

Makro investe em 10 novas unidades e lança a Rota Sabor & Saber

Rede mantém investimento de R\$ 240 milhões para fechar o ano com 75 lojas, avança em serviços e lança programa itinerante de capacitação de clientes em uma carreta rodoviária

São Paulo, 08 de junho de 2009 – O Makro, líder no mercado atacadista brasileiro, com faturamento de quase R\$ 5 bilhões em 2008, mantém seu plano de expansão e está investindo R\$ 240 milhões para a abertura de 10 novas lojas, 10 restaurantes e 14 postos de combustíveis neste ano.

A rede, que chegou a 65 lojas, 62 restaurantes e 26 postos de combustíveis em 2008, busca fortalecer sua atuação em São Paulo e em outros Estados das Regiões Norte, Nordeste e Sudeste. Dentro da estratégia da companhia de expandir sua atuação no interior paulista, a rede vai inaugurar as lojas de Franca e de Taubaté, em junho.

“Acreditamos no Brasil e vamos manter nossa aposta de longo prazo, com investimentos em novas lojas, serviços e capacitação. Neste ano também vamos entrar em dois Estados que ainda não temos operação”, completa Rubens Batista Junior, presidente do Makro.

Para 2009, o Makro está preparando outras iniciativas inovadoras. Entre elas, o lançamento de um programa itinerante para capacitação de clientes, a Rota Sabor & Saber, uma cozinha experimental sobre rodas para a realização de cursos de culinária, transformação de alimentos e gestão de negócios, que pretende visitar lojas da rede pelo país afora.

A iniciativa é resultado do sucesso do projeto Sabor & Saber, que teve início no final de 2007, quando o Makro decidiu ampliar sua estratégia de relacionamento com clientes profissionais (hotéis, restaurantes, lanchonetes, bares e cafeterias), por meio da capacitação técnica para gestão de negócios, culinária e higiene alimentar. Um dos desafios é levar o projeto para todas as suas lojas no território brasileiro. “A experiência deu certo e tem alavancado os negócios de nossos clientes e, por isso, criamos um modelo itinerante, utilizando uma carreta rodoviária que chegue a todas as nossas lojas, e leve a marca Makro pelo país, aliando uma cozinha experimental com uma sala de aula”, explica Gustavo Delamanha, diretor de Marketing do Makro.

O lançamento da Rota Sabor & Saber ocorre no mês de junho no encontro de fornecedores, no dia 04 de junho que lança a terceira edição do Makro Extravaganza que acontecerá em agosto deste ano.

Resultados 2008

O ano de 2008 foi um marco importante para a companhia, com a ampliação da oferta de soluções de crédito para clientes, por meio do lançamento do Cartão Makro em parceria com o banco ibi, que já conta com mais de 600 mil cartões emitidos, e da entrada em novos

negócios, com foco em Televendas, Delivery e Contas Corporativas. Também realizou com sucesso a segunda edição do evento Makro Extravaganza, para capacitação de seus clientes. Criou um novo conceito de adega e empório que oferece serviços de consultoria para clientes profissionais, o Speciale.

Em 2008, o Makro atingiu vendas brutas de R\$ 4,991 bilhões, com um aumento de 9,1% em relação ao ano anterior. As vendas líquidas totais da rede atingiram R\$ 4,351 bilhões, crescendo 9,8% em relação a 2007. O lucro líquido atingiu R\$ 99,6 milhões, representando 7,9% de crescimento em relação ao ano anterior. O EBITDA atingiu R\$ 194 milhões, o que representou um aumento de 6% sobre o ano anterior. A margem bruta total atingiu 14,2%, significando um incremento de 0,4% sobre o ano anterior. O resultado operacional atingiu R\$ 147,1 milhões, crescendo ainda 4,2% em comparação com 2007.

No ano passado, o Makro investiu R\$ 194,8 milhões em seu plano de expansão, o maior investimento feito pela rede em um único ano. Esse valor foi aplicado na abertura de 8 novas lojas (Petrolina-PE, São Leopoldo-RS, Montes Claros-MG, Campina Grande-PB, Araçatuba-SP, Porto Velho-RO, Presidente Prudente-SP e Campos dos Goytacazes-RJ), reconstrução de 1 loja (Manaus Moderna-AM) - totalmente destruída em um incêndio - e na remodelação de 15 lojas. Adicionalmente, foi investido R\$ 14,3 milhões em reparos e manutenção de lojas existentes. O total de investimentos e despesas de manutenção foi de R\$ 209,1 milhões.

Sobre o Makro

Presente no Brasil há 36 anos, o Makro é líder no mercado de atacadista no sistema de auto-serviço e tem como objetivo ser o mais eficiente canal de abastecimento dos clientes profissionais, principalmente os revendedores e transformadores de alimentos, com a melhor oferta e o grande canal de distribuição para os fornecedores América Latina.

Parte do grupo holandês SHV, o superatacado possui hoje a maior cobertura do setor no território brasileiro, com 65 lojas, espalhadas em 22 estados, além do Distrito Federal, e trabalha com uma oferta de produtos desenvolvida especificamente para as necessidades de seu público, por marcas líderes e de suas marcas próprias Aro, M&K, Baldaracci, Clean Line, Q-Biz e MK-Tech. Além disso, a companhia possui 62 restaurantes e 26 postos de combustíveis, espalhados pelo país.

Para outras informações acesse o site www.makro.com.br



Mais Informações | FSB Comunicações

Dario Vedana

dario.vedana@fsb.com.br

11 8383.2683

11 3061.9596

Rafael Faro

rafael.faro@fsb.com.br

11 8757.7995

11 3061.9596