



SMART RETAIL: do Lidl à Mercadona



*José
Rousseau
&
Ana Penim*



MERCADONA

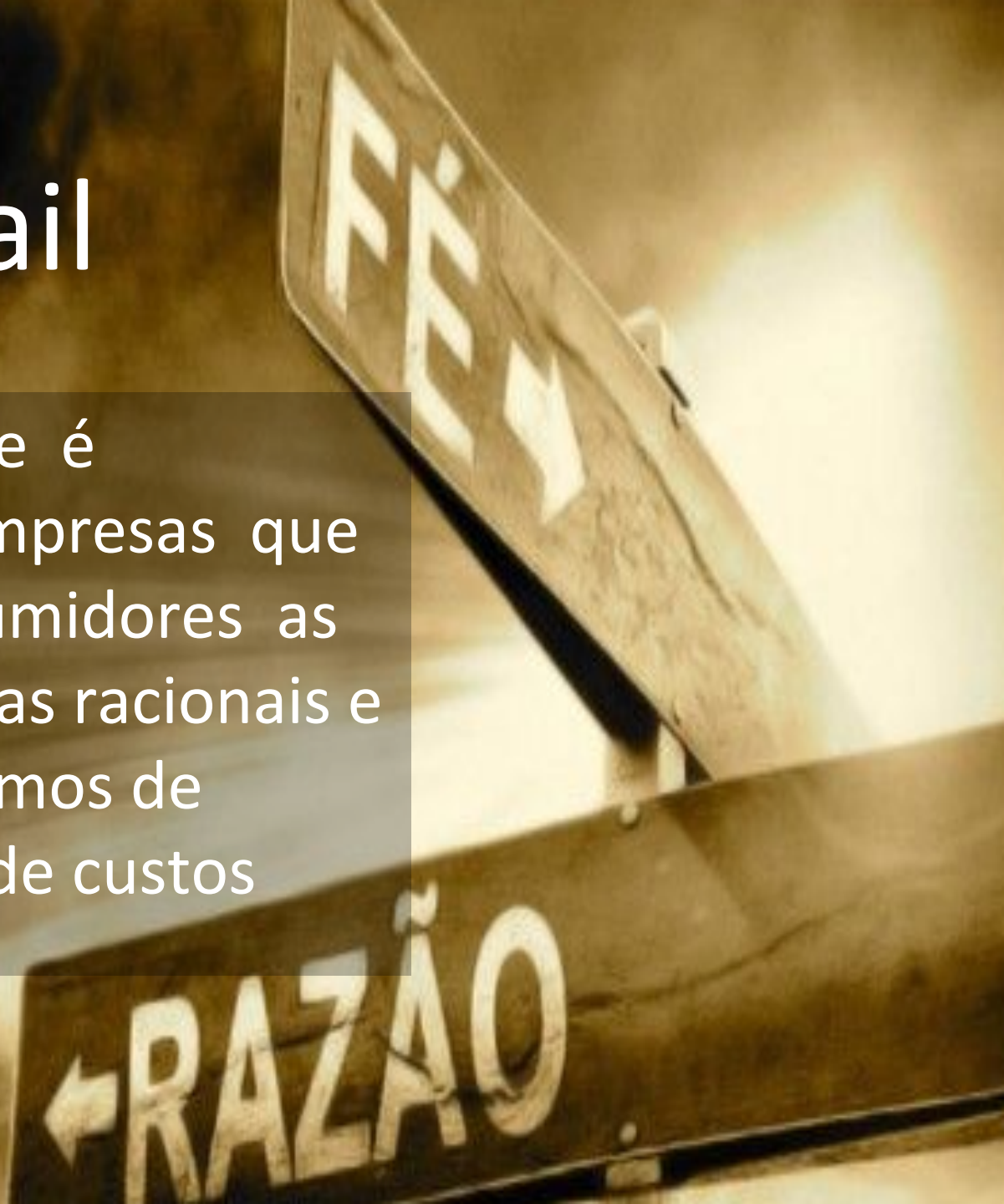
Smart Shopping



A compra inteligente é a tendência dos consumidores investirem tempo e esforço consideráveis na busca e utilização de informações relacionadas com as promoções para obter economias de preço.

Smart Retail

O retalho inteligente é constituído pelas empresas que oferecem aos consumidores as melhores alternativas racionais e equilibradas em termos de benefícios líquidos de custos



O Smart Retail começou aqui...



E continuou por aqui...



