

# Economia

# Radar

## A Tlantic liga “o cérebro à pele” de cada vez mais retalhistas

### Reportagem

**Victor Ferreira** Texto  
**Nelson Garrido** Fotografia

**Empresa de software ganha a Auchan depois de Sonae, Lidl e Pão de Açúcar. Chile, Colômbia, Inglaterra e França são apostas em 2021**

O primeiro hipermercado português abriu em 1985. Trinta e seis anos depois, o retalho que então se chamava moderno, por contraste ao tradicional, tornou-se o retalho tradicional, por contraste ao retalho electrónico. “O conceito de loja evoluiu muito”, mas “muitas continuam a trabalhar à maneira antiga”, porque “não aproveitam informação que a loja produz relativamente aos clientes”, constata Paulo Magalhães, líder da Tlantic, uma empresa que produz *software* para lojas e que acaba de juntar a Auchan à lista de clientes. O que significa que fornece retalhistas que representam 50% do mercado alimentar em Portugal.

Para explicar o problema, Paulo Magalhães recorre a uma analogia. No grande retalho, o circuito foi estruturado para ter “um só sentido”, de “montante para jusante”, mas em que as “decisões são tomadas centralmente”.

“O retalho está montado dessa forma, e o *self service* [o modelo predominante em que o cliente recolhe o que pretende] veio dar ainda mais força a isto. Tudo flui num só sentido, da montanha para a foz, do produtor para o armazém, para a loja, para a prateleira, para a frente de caixa, para casa do cliente, para a despesa dele ou dela”, descreve. “É como um cérebro que não usa a pele. A pele são as lojas, os trabalhadores que recolhem diariamente informação sobre uma miríade de questões.”

O que acontece na loja, o que o

cliente diz, faz ou quer, a forma como se trabalha, muita dessa informação só começou a ser tida em conta quando a Tlantic chegou ao mercado, por volta de 2004, com três *softwares* que, no fundo, “põem a pele do retalho a funcionar”, ligando-a ao “cérebro”. Em 2020, a empresa facturou sete milhões de euros, e já este ano conquistou mais um importante retalhista no mercado nacional, apontando ao mesmo tempo as baterias para uma expansão internacional que há muito faz parte do seu quotidiano, mas que pretende estender-se a novas geografias, como Chile e Colômbia, na América Latina, e França e Inglaterra, na Europa.

### Raízes brasileiras

Nascida no Brasil, em 2004, pela mão do grupo Sonae (dono do PÚBLICO), a Tlantic cortou esse cordão umbilical em 2018. Hoje, a Sonae é um cliente, tal como a cadeia Lidl. Ou os hospitais CUF. Ou até *call centers*. “Fruto do acaso, desenvolvemos *software* que se aplica de forma muito eficaz noutro tipo de empresas”, sublinha.

A empresa tem 100 trabalhadores, 70 em Portugal, 30 no Brasil. A média de idades é de 34 anos. A maioria são engenheiros, tal como Paulo Magalhães, que se formou em Sistemas de Informática no Minho, passou pela banca, andou pela Alemanha, e que em vez de aprofundar aquela área preferiu diversificar através de um MBA. O último grande trabalho na banca em que participou foi no início da privatização da Portucel, em 1995.

Podia ter sido arquitecto. É fotógrafo nas horas vagas. Mas optou pelo retalho, no qual ingressou como homem da informática e depois se transformou em homem de negócios (e até em professor).

Em 2004, a ideia da Tlantic era dar suporte à expansão do retalho



**Paulo Magalhães estava na Sonae quando a Tlantic nasceu. Ficou com a empresa após um *management buyout***

“Tudo flui num só sentido, do produtor para a loja e para o cliente. É como um cérebro que não usa a pele”

**Paulo Magalhães**

da Sonae no Brasil, onde o ciclo de crescimento do grupo liderado então por Belmiro de Azevedo tinha começado em 1999. Criaram um sistema de frente de caixa inovador para a altura, o primeiro em Linux, o que permitia dispensar o Windows, da Microsoft, bastante mais oneroso. É o legado desse trabalho de engenharia feito no Brasil que ainda hoje se pode ver a ser usado em muitas linhas de caixa portuguesas.

