

# Mercadona vai abrir ao domingo em Portugal

EMPRESAS 18



DISTRIBUIÇÃO

# Mercadona vai abrir ao domingo em Portugal

Ao contrário de Espanha, os supermercados portugueses da Mercadona vão estar em funcionamento ao domingo, o segundo dia mais rentável no retalho alimentar. As dez primeiras lojas abrem no segundo semestre e o grupo assegura que não vai alinhar na “febre” nacional das promoções.

ANTÓNIO LARGUESA

alarguesa@negocios.pt

A decisão está tomada e é definitiva. Os supermercados portugueses da Mercadona vão mesmo estar abertos ao domingo, ao contrário do que acontece nos mais de 1.600 espaços comerciais que detém em Espanha. A justificação é simples: logo a seguir ao sábado, este é o segundo dia mais rentável para o retalho alimentar em Portugal, onde a cadeia vai inaugurar as primeiras lojas no segundo semestre de 2019 e arrancar o processo de internacionalização.

Ao Negócios, a líder de mercado no país vizinho, com uma quota de 25%, desfez a dúvida que subsistia. “Vamos abrir ao domingo porque é o que nos pede o cliente em Portugal. A Mercadona pretende oferecer aos seus ‘chefes’ os melhores produtos e a melhor experiência de compra”, confirmou fonte oficial, utilizando a forma como designa internamente os consumidores da marca, que entra em Portugal para desafiar a liderança de mercado da Sonae e da Jerónimo Martins.

“Ao abrir aos domingos perdemos dinheiro. (...) É muitíssimo mais caro”. Foi esta a razão dada pelo próprio presidente da empresa, Juan Roig Alfonso, para manter a regra de fechar portas em Espanha nesse dia da semana. Na apresentação de resultados, em março de 2018, o empresário de Valência insistiu que “embora possa dar jeito a algumas pessoas, também temos de ganhar dinheiro”. “Se abrissemos aos domingos teríamos de subir os preços às pessoas que compram durante a semana”, acrescentou.

Pelo contrário, outra das “regras de ouro” no país de origem vai con-



## Primeira loja do Porto ficará na Boavista

A primeira loja da Mercadona na cidade do Porto vai abrir até ao final deste ano na Rua Domingos Sequeira, via perpendicular à 5 de Outubro, a menos de um quilómetro da famosa Rotunda da Boavista, soube o Negócios. As obras arrancaram nas últimas semanas neste terreno, que estava devoluto, e estão a cargo da maíata Cobelba, construtora que em 2009 fez o percurso inverso e iniciou o processo de internacionalização em Espanha.

Fotografia: Paulo Duarte

tinuar a ser seguida quando ultrapassar a fronteira: não praticar ofertas nem descontos. “Vamos manter a estratégia comercial SPB – sempre preços baixos –, a mesma que em Espanha”, assegurou a mesma fonte, em referência ao acrónimo usado pela retalhista, que tem qua-

tro marcas próprias: Hacendado (alimentação), Deliplus (higiene pessoal), Bosque Verde (produtos de limpeza) e Compy (artigos para animais de estimação).

Esta promessa da Mercadona ganha relevo por estar a entrar num mercado em que os consumidores são “viciados” em promoções. Os dados da consultora Nielsen, citados pela agência EFE, mostram que quase metade (46%) das vendas no grande consumo em Portugal é de produtos em promoção (versus 16% em Espanha). Uma realidade que nos últimos anos levou até alguns dos seus futuros concorrentes a inflitir o seu posicionamento neste domínio. Foi o caso do Pingo Doce, que ainda no início desta década proclamava que não fazia promoções por isso significar “vender barato só hoje, amanhã não”.

## À terceira com 100 milhões

Após duas abordagens fallhadas – em 2002 desenhou um plano para avançar por Lisboa e Algarve; e volvida uma década voltou a apontar o alvo ao país, equacionando a via das aquisições –, o grupo decidiu em junho de 2016 entrar em Portugal, por

ser um mercado próximo em termos geográficos, culturais e logísticos, e se enquadrar “no crescimento orgânico e natural” do grupo.

O orçamento inicial de 25 milhões de euros acabou por ser atualizado em setembro de 2018 para 100 milhões de euros, abrangendo a abertura dos primeiros dez supermercados, a partir de julho. Porto, Gaia, Matosinhos, Maia, Gondomar, Braga, Barcelos, Penafiel, S. João da Madeira e Aveiro são localizações confirmadas em solo nacional, onde já recrutou 300 trabalhadores e assume o “compromisso” de chegar aos 650 até ao final do ano. A funcionar em pleno está o Centro de Inovação, em Matosinhos, um laboratório de mil metros quadrados em que está a estudar os gostos e hábitos locais para definir o sortido de produtos em Portugal. ■

## 100

### INVESTIMENTO

A empresa reservou 100 milhões de euros para a entrada no mercado português e abertura de dez lojas.

## 300

### TRABALHADORES

O grupo já contratou cerca de 300 pessoas em Portugal, um valor que deve duplicar até ao final deste ano.



## SAIBA MAIS

### Investimento espanhol de Norte para Sul

Os distritos de Braga, Porto e Aveiro recebem as primeiras lojas da Mercadona nesta expansão internacional, que pode impulsionar a agroindústria portuguesa e ainda não tem data para chegar a Lisboa.

#### “IRMÃ” PORTUGUESA NA CIDADE INVICTA

A retalhista que fechou 2017 com lucros de 322 milhões de euros criou logo em 2016 a sociedade Irmãdona Supermercados SA, com domicílio fiscal em Portugal. A operação nacional tem a sede e os escritórios principais no Porto – “não acredito em centralismos”, respondeu há um ano o líder do grupo, Juan Roig Alfonso, quando questionado sobre o foco do investimento a Norte –, embora tenha também presença em Lisboa, com escritórios na exclusiva Avenida da Liberdade.

#### PÓVOA DE VARZIM RECEBE BASE LOGÍSTICA

Assentando o negócio nas chamadas lojas de proximidade, a retalhista líder de mercado no país vizinho está também a construir um bloco logístico no Parque Industrial de Laúndos, no concelho da Póvoa de Varzim. Esta unidade que “servirá para o desenvolvimento da atividade logística em Portugal” está a ser construída em duas parcelas e terá uma área total de 50 mil metros quadrados, incluindo armazéns de secos, frescos, refrigerados e congelados.

#### COMPRA 70 MILHÕES DE PRODUTO NACIONAL

As compras anuais realizadas junto de mais de meia centena de fornecedores portugueses superaram o valor de 70 milhões de euros, segundo os dados atualizados pela Mercadona no início de 2019, mostrando um acréscimo face aos 63 milhões reportados em 2017. Entre os produtos nacionais à venda nas lojas espanholas estão as maçãs desidratadas da Fruteat (embaladas com a marca Hacendado), chocolates da Imperial, bolachas da Dan Cake, kiwis da Greensun ou peixe da lota de Matosinhos.