CRONOLOGIA DO DISCOUNT - EUA

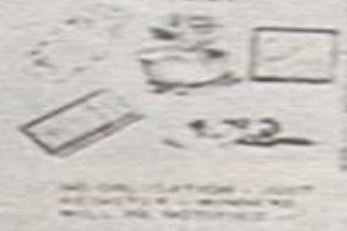
- 1879** - Frank **Woolworth** abriu em junho uma loja de descontos em Lancaster, Pensilvânia, com um investimento inicial de US \$ 300 emprestados por um amigo.
- 1900** - A primeira loja **Stein Mart** foi criada pelo imigrante russo Sam Stein e oferecia um sortido generalista.
- 1930** - Charles C. **Loehmann** abriu no Bronx em Nova York uma loja de moda feminina oferecendo modelos de moda de alta qualidade a baixo preço
- 1946** - O imigrante polaco Max Kohl abriu a **Kohl 'Food Stores** em Milwaukee, WI, que depois se transformou no primeiro discount Kohls department store.
- 1955** – Foi criada a cadeia de descontos **Dollar General** que vendia todos os produtos por US \$ 1,00.
- 1962** - A primeira loja **Walmart** abriu em Rogers, Arkansas.

YOU ARE INVITED TO
WAL-MART
 WEEK - LONG

GRAND OPENING

MONDAY JULY 2, THROUGH SAT. JULY 7th.
 INCLUDING JULY 4th

FREE
 BOOK PRIZE



22
 DEPTS.

- 1 JEWELRY
- 2 BOOKS
- 3 HOMEWARES
- 4 HAIR CARE
- 5 TOYS
- 6 CROCKERY
- 7 PAINT
- 8 SWINGING
- 9 SPORTING
- 10 AUTOMOBILE
- 11 BOYS WEAR
- 12 GIRLS WEAR
- 13 LADIES WEAR
- 14 MENS WEAR
- 15 INFANT
- 16 FUR GOODS
- 17 HOUSE WARE
- 18 SHOES
- 19 SMALL APPLIANCE
- 20 GIFTS
- 21 HOME FURNISHINGS



it's here... now!

THE DISTRICTS "1st" *Quality* DISCOUNT CENTER

WAL-MART INC.

719 Walnut Ave.
 ROGERS, ARK.

You Must Save at Wal-Mart
 Our Policy Guarantees It



Customer Satisfaction Guaranteed



1962

Jose Rousseau/Ana Penim

“Compre barato, venda barato, mantenha as prateleiras bem sortidas, trate os clientes com respeito, valorize os seus colaboradores e preste muita atenção aos ataques da concorrência.»



Walmart
Save money. Live better.



- 500 bilhões \$ vendas 2017
- Lucro superior ao PIB da Holanda
- Se país: 25ª economia do mundo
- Se exército: 2º maior à escala global
- 2,2 milhões de colaboradores
- Maior empregador privado do mundo
- 300 milhões de clientes / semana

- Maior utilizador de energia renovável USA
- Leading player global de sustentabilidade
- Políticas globais de diversidade e inclusão

ACREDITA QUE PODE VENCER NA TRANSFORMAÇÃO DO RETALHO GLOBAL SENDO...

- **PEOPLE LEAD**
- **TECHNOLOGY ENABLED**

ONLINE JAPÃO

Parcerias estratégicas :
Microsoft, Google

ONLINE USA

Jet.com (3,5 bi)

The logo for Jet.com, featuring the word "jet" in a bold, lowercase, purple sans-serif font.

ONLINE ÍNDIA

Flipkart (15 bi)



ONLINE CHINA





ONLINE CHINA

Tencent 腾讯

(maior portal de serviços de internet China)

Mini Programa “Walmart Scan and Pay(扫玛购)”

Clientes podem fazer o scanner do código de barras dos produtos com os seus smartphones e pagar

Hoje em Walmart's 28 cidades e brevemente em mais de 400 lojas.



ONLINE JAPÃO

 **Rakuten**



CHINA...

4,5 milhões de drivers para entregas ao domicílio em 30 mn (Dada APP – JD.com)



CHINA...

**Maior programa global de
descarbonização do ambiente**



CHINA...

Adaptação à cultura



ÍNDIA

Lidera o maior programa
de empowerment de mulheres



TRANSFORMAÇÃO



- Nova forma de trabalhar: **Agile**
- Processos: **Design Thinking**
- Decisões apoiadas em **Data Analytics**
(personalização da experiência de compra dos clientes)

PRIORIDADES

- Online & Frescos
- Global Sourcing
- Private Brand



Private Brands



NYSE:WMT

Walmart 

REINVENÇÃO DOS FORMATOS

- **Redução de Área e Sortido**
- **Conveniência**
- **Digitalização**

(pilotos Brasil, México, Canadá, China)



Sam's Club®



Maior loja Walmart no mundo:

Sam's Club – Shenzhen

15.000m² (2 pisos)

360 milhões dólares / ano



Sam's Club®

Filosofia 10 / 10 / 2

- Margem não superior a 10%
- Custos Operação inferiores a 10%
- 2% de bottom line deve vir de membership



Sam's Club®

MODELO NEGÓCIO

5000 itens

Preço, Bulk, Qualidade, Excitement

Fewer, Bigger, Better

More newest, More often

Em Portugal...

