

Mercadona invertirá 8.500 millones hasta 2023 para "transformarse"

Olivia Fontanillo (Valencia)

13/03/2018 - 20:16



Foto: Getty.

Juan Roig ha anunciado una inversión superior a los 8.500 millones de euros en el periodo 2018-2023, "para transformar" Mercadona, con actuaciones orientadas tanto a la reforma y mejora de infraestructuras -en su objetivo de reconvertir toda su red de supermercados hacia un modelo de tienda más sostenible y eficiente-; la transformación digital; la puesta en marcha de la tienda online, y la expansión en Portugal. El presidente del grupo valenciano destacó que se abordará en su totalidad con recursos propios, sin endeudamiento.

Este plan llega después de que en 2017 Mercadona realizase una inversión de 1.008 millones de euros, la mayor de su historia en un año, muy por encima de los 685 millones en que se cifró el ejercicio anterior.

En 2018, se alcanzará un nuevo récord, con 1.500 millones, que se destinarán a la apertura de 27 supermercados; la reforma de otros 200 al nuevo 'modelo de tienda eficiente'; la implantación de la nueva oferta de alimentos frescos en 200 tiendas; la construcción de los bloques logísticos de Vitoria-Gasteiz (Álava) y Abrera (Barcelona); del nuevo almacén para la distribución de las ventas online en Valencia; del centro de proceso de datos, en León; el inicio de las obras del Bloque Logístico de Parc Sagunt; las obras del primer centro logístico y los primeros cuatro supermercados en Portugal; el proyecto de transformación digital con SAP, y el lanzamiento de la tienda online (en el segundo semestre).

Hace un año, Roig explicó que la cadena entraba en una nueva fase en su estrategia, en la que renunciaría a ganancias para impulsar la inversión. "Estábamos muy gordos", dijo. De hecho, Mercadona obtuvo un beneficio neto de 322 millones, un 49 por ciento menos que en 2016, pese a que la facturación superó la prevista: se situó en 22.915 millones, un 6 por ciento más -frente al 1,5 por ciento esperado-, tras elevar el volumen de ventas un 5 por ciento, hasta 11.586 millones de kilos y litros.

"La bajada de beneficios no es por bajada de precios. Seguimos apostando por vender calidad al precio que requiere esa calidad", subrayó Roig, que descartó, también, a priori, subidas para los clientes.

Mercadona creó en 2017 unos 5.000 empleos y la plantilla supera las 84.000 personas. Los trabajadores recibieron 313 millones en concepto de prima por beneficios.

La previsión para 2018 es elevar un 2,5 por ciento facturación -hasta 23.500 millones- y beneficio, e incorporar 1.000 trabajadores más.

En cuanto a la red de interproveedores, sumó 80 nuevas fábricas en 2017, hasta 250, con una inversión total de 700 millones, y 3.700 empleos, que se cifran en más de 54.000.

La cadena abrió el año pasado 29 supermercados -y cerró 16-, hasta 1.627, y reformó 126. Roig admitió que la red en España "está llegando al número de tiendas óptimo", y centró las nuevas aperturas en Madrid, País Vasco y Cataluña. Además, tiene planeadas ya 9 tiendas en Portugal, de las que 4 se inaugurarán en 2019.

Respecto a la crisis catalana, Roig aseguró que "no se ha notado en el consumo; el cliente se comporta igual". Indicó que, tras la evolución de la situación en los últimos meses, "ya no estamos asustados, porque se ha normalizado, pero seguimos preocupados. Los políticos tienen que actuar para solucionar el problema entre Cataluña y el resto de España".

"Somos los mejor preparados"

"Creemos que somos los que mejor preparados estamos para la venta online y lo que tenemos que hacer es ir paso a paso para hacerlo muy bien", destacó ayer Juan Roig. El lanzamiento de la nueva tienda online de Mercadona tiene ya plazo: arrancará en fase de prueba en el segundo semestre de 2018, en la ciudad de Valencia. El grupo espera extenderla a otras grandes ciudades en 2020.

Roig mostró su confianza en el potencial de la venta online, que ahora aporta el 1 por ciento de las ventas de Mercadona. Una cifra limitada, pero que supone "el 45 por ciento de la cuota online del mercado en alimentación". "Estoy convencido de que lo haremos muy bien, para hacerlo mal ya está el sistema actual", apuntó.

Roig detalló que la cadena apuesta por un modelo de almacén centrado en las ventas online (colmena), en lugar del reparto desde los supermercados, como la mayoría de su competencia, porque con este modelo "se pierde dinero a punta pala". Además, contará con "vehículos específicos de tres temperaturas, especialmente diseñados para Mercadona", explicó.

PUBLICIDAD

Contenido patrocinado

[Bruxelas - Tangla Hotel Brussels*****](#)
(Booking.com)

[Lace Backless Maxi Dress](#)
(Rosegal.com)

[Emtec Cartão SDXC Classe 10 Gold+ 85MB/s - 64GB](#)
(Fnac PT)

[Resma Papel Navigator A4 80 Grs 500fs](#)
(RICARDOEVAZ)

[Floral spaghetti-neck maxi dress](#)
(Oshoplive)

Otras noticias



[El Santander eclipsa al resto de bancos](#)



[Goirigolzarri abre la puerta a fusionar Bankia y ve a BBVA como uno de los favoritos](#)



[Liberadas en Valladolid dos menores vendidas por su hermana por 10.000 euros cada una - elEconomista.es](#)

recomendado por

Nuestros partners: [ilSole - English version](#) | [Empresite: España - Colombia](#) | [Administradores y Ejecutivos](#) | [Ranking de Empresas](#)

Copyright 2006-2016, Editorial Ecoprensa, S.A. | [Política de Privacidad](#) | [Aviso Legal](#) | [Política de cookies](#) | [Cloud Hosting en Acens](#)