

Alimarket

Makro lanza un nuevo modelo de cash

SUSANA SOBRINO | 07/12/2016 Distribución Base Alimentaria



Makro está testando su nuevo modelo de cash '**Mercado de la Hostelería**' en cuatro tiendas de la cadena. El proyecto piloto se lanzó el pasado mes de septiembre en las tiendas de Paseo Imperial de Madrid, Finestrat (Alicante), Vitoria y, desde hace unos días, Pamplona, centro en el que la empresa **acaba de invertir 500.000 €** para su remodelación.

Este nuevo modelo de tienda profundiza en el enfoque que la compañía desarrolla en los últimos años de cara al hostelero. Como novedades, se refuerza la variedad de la oferta de productos frescos y locales y se ofrece una atención más personalizada y nuevos servicios para ayudar en la gestión del negocio de sus clientes. Por ejemplo, el nuevo **catálogo online**, para confeccionar la lista de la compra, el compromiso de asegurar al 99% la **disponibilidad de stock** de todos los productos, una nueva distribución y señalización de las secciones para ahorrar tiempo y lograr una experiencia de compra más cómoda e intuitiva, así como uso de tecnologías para hacer llegar al comprador ofertas e información adecuadas a su negocio. Se da especial relevancia a las secciones estratégicas, como ultrafrescos, menaje profesional, electrónica y electrodomésticos

para el profesional.

37 cash en España

Con un negocio de distribución basado en la actividad de los 37 cash del grupo en España (230.545 m2), desde hace tiempo en fase de madurez, Makro ha puesto en práctica durante los últimos años diversas estrategias en busca de vías de crecimiento. En 2011, reforzó la cartera de comerciales y posteriormente introdujo el **servicio a domicilio**. En 2015, el grupo abrió una plataforma logística junto a su centro de Leganés dedicada a este tipo de pedidos. El empujón definitivo en esta área fue la adquisición del 75% de la comercializadora Midban, a través de la cual se ha hecho con el control absoluto o mayoritario de comerciales como Alberto Polo Distribuciones (100%), Comercial Ulzama, Congelados Romero (90%) y Font Distribuciò Horeca (51%).

Makro, que a cierre del último ejercicio fiscal (30 de septiembre de 2015) facturó 1.206,1 M, presentará resultados de 2016 el próximo miércoles, 14 de diciembre.

Alimarket