Hoje fui às compras ...



INAUGURA-SE O PÃO DE AÇÚCAR

A maior rede de supermercados do Brasil (e da América Latina) abre a sua primeira loja em Lisboa

O Pão de Açúcar está presente em Portugal. É uma excelente oportunidade para o consumidor. É um supermercado moderno, confortável, seguro. É uma novidade na distribuição de produtos alimentares em Portugal. É um ambiente de cooperação económica entre Portugal e Brasil. É ao mesmo tempo conveniente e barato.

O PÃO DE AÇÚCAR BO VENDE PRODUTOS DE FORNECEDORES DE ALTA CATEGORIA COMO:

A COLMENA DO VINHO, LDA. * A. DE ALMUDA LOPES, LDA. * ALBODIGERA AGRICOLA DE ANDOLA, S.A. * ANTONIO A. TEIXEIRA, LDA. * AVEIRANSE, LDA. * CAZADINHO PORTUGUESA, S.A. * COMPAL - COMPANHIA PRODUTORA DE CONSERVAS ALIMENTARES, S.A. * COREIA - CONSERVEIROS MUNDOS, S.A. * FABRICA PORTUGUESA DE FERMENTOS BOLONHESES, LDA. * FABRICA TRIUNFO, S.A. * FAVORITA, LDA. * GENERAL ELECTRIC PORTUGUESA, S.A. * GALATE PORTUGUESA, LDA. * INDUSTRIA DE ALIMENTAÇÃO IGAAL, LDA. * IMADE COSTA DIAS, COMERCIO E INDUSTRIA, S.A. * J. A. DA COSTA PENA, LDA. * JOAO MACHADO DA CORDOÇÃO E C.ª, LDA. * KROPP PORTUGUESA, PRODUTOS ALIMENTARES, S.A. * MALHAÇO & OLIVEIRA, LDA. * MARU - SOCIEDADE MARCAVAL DE VINHOS, LDA. * FC - CONDIMENTOS, FRUTAS SECAS E APETIVOS * PLÁSTICOS SANTO ANTONIO * RAMAZZOTTI, LDA. * ROBINSON BARDOLLEY, S.A. * SELHO - SOCIEDADE DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS, LDA. * SILVA PEREIRA IRMÃOS, LDA. * SNIKO & C.ª * SINCORA - SOCIEDADE INDUSTRIAL DE COMMODOS, S.A. * SODICEUS INDUSTRIAL ALUMINA * SOCIEDADE DE PRODUTOS LACTEOS NESTLE * SOCIEDADE DOS VINHOS DO SUL, LDA. * SUPERMERCADO UNIAO DAS AGRICULTURAS COOPERATIVAS DA PRODUÇÃO DA ESTREMOURA, S.A. * VINHOS P.ª VINHOS DO PORTO BUCARATESTE E FABRICA FAVORITA.

Economize com segurança e conforto nos **SUPERMERCADOS Pão de Açúcar**
 Av. Estados Unidos da América (junto ao Campo Grande)



