

## BERTRAND MOTHE

CEO DE MAKRO ESPAÑA

# “La innovación en la oferta y la digitalización serán clave para el crecimiento del sector hostelero”

La compañía mantiene un firme compromiso con sus clientes para garantizar la mejor relación calidad-precio, contribuyendo así a la sostenibilidad económica de sus negocios.

POR VIRGINIA LOMBRAÑA

Leva más de una década en la multinacional alemana a la que pertenece la filial española y conoce bien las demandas del canal Horeca y de los *traders* (comercios independientes). Ha sido vicepresidente ejecutivo de Compras y miembro del Comité Comercial de METRO AG y anteriormente director de Compras de METRO China. Ahora que cumple un año desde que asumió la dirección general de Makro España hace balance de lo conseguido y habla de las expectativas a futuro.

#### ¿Cómo está el sector de la distribución mayorista en España?

Nosotros somos optimistas, dadas las buenas perspectivas de determinados indicadores, como el turismo, aunque nos encontramos en un contexto de cambios legislativos y una situación macroeconómica desafiante. Circunstancias estas que también presentan oportunidades y debemos aprovecharlas para mejorar y aportar valor. Por ejemplo, invirtiendo en innovación para adaptarnos con agilidad a nuevas tendencias, normativas y al marco social, político y económico del momento. No hay que olvidar que este es un sector dinámico y en constante evolución.

#### ¿A qué retos os enfrentáis desde la compañía en este nuevo curso?

El objetivo es garantizar un servicio de distribución eficiente, sobre todo en los centros urbanos, teniendo en cuenta la regulación en materia de reducción de emisiones. Los hosteleros se enfrentan a un desafío diario, que es asegurar la rentabilidad de sus negocios, y nosotros queremos impulsar su crecimiento a través de nuestros servicios y soluciones.

#### ¿Cuál es vuestro plan estratégico para mantener la posición de liderazgo?

Nuestra propuesta de valor radica en un modelo multicanal y una oferta cien por cien mayorista, que combina precios competitivos y estables con productos de óptima calidad. Por otra parte, acompañamos en todo momento a nuestros clientes, con los que mantenemos una relación personalizada de la mano de nuestra fuerza de ventas para satisfacer sus necesida-



“

*Debemos trabajar conjuntamente todos los que formamos parte de la cadena de valor, proveedores, distribuidores, instituciones y asociaciones*

des, no solo de alimentación, sino también de herramientas digitales o equipamiento.

#### La gastronomía en nuestro país es un motor económico de primer nivel.

Sin duda alguna. España cuenta con una tradición culinaria extraordinaria y de gran reconocimiento internacional. Es algo que forma parte de su identidad gastronómica y cultural como país y que, además, constituye uno de los principales atractivos turísticos. Y en este sentido, la hostelería es un canal esencial.

#### ¿De qué manera contribuís?

Nuestra labor es ejercer de nexo entre productores y hosteleros, aportando eficiencia y rentabilidad. El 90% de las compras que realizamos es a proveedores españoles y, gracias a nuestra infraestructura y alcance, impulsamos que cooperativas y pymes puedan expandir su mercado. Además, apoyamos en forma de patrocinios y alianzas estratégicas. Colaboramos con asociaciones hosteleras locales y con escuelas. A través de nuestro espacio Aula Makro participamos en congresos, ofrecemos talleres de reputados chefs, analizamos tendencias culinarias...

#### La sostenibilidad se ha convertido en uno de vuestros pilares.

Sí, es uno de los ejes vertebradores de. En 2024 firmamos un acuerdo con Fazla para alcanzar el desperdicio cero en nuestros 37 centros y plataformas logísticas en España, donando diariamente los excedentes a entidades sociales. En nuestro primer año de colaboración, hemos evitado que se malgasten de 1.700 toneladas de alimentos, la emisión de más de 4.300 toneladas de CO2 y hemos llegado a más de 6.600 personas en situación de vulnerabilidad. Además, impulsamos la sostenibilidad económica del hostelero y hemos reducido el impacto de nuestras operaciones en el entorno, apostando por la electrificación de flotas para lograr ciudades más respetuosas.

#### ¿Por qué invertís tanto en el desarrollo de soluciones digitales punteras?

Es fundamental para el crecimiento y desarrollo. Permiten a los hosteleros ahorrar en costes operativos, analizar datos para tomar decisiones, incrementar ventas, mejorar la experiencia de cliente y ganar rentabilidad. Nuestra última novedad ha sido Dish POS, un sistema inteligente de TPV en la nube.

#### ¿Cómo entiendes la excelencia?

Para mí es un compromiso constante con la mejora continua, no ha de ser un fin, sino una actitud que guíe nuestra forma de operar. Significa escuchar activamente al equipo y a los clientes, anticiparnos a sus demandas y esforzarnos cada día por superar sus expectativas. ●