por el mundo digital y la aparición de los nuevos actores del mercado. De ahí, la necesidad de abordar la transformación digital desde la propia estrategia corporativa, como un factor de diferenciación en la actual propuesta de valor para nuestros clientes.

Para ello, hemos incorporado a finales de 2017 un Departamento Digital capitaneado por José Manuel Redondo, con más de 18 años de experiencia en puestos de dirección en marketing y comunicación digital.

Redondo es el encargado de liderar el proceso de transformación digital, que permitirá a MAKRO ofrecer a nuestros clientes una sólida experiencia de marca omnicanal y enriquecer la propuesta de valor para el sector Horeca, poniendo a su disposición todo el potencial de la compañía a través de soluciones y herramientas para la gestión de pedidos y compras online. Esta nueva apuesta también facilitará a los clientes la digitalización de sus negocios a través de soluciones sencillas diseñadas por expertos digitales.

La distribución vive una etapa de transformación digital y uno de los objetivos prioritarios del departamento digital es contribuir a afrontar con garantías de éxito esta transformación en MAKRO. Además de sentar las bases para continuar siendo el socio de la hostelería, ofreciendo todo tipo de soluciones de compra a nuestros clientes.

El primer paso que hemos dado en MAKRO en el proceso de transformación digital, es apostar por la aceleración digital de nuestros clientes a través de un proyecto de Digitalización de la Hostelería. Esta iniciativa tiene su origen en el proyecto internacional de METRO AG, matriz de MAKRO, que responde, a su vez, a una demanda del sector. Para adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, se ha diseñado una plataforma digital dedicada en exclusiva al sector de la hostelería, que incluye herramientas digitales, asesoramiento y apoyo en cuestiones tecnológicas.

El proyecto, que ofrece un servicio totalmente gratuito, comprende una presencia en Internet moderna, sencilla e individual, así como una herramienta de reserva online. A pesar de ser relativamente reciente,

**Para adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes, se ha diseñado una plataforma digital dedicada en exclusiva al sector de la hostelería, que incluye herramientas digitales, asesoramiento y apoyo en cuestiones tecnológicas.**

la plataforma cuenta ya con más de 15.000 usuarios activos, principalmente en Alemania y Francia. No obstante, para el año 2020, el objetivo es capacitar digitalmente a medio millón de hosteleros en Europa, por lo que comenzará a dar soluciones digitales a trece países durante 2018.

En este sentido, y siempre en la búsqueda de soluciones que faciliten el día a día del hostelero, el objetivo principal del proyecto de Digitalización es crear una comunidad digital para el sector de la Hostelería que, además de las propuestas digitales, ofrezca beneficios de valor añadido, como la creación de redes, el intercambio de experiencias y la actualización tecnológica continua.

Desde MAKRO afrontamos este gran reto a través de dos vías de actuación: el trabajo conjunto con otras compañías y el desarrollo de soluciones propias. En el primer caso, partiendo de un detallado proceso de evaluación, colaboramos con compañías que ofrecen soluciones a lo largo de la cadena de valor del sector. Desde la matriz internacional, el grupo ha creado METRO Accelerator, un programa muy selectivo de *mentorización* de start-ups europeas que trabajan en la gestión del sector de la Hostelería y la Restauración.

Por otro lado, en nuestro afán de ser el socio de la hostelería, hemos apostado por ofrecer soluciones propias, que apoyen al hostelero en su camino a la digitalización.

Una de las ventajas más destacadas de este proyecto consiste en que, a través de esta herramienta diseñada por MAKRO, los hosteleros pueden construir su propia página web de manera gratuita, en pocos minutos y con tan solo unos pocos clics. De esta manera, se rediseña la cabecera, se añaden datos de contacto y el negocio se integra directamente en Google Maps, entre otros, lo que mejora significativamente la visibilidad en Internet. El siguiente paso es proporcionar la reserva online, una de las primeras demandas de los hosteleros para ofrecer a sus clientes.

