HOSTELERÍA
DESIGN, EQUIPMENT, FOOD SERVICE & BEVERAGE

Makro refuerza su posición de socio del hostelero

Chema León, director de Marketing de Makro España, Pepa Múñoz, del restaurante El Qüenco de Pepa y Peter Gries, director general de Makro España.

Makro, consciente del esfuerzo que realizan sus clientes para impulsar el desarrollo de sus negocios, quiere poner en valor y dar visibilidad, a través de su nueva campaña de imagen de marca, al duro trabajo del hostelero y reforzar así su posicionamiento como socio de la hostelería.

"En Makro contribuimos al éxito de 300.000 clientes en España. Nos adaptamos a sus necesidades y ofrecemos servicios que les permitan mejorar sus negocios, como el nuevo proyecto de Digitalización de la Hostelería y soluciones sostenibles que, además, mejoran su experiencia de compra", ha afirmado Peter Gries, director general de Makro España, durante la presentación de la campaña que bajo el lema "Tu éxito es nuestro compromiso", la compañía destaca su compromiso con el sector, como apoyo para el triunfo de bares y restaurantes.

De esta manera, Makro pone cara a hosteleros que narran sus historias de superación para alcanzar el éxito: **los chefs Pepa Muñoz, de El Qüenco de Pepa y Mel Almela, de Ca Xoret, ponen cara al proyecto y se pueden conocer sus historias en una web creada a tal efecto.**

La página contiene la historia de **negocios de éxito, tales como El Qüenco de Pepa** en Madrid, cuya propietaria, Pepa Muñoz cuenta en primera persona como pasó de limpiar calamares y boquerones en el negocio familiar a crear, en 2003, su propio restaurante, apostando por una vuelta al producto, con el control de sus orígenes, y por una visión sostenible de la cocina. Además, **Pepa Muñoz, junto con Mel Almela, han sido los elegidos por Makro para representar a España en la selección de testimonios** que se difundirán **por todos los países de la matriz, Metro.**

Los chefs cuentan historias de éxito reales con el objetivo de que todos los usuar conozcan en profundidad la esencia de la iniciativa

Finalmente, y como parte del compromiso con el sector, **Makro publicará en 2019 un informe que evidencie el desarrollo general de los objetivos que han alcanzado los hosteleros en sus negocios con el apoyo de la compañía**.

Makro ha querido ponerse, con este proyecto, en la piel de sus clientes bajo el lema "No trabajamos para Makro". "En nuestro compromiso de ser el socio de la hostelería, no trabajamos para Makro ni para Metro, sino para cada uno de nuestros clientes, porque su éxito es nuestro compromiso", ha explicado Gries durante la presentación del nuevo posicionamiento; que **también ha conllevado la adaptación de su imagen visual, dando ahora un mayor protagonismo al color amarillo.**