A “parte brasileira” da Tlantic era então significativamente maior do que a “parte portuguesa”. Mas a saída da Sonae do Brasil, que vendeu a operação à Walmart (EUA), ditou uma mudança. A retalhista norte-americana dispensou a Tlantic, porque tinha *software* próprio. Em vez de sair, a

Tlantic ficou. Começou a crescer mais em Portugal, mas nunca desistiu do outro lado do Atlântico, onde mantém escritórios em Porto Alegre e São Paulo. Hoje, o Brasil representa 40% do volume de negócios. Serve o grupo Pão de Açúcar (número dois do retalho brasileiro, com 800 lojas físicas) e a Drogaria Araújo e a Panvel, duas redes de farmácias, entre outros.

### Futuro? Físico, com certeza

A pandemia pôs todo o mundo a falar de uma transferência do retalho físico para o digital. A reinvenção das lojas é um tema quente já há alguns anos. A Farfetch, no mundo da moda, tem currículo nessa área com a loja Browns em Inglaterra. Esta semana, uma *startup* portuguesa,

5000

Número de lojas em carteira às quais a Tlantic já fornece, ou ainda vai fornecer, sistemas de software de apoio à gestão

100

trabalhadores: 70 em Portugal e 30 no Brasil. A maioria é formada em engenharia, a média de idades é de 34 anos

50%

Sonae, Lidl e Auchan são três clientes nacionais da Tlantic e representam 50% do retalho alimentar em Portugal

40%

Os negócios no Brasil, onde tem como clientes o grupo Pão de Açúcar e grandes redes de farmácias, são 40% das receitas



### Três perguntas a

Paulo Magalhães

#### Como é que na Tlantic se estão a preparar para a loja do futuro?

O que nós verdadeiramente fazemos é transformar o *dark side of the store* (lado obscuro da loja), sobre a qual não havia informação. Pode parecer quase absurdo, mas no retalho ainda há quem gira sem grande controlo operacional, onde tudo depende da disciplina, da intuição, do brio ou mérito dos “heróis” que são os trabalhadores. Temos 5000 lojas na nossa carteira e temos muitos dados. Sabemos que 80% dos trabalhadores estão nas lojas, mas até hoje ainda há quem não recolha toda a informação que esta força de trabalho reúne todos os dias, e tome decisões de gestão sem aproveitar esse potencial. Não sabemos como vai ser a loja do futuro. Provavelmente haverá diversos modelos. Seja qual for, nós continuaremos a trabalhar para fazer a ligação entre a loja e o cliente.

#### A frente de caixa é o próximo portageiro, substituído por máquinas?

Se a frente de caixa desaparece, desaparece também metade dos trabalhadores numa loja actual. Mas não significa que a loja vá ficar mais vazia. Há uns anos, quem trabalhava em loja repunha produto. Era pura operação logística, braços e pernas. Hoje vamos a uma loja e esta já tem um balcão de *sushi*, uma cafetaria, uma livraria, etc. A transformação já foi tão grande.

#### Se tudo for digital, qual será o grande desafio?

É a logística inversa. Se não há loja, e tu compras quatro mas só queres ficar com um, como vais devolver? Mudar o ciclo de montante para jusante é o mais difícil e caro. Se calhar, teremos modelos em que haverá pontos intermédios de transacção. Pensem numa espécie de “Uber solve [recolhe e repara] móvel”, que se ocupa da recolha, em vez de entrega. Foi um problema que a Netflix enfrentou, quando entregava filmes por correio

loja, vai complementá-la e vai obrigar a que ela se transforme.” No limite, deixaremos de lhe chamar lojas, admite. Podemos passar a chamá-lhe *showroom*, como fez uma rede de oculistas nos EUA que transformou as lojas numa espécie de montra, mas que deixou de entregar produto. É um caso que interessa aos que gostam de reflectir sobre tendências porque forneceu dados que permitem concluir que “quem tem um *site* sem loja física vende mais do que se tivesse só loja física”. No entanto, o mesmo caso mostra também que “ter o *site* e ter uma loja *showroom* ainda exponencia mais a venda”, sublinha Paulo Magalhães.