Isto é o Pão de Açúcar



PREÇOS BAIXOS

Inovação. Variedade. Bons Serviços

Maizena Fubido MAIZEIRA 1kg 11.00	Ananas Ananas BUCACO 1kg 17.00	Guloso Biscoito de Trigo GULOSO 0.13 8.50	Walker WALKER 1kg 240.00 149.00	Compal Biscoito COMPAL 1kg 3.50	Curo da Terra Vinho CURO DA TERRA Espumante (1.5L) 7.50	Sunil SUNIL 1kg 7.90 11.40	Signal Bebida SIGNAL 1kg 5.90 8.50
Rino RINO 1kg 2.20	Maggi Cubitos MAGGI 1kg 2.20 5.50 3.50	Cinzano Vermouth CINZANO 1.5L 32.00	Ramazzotti Pasta RAMAZZOTTI 1kg 1.20	Juvenalia Cerveja JUVENALIA (1.4L) 6.90	Sagres Cerveja SAGRES 1.5L 3.00	Fula Cerveja FULA 0.13 15.50	Piric Bebida PIRIC (1.1L) 23.00 22.50
Pensal Lata em pó PENSAI 1kg 7.60	Alga Bebida ALGA 1kg 1.80	Clarim Sólido CLARIM 1kg 3.50	Lavax LAVAX líquido 1kg 3.90	Lavax pó de limpeza LAVAX pó de limpeza 1kg 5.80 4.60	Dom Fernando Vinho de Porto DOM FERNANDO 1kg 39.00	Fico Vinho Açúcar FICO 1kg 41.00	Clarival Flocos em leite CLARIVAL 1kg 23.00
Nescafé Nescafé 1kg 19.90 11.50	Trigo Fubido de Trigo 1kg 6.60	Triunfo Bebidas TRIUNFO 1kg 4.50 4.50 4.50	Aveirese Bebidas AVEIRESE 1kg 5.20 7.50	Guloso Trigo Puro GULOSO 1kg 5.60	Nacional Bebidas NACIONAIS 1kg 8.90 6.70	Haze Purificador de ar HAZE 1kg 27.50	Titapa Plástico TITAPA 1kg 5.80

PLÁSTICOS TITAPA

Cestos de Roupas	de 14800	por 12500	Ref.º N.º 20	de 20580	por 20500	Ref.º N.º 20	de 16830	por 16590
Algodão	= 14800	= 12500	= 18	= 19800	= 17500	= 18	= 14800	= 13500
Baldes (10 L)	= 2550	= 2550	= 15	= 10500	= 13500	= 15	= 11650	= 10500
Ref.º N.º 717	= 8560	= 8560	= 14	= 10500	= 10500	= 14	= 9520	= 8500
	= 20500	= 18500	= 12	= 8520	= 7950	= 12	= 7850	= 6570

PANÉIS DE ALUMÍNIO SICA

Cestos de Roupas	de 14800	por 12500	Ref.º N.º 20	de 20580	por 20500	Ref.º N.º 20	de 16830	por 16590
Algodão	= 14800	= 12500	= 18	= 19800	= 17500	= 18	= 14800	= 13500
Baldes (10 L)	= 2550	= 2550	= 15	= 10500	= 13500	= 15	= 11650	= 10500
Ref.º N.º 717	= 8560	= 8560	= 14	= 10500	= 10500	= 14	= 9520	= 8500
	= 20500	= 18500	= 12	= 8520	= 7950	= 12	= 7850	= 6570

ÇAÇAROLAS DE ALUMÍNIO SICA

Cestos de Roupas	de 14800	por 12500	Ref.º N.º 20	de 20580	por 20500	Ref.º N.º 20	de 16830	por 16590
Algodão	= 14800	= 12500	= 18	= 19800	= 17500	= 18	= 14800	= 13500
Baldes (10 L)	= 2550	= 2550	= 15	= 10500	= 13500	= 15	= 11650	= 10500
Ref.º N.º 717	= 8560	= 8560	= 14	= 10500	= 10500	= 14	= 9520	= 8500
	= 20500	= 18500	= 12	= 8520	= 7950	= 12	= 7850	= 6570



«símbolo da modernização do nosso sistema de distribuição; da passagem gradual, mas que esperamos se processe a cadência acelerada, do sistema tradicional de venda de produtos avulso em pequenos estabelecimentos com reduzido volume de negócio, base financeira precária, equipamento escasso, operando com custos unitários necessariamente elevados, sem, contudo, remunerarem os factores que nele operam, para o sistema moderno de oferta ao público de produtos embalados em sistema de self-service, com áreas amplas, volume elevado de vendas, rotação rápida de stocks, com a possibilidade de operarem com margens reduzidas sem que tal se faça à custa da justa remuneração dos factores capital e trabalho que nele intervém». Xavier Pintado (Maio de 1970)

M mini preço





Minipreço

Rua Alexandre Herculano, 43
(cruzamento com a Rodrigo da Fonseca),
aberto todos os dias, de segunda a sábado, das 9 às 20 horas

**ONDE
VOCÊ COMPRA
REALMENTE
MUITO MAIS
BARATO!**

ORA VEJA PORQUÊ →
V.F.F.

Inaugurado em 9 de Novembro de 1979 (avista-feixa).

