



## **A loja eficiente que a Mercadona vai abrir em Portugal**

A Mercadona vai abrir quatro lojas em Portugal em 2019. Fomos a Madrid conhecer a loja eficiente que a cadeia espanhola vai trazer para o nosso país

**PÁG. 04**

---



## REPORTAGEM

A Mercadona vai abrir quatro lojas em Portugal em 2019. São supermercados da nova geração da cadeia de retalho espanhola. Em Espanha, a empresa está a remodelar as lojas antigas e a abrir novas com o modelo de loja eficiente

Filipe Pacheco\*

mailto:fpacheco@hipersuper.pt  
photo: DR



**N**a praça Quevedo, no distrito de Chamberí em Madrid, situa-se uma das novas lojas da Mercadona em Espanha. Aberto em junho de 2017, o espaço que fica próximo de um supermercado da cadeia Carrefour apresenta a nova geração de lojas que a cadeia de retalho espanhola vai introduzir em 2019 em Portugal. A loja é nova, construída sob o modelo de loja eficiente da Mercadona. E situa-se numa zona de Madrid habitada por estudantes e por consumidores com elevado poder de compra. A Mercadona abriu, em 2017, 29 supermercados e remodelou 126. Este ano, a cadeia de retalho tem planos para inaugurar, em Espanha, 27 lojas e remodelar 200.

Com corredores mais amplos e leds que dão mais luminosidade ao supermercado, a filosofia da Mercadona mantém-se. Nos bem arrumados lineares do supermercado de dois pisos distribuem-se produtos da marca Hacendado (alimentação), Deliplus (higiene e beleza), Compy (alimentação para animais de estimação) e Bosque Verde (produtos de higiene para a casa). Mas o novo modelo de supermercado tem um design totalmente renovado, tanto na fachada exterior, como na distribuição das seções. A loja, bem iluminada, tem à entrada uma zona destinada aos clientes que desejam a entrega dos produtos em casa. E logo junto à porta estão pendurados sacos exclusivamente utilizados para a entrega de encomendas ao domicílio. A loja faz

# A loja eficiente que a Mercadona vai trazer para Portugal

2.400 entregas por mês ao domicílio, diz a gerente de loja.

Mas a filosofia da cadeia de retalho espanhola também se faz notar em alguns pormenores arquitetónicos. A um canto vê-se uma zona envidraçada com o que outrora foi a fachada dos cinemas Quevedo, entretanto encerrados, dando lugar ao funcionamento de um ginásio. Agora, num supermercado de 1.500 metros quadrados, a faturação é de dois milhões de euros por mês. A ideia da Mercadona é preservar traços arquitetónicos dos espaços onde abre as suas lojas para não criar choques com a comunidade.

Essa mesma identidade dos supermercados da Mercadona está visível num

jardim vertical envidraçado junto à peixaria. Aqui, as caixas verdes sinalizam que o peixe é oriundo diretamente da lota. E atrás dos funcionários que servem o peixe aos clientes há um mosaico feito em parceria com uma associação de pessoas com incapacidade. É política de responsabilidade social da empresa colaborar com associações locais.

A filosofia de responsabilidade social da empresa também está à vista dos habitantes dos edifícios que circundam a loja. No topo, o que antes era um telhado de fibrocimento, é agora um jardim. A Mercadona quer ser bem recebida pela vizinhança quando abre uma loja. E a plantação destes jardins é

uma das formas de criar boa vizinhança. A poupança energética é outra prioridade. O novo modelo de loja tem uma poupança de energia de 40% em relação às lojas tradicionais.

De resto, como em qualquer outro supermercado, é possível aceder à zona de charcutaria. Nesta zona, por volta das 16h30, ainda há pouca movimentação de clientes. E dois funcionários cortam com minúcia fatias de presunto prontas a serem servidas aos clientes. Atrás de si, um expositor de presuntos, que vai existir nas lojas que vão abrir em 2019 em Portugal. Mas mais pequeno. E logo ao lado, não havendo um talho, estão as arcas onde as carnes estão distribuídas em bande-



jas. Caso a carne não esteja cortada ao gosto do freguês, este tem uma zona onde pode pedir a um funcionário para cortá-la a gosto.

#### COMPRA A PRODUTORES PORTUGUESES

A Mercadona vai abrir nove lojas na zona do Porto. Mas já tem uma relação com o mercado nacional. A empresa, em 2017, teve um volume de compras a fornecedores portugueses de 63 milhões de euros. Na zona de bebidas da loja situada na praça Quevedo, encontram-se nas prateleiras os vinhos Mateus Rosé e Porto Cruz. Os produtos portugueses, consoante a aceitação dos consumidores, estão mais presentes em lojas da Mercadona junto à fronteira com Portugal. Quando entram nos lineares de lojas mais centrais é sinal de que ganharam ampla aceitação.

Outros produtos têm embalagens escritas em espanhol e português. Mas não quer dizer que venham a ser comercializados em Portugal. O sortido que será vendido em território português apenas estará fechado no final de 2018, diz André Silva, diretor de marketing para Portugal da Mercadona. Quanto aos produtos com as marcas da Mercadona, todos têm a identificação do produtor. É o caso da cerveja sem álcool Falke, produzida pela Heineken.

Não é só nos produtos que se nota a presença portuguesa, também visível nos pastéis de nata nas prateleiras da zona de pastelaria. Os fornos do pão são da empresa Ramalhos e estão em todas as lojas da Mercadona. Deles saem os pães que vão para a zona da padaria.