O que a Tlantic faz vê-se na chamada frente de caixa. No entanto, estas desapareceram nalgumas experiências como a da cadeia Whole Foods (EUA), controlada pela Amazon, que foi talvez a primeira marca global a dispensá-la, quando abriu as lojas de conveniência Amazon Go. O cliente entra, pega no que quer e sai, e o pagamento já não é feito numa caixa onde está uma pessoa a registar códigos de barras. O processo é controlado por câmaras, sensores, inteligência artificial que identifica o que é retirado das prateleiras, fazendo-se depois o pagamento através de uma aplicação móvel.

A tecnologia Tlantic também já “viaja” no nosso bolso, sendo por exemplo utilizada nos pagamentos por telemóvel, mas esta empresa portuguesa, instalada na zona industrial do Porto, tem produzido outros sistemas nos seus quase 18 anos de existência. Além da frente de caixa, há *software* para gerir processos (como gestão de *stocks*) e pessoas (adoptada agora pela Auchan e já antes em uso pelo Lidl).

Por mais alternativas que surjam, Paulo Magalhães diz que a mudança no retalho tem sido constante e afirma não saber o modelo sem caixas é aquele que se irá impor no futuro. Frisa que tal já era prática na Apple muito antes de a Amazon ter conquistado mediaticidade com as suas experiências em supermercados, e acredita de que, no futuro, o retalho “vai ter muitas opções” além das lojas sem caixas. Estima ainda que, quanto mais digitalizado forem as nossas compras, e quanto mais o físico e o virtual se misturarem, mais importante será haver soluções tecnológicas que permitam transmitir informação da “pele” para o “cérebro”.

### Breves

#### Linha de crédito

#### Turismo com apoio de 4000 euros por posto

Anunciada a 12 de Março pelo ministro da Economia, Pedro Siza Vieira, a linha de apoio às médias e grandes empresas do Turismo está disponível desde ontem, com uma dotação de 300 milhões de euros. De acordo com o Ministério da Economia, a linha de crédito, promovida pelo Banco Português de Fomento em articulação com os bancos comerciais, serve para “fazer face às necessidades de liquidez decorrentes dos impactos nas empresas do turismo das restrições motivadas pela situação epidemiológica no país”. Prevê-se que esteja no terreno até ao final do ano, podendo as “médias, *small mid cap*, *mid cap* e grandes empresas” do sector candidatar-se a um apoio de 4000 euros por posto de trabalho, “com os limites de 25% do volume de negócios em 2019 ou o dobro da massa salarial anual”.



#### Março

#### Créditos em moratória decrescem

O montante de créditos em moratória diminuiu 3,7 mil milhões de euros em Março, para 41,9 mil milhões, uma redução que ficou a dever-se, essencialmente, ao fim da moratória privada (dos bancos) que terminou neste mês. Os dados ontem divulgados pelo Banco de Portugal mostram que chegou ao fim um total de 2,7 mil milhões de euros na moratória privada, com as da habitação a justificarem “a quase totalidade” da redução.

a Sensei, garantiu 5,4 milhões na maior ronda inicial (*seed*) de uma empresa nacional, para continuar a sua aposta tecnológica que permite que lojas físicas se tornem autónomas. A Tlantic, diz Paulo Magalhães, está “atenta” ao que se vai experimentando, mas por agora mantém o rumo que, no essencial, parte da premissa de que “as lojas físicas vão continuar a existir”.

“O físico vai estar sempre presente. O conceito de loja evoluiu muito. O retalho começou nas feiras, que eram pontos de encontro para transacções mas também de interacção, com vida social”, algo que o ser humano dificilmente vai dispensar.

“Estamos a apoiar esta transição, mas o telemóvel não vai eliminar a



**A loja física vai estar sempre presente, com outro nome ou modelo. Vende-se mais num *site* do que numa loja, mas ter os dois potencia ainda mais as vendas**

Paulo Magalhães