### **El cliente, en el centro del negocio**

Para nosotros las personas son la clave del negocio. Por ello, la compañía se ha

enfocado en la mejora del servicio al cliente y en una atención aún más personalizada. Desde MAKRO, planteamos la estrategia desde la descentralización del negocio, adaptando la localización a las necesidades de cada cliente para ofrecer un servicio más personal y especializado.

Como parte de este objetivo, hemos desarrollado el proyecto “Escuchar para mejorar”, una iniciativa que hemos puesto en marcha con el objetivo de escuchar y medir la satisfacción de nuestros clientes. Nuestro reto es ser el socio de la hostelería y este proyecto nos permitirá profundizar en el conocimiento de sus necesidades y expectativas para, así, ofrecer nuevos productos y servicios que contribuyan a incrementar sus niveles de satisfacción.

El programa “Escuchar para Mejorar” tiene como base el índice Net Promoter Score (NPS), un indicador que determina el nivel de satisfacción de los clientes y que ha sido complementado por MAKRO con un sistema de obtención de información a través de llamadas personales a clientes, invitados a facilitar más datos sobre su experiencia de compra.

### Una marca con identidad propia

En nuestro compromiso por ofrecer los mejores productos y servicios de calidad, hemos lanzado nuevas marcas que se adaptan a las diferentes necesidades de cada cliente: MAKRO Chef, MAKRO Professional y MAKRO Premium. MAKRO chef abarca productos de calidad desarrollados por expertos para satisfacer las necesidades gastronómicas más exigentes. MAKRO profesional incluye accesorios, herramientas, electrodomésticos y productos de no alimentación necesarios para los profesionales de la hostelería. Y MAKRO premium es para productos de alimentación únicos, de calidad superior, que contribuyen a crear las más deliciosas experiencias culinarias.

Estas nuevas marcas buscan satisfacer las necesidades de cada cliente a través de productos y servicios de primera calidad, que hacen de MAKRO un mercado profesional para hostelería, en el que prima el producto diferenciado.

Al igual que el resto de productos que comercializa MAKRO, las nuevas marcas propias aplican las políticas de sostenibilidad y responsabilidad METRO AG. La compañía, concienciada con el cuidado del entorno y los recursos naturales, contempla una serie de objetivos aplicables a sus productos para poder seguir ofreciendo servicio de calidad a los clientes. Estos objetivos se centran en diferentes áreas: pesca sostenible, aceite de palma sostenible y madera de aprovechamiento.

Asimismo, hemos presentado recientemente nuestra segunda colección de vinos La Sastrería, una co-



lección de vinos de Marca Exclusiva que, además de trabajar con vinos de calidad, apuesta por un diseño diferenciador a un precio muy competitivo. Esta segunda muestra se centra en la uva garnacha y tiene un enfoque muy dirigido a la hostelería, ya que por un lado son vinos elaborados con una uva tendencia en el mercado y por otro, están muy pensados para ofrecerse por copas.

Cada vino ha sido seleccionado de manera exclusiva por el Comité de Cata de Makro España, presidido por Custodio López Zamorra, junto a enólogos de bodegas de distintas regiones, consiguiendo así una colección de calidad. Los vinos de Aragón, D.O. Madrid, D.O. Montsant, D.O.Q. Priorato, D.O.Ca. Rioja y D.O. Cariñena son los protagonistas de esta segunda colección.

### Homenaje al hostelero

Como socio de la hostelería y restauración, queremos rendir un homenaje a la labor de los hosteleros. El segundo martes de octubre de cada año, MAKRO ha querido instaurar un día de reconocimiento al trabajo de los hosteleros de nuestro país, un día para recordar su aportación a la sociedad: El Día de la Hostelería y Negocios Propios.

Esta iniciativa, puesta en marcha por MAKRO, en colaboración con la Federación Española de Hostelería (FEHR) y la Federación de Cocineros y Reposteros de España (FACYRE), parte de una iniciativa internacional que se celebra al mismo tiempo en 25 países y que cuenta ya con más de 100.000 ofertas en restauración, de las cuales más de 12.000 son de bares y restaurantes de España. ■