#### INVESTIMENTO EM PORTUGAL

O investimento da Mercadona em Portugal não se resume às lojas que abrirão portas em 2019. Para além do Centro de Coínovação de Matosinhos, já em funcionamento, a empresa tem nos seus planos a abertura de um bloco logístico na Póvoa de Varzim. Esse bloco logístico vai tratar do abastecimento das lojas portuguesas. Para já, a Mercadona tem prevista a abertura de nove lojas. Estas servirão para testar o mercado nacional. Se tiverem sucesso, a Mercadona avançará com a abertura de mais.

No centro de coínovação estão a ser testados alguns dos produtos que a marca poderá vir a vender em Portugal. Só em 2017 foram feitas 1700 sessões de provas. A captação de pes-



soas para provarem os produtos da empresa nos centros de coínovação é feita pelos responsáveis de cada categoria de produto. É um processo que procura perceber quais os produtos locais que faz sentido lançar no mercado. Umas vezes funciona. Outras não. Quando não funciona, a empresa procura melhorar. Essa filosofia não é só levada a cabo com os clientes. Na própria loja, onde está uma máquina de sumo de laranja, esta sofreu alterações. Foi um dos colaboradores de loja que propôs. E as chefias aceitaram. A pensar na comodidade dos trabalhadores, a Mercadona desenvolveu também um novo móvel na caixa de supermercado, em parceria com o Biomecânica de Valência.

De resto, a política de sustentabilidade da empresa também está à vista nos materiais de limpeza, nos baldes e nas esfregonas. São produzidos com plástico reciclado. Para poupar custos e minorar o impacto ambiental, as embalagens de pizza são todas circulares. Os cantos dos quadrados das embalagens são cortados e reutilizados para produzir os materiais.

#### OS CEM MIL METROS QUADRADOS DE TECNOLOGIA DE CIEMPOZUELOS

Na zona de Ciempozuelos, a melhor de Madrid, o bloco logístico Século XXI da Mercadona serve 272 lojas. O nome do bloco está em sinto-

nia com o aparato tecnológico encontrado lá dentro. A Mercadona adquiriu um terreno de 200 mil quadrados, em 2004, para construir um bloco logístico convencional, que agora tem 100 mil metros quadrados construídos. No espaço edificado há quatro edifícios, respetivamente para produtos secos, frios, embalagens e serviços. E uma creche para os filhos dos funcionários. A ideia de automatizar os processos do bloco logístico da Mercadona surgiu em 2005 após a reflexão de um trabalhador. Este expôs a um diretor de logística a necessidade de mudar os processos de trabalho. O problema foi exposto à administração da empresa. A sugestão foi ouvida e a Mercadona deslocou-se à Alemanha para aprender como desenvolver um bloco logístico totalmente automatizado.

O bloco logístico de Ciempozuelos tem, hoje, 952 trabalhadores, 163 dos quais nas plataformas e embalagens. Com os processos automatizados, a ideia da Mercadona é diminuir a vertente penosa do trabalho existente num bloco logístico convencional. Há menos esforço físico, o trabalho é mais especializado e existe uma maior diversificação dos postos de trabalho. Enquanto num armazém logístico convencional a força de trabalho feminina nem chega aos 5%, em Ciempozuelos esta chega aos 15%.

Um dos responsáveis do bloco logísti-

co diz que o número de trabalhadores é menor do que num armazém não automatizado. Mas a diferença não é significativa. Houve é uma reconversão dos trabalhadores. Num armazém com capacidade para 44.000 embalagens e para receber 800 por hora, muitos trabalhadores são especializados em mecânica e eletricidade. A missão é assegurar trabalho de manutenção. E muitos trabalhadores receberam formação nos Estados Unidos e na Alemanha.

O armazém automático funciona como um jogo de tetrís. Nenhum produto pode entrar no armazém sem estar parametrizado em computador. Se o processo falha, perde-se eficiência. Um dos responsáveis diz que, desde a abertura do bloco logístico, tem sido um processo constante de aprendizagem. Na receção do armazém automático, as embalagens são depositadas numa máquina de leitura de código de barras pelos trabalhadores que conduzem os empilhadores. O código de barras inserido na embalagem indica o produto, o peso e a sua dimensão. Nos dias mais fortes, alturas da páscoa e do natal, podem entrar na receção do armazém automatizado cerca de nove mil embalagens.

No segundo piso começa a ser preparado o processo de preparação dos produtos que serão distribuídos nas várias lojas da Mercadona através do processo *picking*. Nesta fase, um elevador de gavetas carrega os produtos até às prateleiras a uma velocidade entre oito e 12 metros por segundo.

Na última fase do processo, o sistema calcula como as embalagens vão ser organizadas e o sistema informático analisa os pedidos, os produtos prioritários, o seu peso e o seu tamanho. Acabado esse procedimento, a máquina dispõe os produtos nas embalagens como se tratasse de um jogo de tetrís para fazer com que o espaço perdido na embalagem seja o menor possível. Este processo demora entre dez a treze minutos. Se o processo fosse manual, demoraria 45 minutos. No final uma máquina plástica as embalagens. Esta máquina está disponível em todos os centros logísticos, por se tratar de uma das tarefas mais penosas num armazém. O processo termina com os produtos embalados com uma etiqueta que indica o número de loja e todas as informações sobre os produtos. **H**

*\*O jornalista viajou a Madrid a convite da Mercadona*