Minipreço

Na Rua Alexandre Herculano, 43
(cruzamento com a Rodrigo da Fonseca),

uma nova forma de vender: a mais barata.
Podemos fazê-lo porque:

- 1 - Reduzimos ao mínimo a nossa margem de lucro
- 2 - As nossas instalações não têm qualquer luxo; são simples mas funcionais
- 3 - Não há despesas de etiquetagem dos produtos
- 4 - Reduzimos ao mínimo indispensável o nosso pessoal
- 5 - Não gastamos dinheiro em sacos: o cliente usa o seu próprio saco
- 6 - As nossas caixas operam com a maior rapidez possível
- 7 - Reduzimos ao estritamente indispensável os custos de divulgação publicitária
- 8 - Os bens que vendemos são essenciais e não supérfluos
- 9 - O stock é pequeno, portanto reduzimos as despesas de armazenamento
- 10 - Tudo isto reduz ao mínimo a despesa com mão de obra e serviços complementares de manutenção

Estas são as dez razões por que os bens indispensáveis
chegam até ao consumidor
aos preços mais baixos do mercado no



Rua Alexandre Herculano, 43
(cruzamento com a Rodrigo da Fonseca),

MINIPREÇO

AUTO SERVIÇO DESCONTO

APERITIVOS E FRUTOS SECOS

Salgados	
Amêndoa c/ Sal e Piri-Piri 90 gr	66.00
Amendoim c/ Sal e Piri-Piri 90 gr	25.00
Aperitivos Pôr do Sol Emb.	12.50
Aperitivos Tau-Tau Emb.	8.50
Batata Frita Pala-Pala 50 gr	7.50
Doana Frita Pala-Pala 115 gr	15.50
Caju c/ Sal e Piri-Piri 90 gr	83.00
Pinhão c/ Sal e Piri-Piri 90 gr	91.50

Frutos Secos	
Ameixa Seca 225 gr	49.50
Figos c/ Noz e Amêndoa 300 gr	61.50
Figos Secos de Torres 400 gr	21.00
Figos Simples 300 gr	29.50
Miolo de Amêndoa e Avelã Emb.	27.00
Miolo de Noz e Pinhão Emb.	38.50
Nozes c/ Casca 500 gr	68.00
Sultanas Emb.	28.00

AZEITES, ÓLEOS E MARGARINAS

Azeites	
Azeite Fino Gf 1 Lt	109.00
Azeite Extra Gf 1 Lt	110.00

Óleos	
Óleo Allmentar 1 Lt.	52.00
Óleo Extreme 1 Lt	52.00

Margarinas	
Margarina Alpina 250 gr.	17.50
Margarina Banquete 250 gr	15.00
Margarina Banquete 1 kg	57.00

BEBIDAS

Águas	
Água da Bela Vista 3 Lt.	27.00
» Campilho 1 Lt.	10.00
» Castelo 0,25	6.00
» Luso 0,25	6.00
» Luso 1 Lt.	12.00
» Luso Garraão 5 Lt	27.00
» Pedras e Vidago 0,25	6.00
» Pedras e Vidago 0,85	12.00
» Vale de Cavalos conj. de 3 Gfs 1,5	44.50

Cervejas e Refrigerantes	
Cerveja SAGRES e SUPER BOCK 0,33	10.00
Cerveja » 1 Lt	29.00
Água Tônica e Ginger Ale SCHWEPPEs 0,25	5.50
Coca-Cola 0,2	6.00
Coca-Cola 1 Lt.	19.00
Frissumo Laranja 1 Lt	16.00
Pepsi Cola 1 Lt.	17.50
Seven-Up 0,25	6.00
Seven-Up 1 Lt.	19.00
Sumol de Laranja 0,25	5.50
Sumol de Ananás 0,25	5.50
Trinaranjus Laranja 0,19	5.50
Trinaranjus Laranja 0,8	19.00

Destilados	
Aguardente Bagaceira CASA DA CERCA	199.00
Aguardente Velhinha RITTOS	92.50
Aniz Escarchado Fantasia	99.00
Aniz Domus (Doce-Seco-Mel de Damas)	120.00
Brandy Dalva 5 Estrelas	130.00
Gin Tower Of London	160.00
Licör Beirão 1/2 Lt.	120.00
Triple Seco Alto-Viso	140.00
Vermute Branco (Doce e Seco), Tinto	83.50
Whisky Black Colonel	197.50
Whisky Johnie Walker — Rótulo Vermelho	920.00

Preço Baixo Alta Qualidade
Invista comprando em MINIPREÇO
Compare os n/ preços
com a concorrência

CAFÉS E CHÁS

Cafés	
Brasa Frs 200 grs	45.00
Café Lote 5 Estrelas Grão e Moído Pc 250 gr	142.50
Cevada Pensal 200 gr	47.50
Mokambo 200 gr	96.00
Nescafé n/ Cafeína 50 gr	105.00
Nescafé s/ Cafeína 100 gr	209.00
Ricoré 100 gr	99.00
Tocafé Normal Frs 90 gr.	88.00
Tocafé s/ Cafeína 100 gr.	98.00
Tofina frs 200 grs	74.00
Mistura Económica Pc 250 gr.	49.00

