



Grupo Sonae não teme impacto da entrada da Amazon em Portugal

Retalho. Crescimento e presença geográfica da Worten deixam grupo de Paulo de Azevedo tranquilo em relação à eventual concorrência do gigante norte-americano

VIRGÍNIA ALVES

O crescimento do negócio e a presença geográfica da Worten fazem que o grupo Sonae não tema a eventual entrada da gigante Amazon no mercado português através de lojas físicas, garantiu Luís Filipe Reis, administrador do grupo. “Em Espanha, onde estamos há dois anos, com a Worten a concorrer com os maiores *players* mundiais do mercado, conseguimos registar um crescimento de 70% no segundo trimestre deste ano, o que é bastante assinalável e em Portugal o crescimento foi de 50%”, referiu o *chief corporate center officer* (CCCO), ao DN/Dinheiro Vivo.

E estes são resultados que deixam o grupo tranquilo em relação à entrada da Amazon em Portugal. “Atualmente, qualquer pessoa em Portugal, desde que queira, já compra *online* todas as marcas líderes de mercado”, referiu ainda ao DN/DV sobre a potencial concorrência, considerando esta evolução do digital para uma presença física como um passo natural.

“Os *players* puros do e-commerce já descobriram que não sobrevivem sem presença física, e estão cada vez mais a apostar em pontos de atendimento ao público, porque os aparelhos são cada vez mais sofisticados e precisam de um serviço ao cliente de proximidade”, frisou. Mas a Worten não está receosa. “Está muito bem posicionada no mercado, porque tem presença omni-canal, com pontos físicos em quantidade para uma boa cobertura territorial. Demorará alguns anos a ou-

tro concorrente para conseguir os mesmos resultados”, defendeu.

Luís Filipe Reis, em declarações ao DN/Dinheiro Vivo, destacou ainda o facto de o mercado não alimentar internacional ter representado 40% das vendas registadas pela Sonae nos primeiros seis meses deste ano. E apesar de o mercado interno continuar a ser “um fator muito importante”, é além-fronteiras que se vão registando “crescimentos mais elevados”, ainda que esta parcela das vendas não seja, para já, a mais significativa.

Na análise aos resultados obtidos pelo grupo, destaca-se uma quebra de 4,4% no lucro atribuível a acionistas. Luís Reis desdramatiza e sublinha que as contas não são comparáveis. “No primeiro trimestre do ano passado foram registados ganhos de capital não recorrentes”, como a venda de ativos, que geraram receitas de mais de 60 milhões de euros. Uma inflação nos números que não se verificou este ano. Sem os efeitos não recorrentes, o resultado líquido teria aumentado, assegura Luís Filipe Reis.

Este “detalhe” é especialmente visível se olharmos apenas para os resultados de abril a junho, em que nem em 2016 nem em 2017 houve efeitos não recorrentes. Neste período, o lucro cresceu 39,7%.

Em relação ao setor alimentar, o administrador do grupo liderado por Paulo Azevedo salientou a evolução positiva dos resultados do Continente – os números mostram que já vai para o “sétimo trimestre consecutivo a reforçar quota de mercado”, o que “significa que continua a destacar-se dos concorrentes”.



Luís Reis, administrador, destaca a evolução do Continente

CONTAS

Lucro atribuível a acionistas cai 4,4% no semestre

Os resultados líquidos da Sonae no primeiro semestre caíram 4,4%, somando 73 milhões de euros, ainda que o grupo tenha conseguido aumentar o volume de negócios em 8%, para um total de 2603 milhões. De acordo com as contas enviadas à Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), o “crescimento” do volume de negócios foi sentido, sobretudo, no

“segundo trimestre, com um aumento de 10%”. Entre janeiro e junho deste ano, a Sonae viu ainda o EBITDA crescer 9,2%, ascendendo a 116 milhões de euros, “impulsionado pela evolução positiva da rentabilidade operacional de todos os negócios”. No final de junho, a dívida líquida do grupo Sonae chegava a 1,42 mil milhões de euros, mais 2,1%.