

ENTREVISTA

“Trabajadores y consumidores más satisfechos”

Entrevista realizada a Manuel de Juan, Director General Comercial de Mercadona por Alicia Namesny

Un año atrás, Mercadona vendía la mayor parte de su producto a granel. Actualmente, sucede lo contrario y sólo vende producto envasado ¿Qué ha motivado el cambio por el cual ahora la situación es la opuesta?

Este cambio ha venido motivado por la propia filosofía de la empresa; en ella contemplamos que nuestro primer objetivo es satisfacer al cliente, al que llamamos “el jefe”, con la máxima calidad, servicio, surtido y mínimo presupuesto posible. Esta filosofía aplicada a la fruta y verdura nos ha llevado al movimiento de vender productos envasados, con el efecto de una importante bajada de los precios de ventas en torno a un 15%, que “el jefe” ha entendido, y se beneficia.

¿El envasado lo realizan en las propias plataformas o viene ya del productor?

El envasado lo realiza el productor.

¿Qué dicen los clientes del cambio? ¿Compran más? ¿Perciben el producto como más higiénico?

Con este movimiento hemos agilizado el servicio en el punto de venta, por lo que el cliente realiza la compra con mayor rapidez; si a esto añadimos la mejora de precio antes comentada y las mejores condiciones higiénicas en los productos, el resultado que estamos obteniendo es un incremento significativo de la venta en kilos.

Y ¿qué dicen los chicos y chicas que se encargan del punto de venta de frutas y hortalizas en fresco?

Todos los cambios requieren su tiempo de adaptación, pero según vamos avanzando en esta nueva forma de venta en autoservicio, el trabajador se siente más satisfecho y motivado. Al mejorar los procesos, ha ganado el tiempo necesario para poder informar a al “jefe” de todos los productos y de la mejor opción de compra, además de escuchar todas las sugerencias que nos puede aportar, para seguir mejorando día a día.

¿Qué tipos de envase prefiere el consumidor? Bandejas con plástico estirable, mallas, flow-pack, termosellado...?

El consumidor lo que quiere es calidad en los productos y, basándonos en nuestra estrategia de darle a al “jefe” la máxima calidad, lo que hacemos es adaptar los envases a



“Todos los cambios requieren tiempo de adaptación pero la venta del producto fresco envasado satisface al cliente y motiva al empleado”



“Los hábitos alimenticios de los consumidores están cambiando aceleradamente y éstos valoran positivamente toda la información nutricional que se les pueda suministrar”

las características de cada producto, para que su calidad no se vea deteriorada. Además, dando respuesta a sus sugerencias, hemos incluido formatos de distintas cantidades de un mismo producto, para ampliarle el surtido y así cubrirle todas sus necesidades.

¿Cuál es la evolución de los expositores frigorífico? (Más, menos; proporcionados por el vendedor del producto o de la propia tienda...)

Nosotros pensamos que debemos tener los murales frigoríficos necesarios para poder exponer los productos que requieren frío durante el proceso y por ese motivo, somos nosotros los encargados de instalarlos.

El producto envasado permite adjuntar información general y nutricional sobre el mismo. ¿Valora el consumidor este esfuerzo por parte de productores y distribuidores?

El consumidor está cada vez más concienciado de la importancia que tiene alimentarse de forma sana, sus hábitos alimenticios están cambiando y valora positivamente toda la información nutricional que le podemos dar.

¿Cuál será el futuro en las formas de presentación de los productos en fresco? ¿Aumenta el consumo de productos preparados o listos para consumir o cocinar? (IV y V gama y preparados listos para cocinar)

En este caso haríamos dos distinciones, en primer lugar si hablamos de los productos de IV gama, tenemos que decir que mantienen una tendencia de consumo ascendente y con una evolución muy positiva; y en segundo lugar, los productos de V gama no han despegado todavía en el mercado, posiblemente por su elevado precio. El consumidor se decanta por productos congelados y en conservas, antes que por los de V gama.

Alicia Namesny

agrocon@ediho.es