Chás	
Chá Licungo Pc 50 gr	18.00
Chá Licungo Pc 100 gr	36.00
Chá Licungo Pc 250 gr	90.00

CARNES FUMADAS

Bacon (Cart.)	23.50
Cacholeira — emb. em vácuo kg	75.00
Chouriço de carne — emb. em vácuo kg	200.00
Entremeados — emb. em vácuo kg.	155.00
Farinheiras — emb. em vácuo kg	78.00
Linguíça — emb. em vácuo kg.	230.00
Presunto — emb. em vácuo quartos/kg	425.00
Presunto — emb. em vácuo cart. 200 gr.	67.50
Salpicão — emb. em vácuo kg.	300.00

CEREAIS E LEGUMES SECOS

Arroz Carolino branco Nacional 1 kg	28.50
Arroz Gigante branco Nacional 1 kg	18.50
Feijão Catarino estrangeiro saco 700 gr	26.00
Feijão Fidalgo saco 700 gr	42.00
Feijão Frade saco 700 gr.	39.00
Feijão Manteiga estrangeiro saco 700 gr	41.50
Grão de Bico saco 700 gr	42.00

CHOCOLATES E DROPS

Chocolates	
Chocolate Belleville 100 gr.	34.00
Chocolate Belleville 200 gr.	65.00
Bombons em cx Favorita.	98.00
Bombons em cx Favorita	70.00
Bombons creme saquetas 100 gr	28.50
Tabelete chocolate Favorita	14.50
Tabelete c/ recheio Favorita	15.00
Tabelete chocolate leite Favorita	26.00
Tabelete chocolate leite c/ avelãs Favorita	30.00
Tabelete chocolate leite c/ sabores Favorita	35.00
Tabelete chocolate Favorita	9.00
Tabelete chocolate Favorita	10.00
Tabelete chocolate Favorita	15.00
Tabelete chocolate Favorita	25.00

Drops	
Caramelos sortidos Favorita em cx	43.00
Caramelos Sugus conjunto de 4	20.00
Drops sortidos 200 gr	21.50
Pastilhas Chiclets conjunto de 4	33.50

CONGELADOS

Ervilhas pc 500 gr	30.00
Favas pc 500 gr.	27.00
Macedonia pc 500 gr	30.00
Filetes de pescada pc 1 kg	120.00
Pescada N.º 0 pc 1 kg	62.50
Pescada N.º 1 po 1 kg	77.50
Pescada N.º 2 pc 1 kg	107.50
Pescada N.º 3 pc 1 kg	102.50

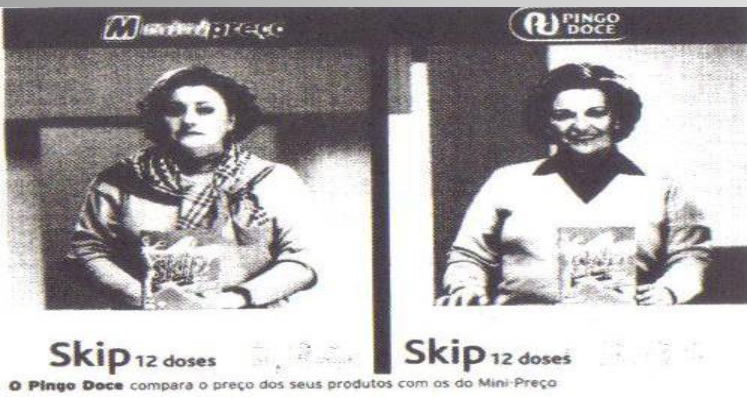


Medicamentos
Não Sujeitos a Receita Médica

28/11/2018



ESTRATÉGIA DE PREÇO





Biedronka
Codziennie niskie ceny

CODZIENNE
NISKIE
CENY
I DUŻE
RABATY



MEGA RABATY

MEGA RABATY



Clemens & August





1671 – Mettingen, Alemanha
família comerciante de produtos
de linho.

1830 - Clemens e August



- Mais de 2.000.000 pessoas/dia nas 1575 lojas na Europa
- Cerca de 35.000 colaboradores na Europa
- Impacto crescente no Brasil, México e China



- Etiquetas RFID - 100 lojas alemãs
- Fazer da moda sustentável o «novo normal»
- Moda Circular
- 70% do algodão que utiliza é biológico ou cultivado com o selo *Better Cotton*.



**Ao foco no preço,
junta as preocupações
com a qualidade,
a experiência em loja
e a
responsabilidade social,

aliando
a experiência da compra
ao “value for money”.**



Cresce através da valorização da sua marca própria que concentra mais de 70% das vendas.

