



MERCADONA REFORMULA ESTRATÉGIA E DÁ ACESSO A NOVOS FORNECEDORES



23 JANEIRO 2017

A Mercadona fez alterações na sua estratégia de "sourcing", que passa, segundo o El País, pelo recurso a empresas especializadas em determinados produtos para promover a concorrência interna.

A venda maioritária de produtos de origem nacional e a aposta nas marcas próprias têm sido os pilares da estratégia da Mercadona desde a sua fundação. Agora, a empresa está a reformular a sua estratégia, com o incentivo da concorrência entre os seus fornecedores exclusivos e a introdução de fornecedores "especializados".

Os fornecedores integrados são empresas que produzem exclusivamente, ou quase exclusivamente, para a Mercadona. No entanto, como complemento a estes, o grupo colocou em marcha uma nova estratégia que tem por base duas novas figuras: fornecedores especializados para o desenvolvimento de produtos, trabalhando para as marcas próprias do grupo, à semelhança dos fornecedores atuais, e fornecedores que operem as suas marcas originais mas de forma exclusiva com os supermercados Mercadona. No geral, a estratégia compreende 150 novos fabricantes.

O grupo justifica esta nova estratégia com a necessidade de reduzir os custos dos produtos, evitando os custos de transporte de longa distância, e ao mesmo tempo alcançar a mais alta qualidade com o melhor preço.