

Data: 2018/03/13 PUBLICO - PRINCIPAL

Título: Mercadona pode ganhar 52 domingos com expansão em Portugal

Tema: Distribuição

Periodicidade: Diaria Âmbito: Nacional

Temática: Generalista Imagem: 1/1

Pág.: 21
GRP: 4.1 %
Inv.: 5827.35 €
Tiragem: 32421
Área: 59430 mm2



## Mercadona pode ganhar 52 domingos com expansão em Portugal

## Distribuição Isabel Aveiro, em Valência

## Grupo abre de segunda a sábado em Espanha. Se optar por abrir ao domingo em Portugal, ganha mais 52 dias em 2019

A cadeia de supermercados Mercadona, que se prepara para abrir, "durante o primeiro semestre" do próximo ano, a primeira de quatro lojas de retalho alimentar com que terminará 2019 em território português, ainda não tem como definitivo que estará aberta aos domingos em Portugal, Em Espanha, onde lidera o segmento de distribuição em que se posiciona, a Mercadona abre as suas 1627 lojas das 9h às 21h30 de segunda a sábado. O domingo é visto tradicionalmente, dentro do grupo familiar, como "dia de descanso". E em Portugal - onde a maior parte do comércio pode estar aberto sete dias por semana - também será assim? "Ainda estamos a ver como será", respondeu ontem Elena Aldana, directora de relações externas em Portugal, aos jornalistas, acrescentando que o assunto está a ser visto com os municípios.

A Mercadona vai abrir na Maia, em Gaia, Matosinhos e Gondomar, com lojas com área bruta de venda de cerca de 1800 metros quadrados. "O nosso objectivo são supermercados, não temos nem hipermercados nem lojas de conveniência", disse.

Desde a publicação, em final de 2015, do Regime Jurídico de Acesso e exercício de Actividades de Comércio, Serviços e Restauração (RJACS), que em Portugal há liberdade de horário de funcionamento da generalidade dos estabelecimentos, cabendo às autarquias a decisão final. Difere da legislação de 2010 aquela que pôs fim à interdição de 1996 que havia de abertura aos domingos dos espaços acima de 2000 metros quadrados -, porque com o diploma de 2015 cabe desde então aos municípios a fundamentação para recusar que um estabelecimento possa ter um horário alargado, quer em termos de horas num só dia, como de dias numa semana.

No caso da Mercadona, a decisão está a ser analisada, pesando, por um lado, uma tradição enraizada na



Mercadona arranca com quatro lojas em Portugal, todas no Norte

empresa em Espanha (onde a decisão é autonómica) e, por outro, o facto de o domingo, em Portugal, ser o segundo dia mais forte para o retalho alimentar, depois do sábado.

## Lisboa no mapa

Numa apresentação aos jornalistas na véspera da divulgação de resultados que será feita por Juan Roig, presidente executivo e maior accionista da não-cotada Mercadona, Elena Aldana explicou que a empresa analisou Porto e Lisboa para expandir fora de Espanha pela sua "concentração populacional". Porto acabou por ser escolhido também pela proximidade com a plataforma logística de Leão.

O grupo adquiriu, entretanto, uma base logística na Póvoa de Varzim, que está a reformular. Mas não esquece Lisboa. "Quando se abre uma loja, o que se procura são clientes. Dentro dessa concentração populacional, o Porto era interessante, como Lisboa também, mas Lisboa chegará no futuro".

Para já, o grupo está a começar pouco a pouco", reconhecendo que está a lidar com "um mercado muito próximo" e também "muito diferente" do espanhol, onde "há grande concorrência", que o grupo "respeita imenso" e onde tem a ambição

de "ser totalmente português" .

E há um limite já estabelecido para o parque de lojas na última fatia de Península Ibérica que a Mercadona ainda não tem presença? "Sinceramente, não poderia dizer qual é o limite – temos que ver como evolui o mercado. A nossa aposta em Portugal é de longo prazo, temos que ver como corre o crescimento e a aceitação no mercado português. Para já, começamos no Norte", para depois ficará uma visão sobre a "expansão em todo o país".

Com um plano de 25 milhões de euros para a fase inicial daquela que é a sua primeira internacionalização, além das quatro lojas – em fase de licenciamento ou já em construção - e do armazém logístico, a Mercadona criou desde logo uma sociedade no país. "O nosso objectivo foi pouco a pouco criar o projecto em Portugal: primeiro criámos a sociedade Irmãdona, com o objectivo de pagar os impostos da actividade portuguesa em Portugal, depois começámos com a criação dos escritórios no Porto [Matosinhos] e depois a contratação de pessoas", afirmou a responsável. "Podemos vir a ultrapassar os 25 milhões de euros" de investimento, mas, "para já, são os números com que estamos a trabalhar".

Entretanto, o grupo somou 63

milhões de euros de compras a 50 fornecedores portugueses em 2017, mais 11 milhões do que em 2016. Na lista cabem, por exemplo, frescos, como peixe ou pêra-rocha, vinho do Porto e guloseimas, mas também um fornecedor de equipamento para as padarias do grupo (fornos estão já em 800 lojas da Mercadona em Espanha). "Por enquanto são 50 fornecedores portugueses, mas o objectivo é crescer à medida da criação da gama de produtos em Portugal". Em Espanha, um supermercado da Mercadona tem, em média, entre 8000 a 9000 referências, nas quais, sem contar com os perecíveis, as marcas próprias representam 50%. Somando frescos, a percentagem sobe, já que é prática em Espanha e ambição em Portugal manter um peso elevado de fornecedores locais de perecíveis.

Em termos de empregados – dos 350 postos de trabalho inicialmente previstos criar em Portugal – 120 quadros médios de gestão estão contratados, e começou já a selecção dos primeiros 200 operacionais (em média cada loja emprega 50 trabalhadores).

isabel.aveiro@publico.pt

O PÚBLICO viajou a convite da Mercadona

Copyright 2009 - 2018 MediaMonitor Lda.