Tem-se focado nas categorias de higiene e beleza, produtos frescos e nas novas tendências saudáveis.



A sua estratégia de crescimento passa não só por **abertura de lojas**,

mas, sobretudo, por **remodelações com corredores amplos, arrumados e com muita luminosidade** para não parecer discount.



- **AUMENTAR VENDAS**
- **REDUZIR CUSTOS**
- **ELIMINAR QUEBRA**

OU SEJA..... MCDR

ZARA

PRIMARK®

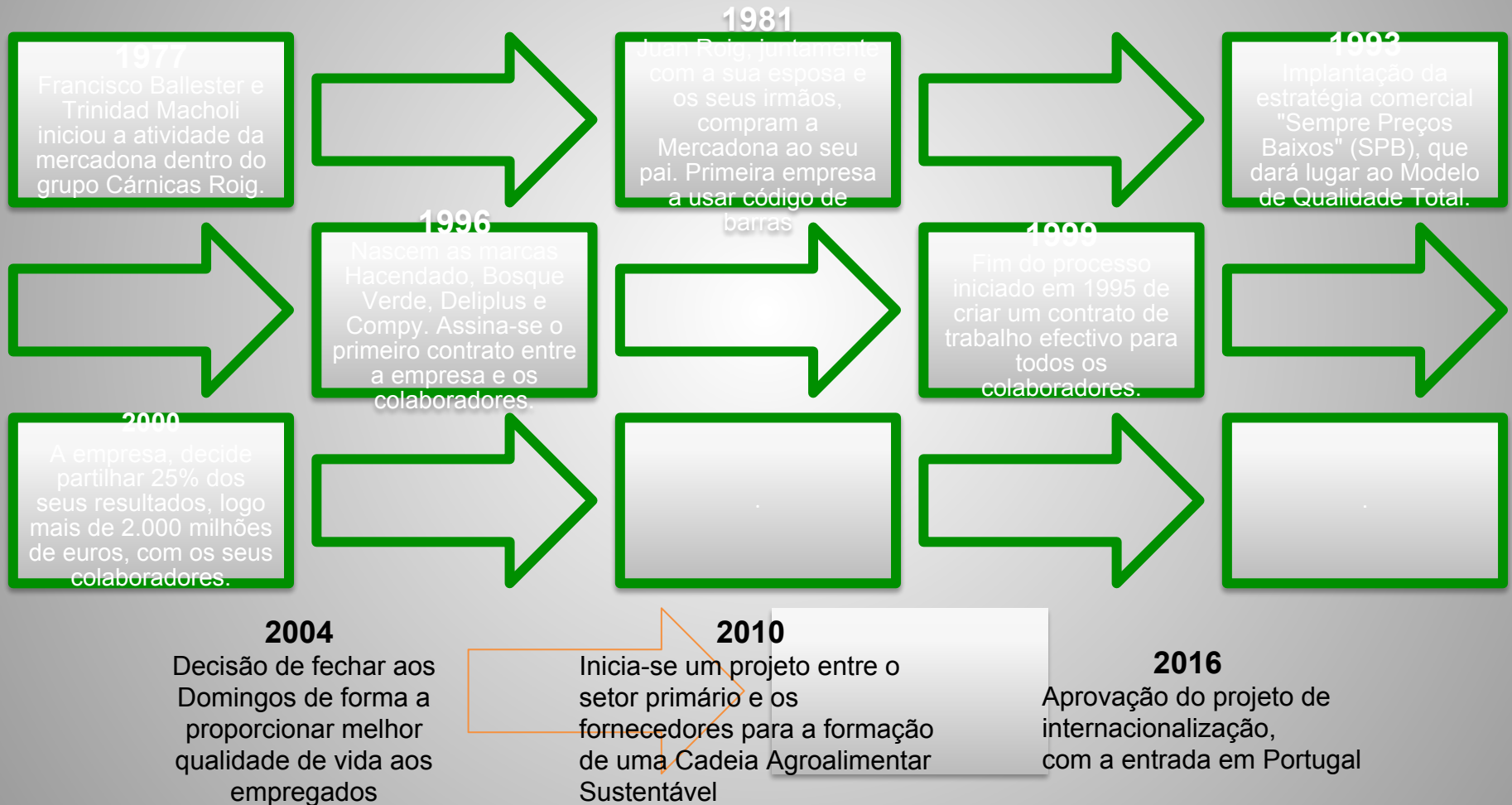
1ª loja: 1969, Penneys, Dublin

1973: Primark, UK

350 lojas: 11 países
(Europa e América)



CRONOLOGIA



DADOS DE 2017

1627 lojas

84000 colaboradores



22,915 mil milhões de vendas

MISSÃO

Prescritores totais dos produtos e das soluções necessárias para que 'O Chefe' possa formar o seu Carrinho de compras (Frescos e Secos) dentro de uma Cadeia Agroalimentar Sustentável.

VISÃO

GLOW BOWLING
COME ROCK WITH US
FRI SAT & SUN NIGHTS

Conseguir uma Cadeia Agroalimentar Sustentável
que a Sociedade queira que **exista**
e pela qual sinta orgulho, através da liderança
e tendo 'O Chefe' (cliente) como orientação.

ESTRATÉGIA

A Mercadona foi pioneira no desenvolvimento de uma produção e consumo responsável através da sua política comercial **Sempre Preços Baixos** que elimina as promoções e incentiva o consumo responsável.



MODELO DE GESTÃO

- **Qualidade Total**
 - "O Chefe"
- **O Colaborador**
- **O Fornecedor**
- **A Sociedade**
- **O Capital**

O CHEFE

4 EIXOS DE INOVAÇÃO

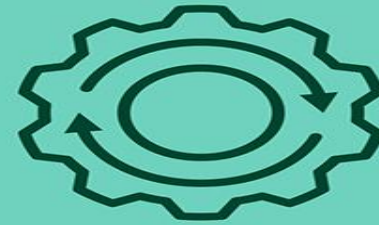
INOVAÇÃO DE

Produto



INOVAÇÃO DE

Processos



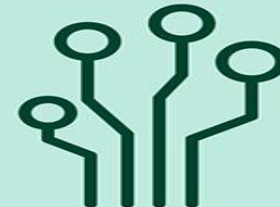
INOVAÇÃO DE

Conceito



INOVAÇÃO

Tecnológica



COLABORADORES

Igualdade/Formação/Promoção/Conciliação/Retribuição

LUCRO PARTILHADO

35%

do lucro anual é partilhado
com os colaboradores

PRÉMIOS POR OBJETIVOS

313 M€

de prémios variáveis
repartidos pelos quadros

FORNECEDORES

PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DA CASPOPDONA

Estabilidade

Produtividade

Diálogo

120

INTERFORNECEDORES
FABRICANTES

+700

FORNECEDORES
ESPECIALISTAS

706 M€

DE INVESTIMENTO
em 2017

249

FÁBRICAS VINCULADAS
ao projeto industrial conjunto

SOCIEDADE

Colaboração com
+200
CANTINAS SOCIAIS
BANCOS ALIMENTARES
OUTRAS ENTIDADES

9.600
toneladas de
ALIMENTOS DOADOS

34 M€
de investimento na
PROTEÇÃO DO
MEIO AMBIENTE

67.000
toneladas
REDUÇÃO DE
EMISSIONES DE CO₂

3.142
novos murais
DE TRENCADÍS

ELABORADOS POR
1.000
pessoas com
deficiência mental

1,5 M€
DE INVESTIMENTO

COLABORAÇÃO COM
28
fundações e
centros ocupacionais

CAPITAL

FATURAÇÃO

22.915 M€

QUILOLITROS (*QUILITROS*)

11.586
milhões

INVESTIMENTO RECORDE

1.008 M€

LUCRO LÍQUIDO

322 M€



MODELO DE COINOVAÇÃO

Projeto pioneiro que foi lançado em 2011 através da **Estratégia Avental**, baseada em partilhar com os clientes experiências e hábitos de alimentação, limpeza da roupa e do lar, higiene pessoal, alimentação e cuidado dos animais de estimação, o que lhe permite captar as necessidades para oferecer soluções acertadas.



MARCAS PRÓPRIAS

HACENDADO



Deliplus

Compy

Histórica redução de preços em 2008

Saída de linha de mais de 700 SKUs de MDFs. Decisão tomada com o objectivo de baixar mais os preços dos bens vendidos nas suas lojas, para fazer frente à crise e assumida pelo próprio presidente Juan Roig:

“Temos de saber o que se vende e oferecer somente aquilo que é mais procurado, ou seja, só estarão nos lineares da Mercadona produtos que cumpram três critérios de decisão: rotação, necessidade e duplicação.”

**AS ORGANIZAÇÕES COM UMA
POSTURA DE VALOR
ACRESCENTADO NÃO BAIXAM OS
SEUS PREÇOS RELATIVAMENTE
AOS SEUS CONCORRENTES MAS
SIM OS CUSTOS DOS SEUS
CLIENTES**

MICHAEL HAMER





OBRIGADO