



Periodicidade: Semanal	Temática: Distribuição
Classe: Economia/Neócios	Dimensão: 262 cm ²
Âmbito: Nacional	Imagem: S/Cor
Tiragem: 26000	Página (s): 35



PAULO ROSA
Economista/senior trader
do Banco Carregosa

Os altos e baixos da Jerónimo Martins

A Jerónimo Martins, a par da Sonae, é a maior empresa de retalho portuguesa e está cotada na bolsa de Lisboa há 29 anos (desde 1989), apesar de ser uma empresa centenária, das mais antigas do país, criada em 1792.

Apenas três empresas que integram atualmente o principal índice acionista nacional, o PSI20, criado em 1993, são mais antigas na bolsa: o BCP e a Sonae que entraram em 1987, no pico da euforia, e a Corticeira Amorim que entrou em 1988. Todas procuravam novas formas de financiamento, para lá da via tradicional da banca ou do papel comercial.

A Jerónimo Martins desvalorizou cerca de 25% nos últimos seis meses, desde a apresentação dos resultados de 2017, a 28 de fevereiro, e que ficaram aquém do esperado. As contas do primeiro semestre de 2018, divulgadas a 25 de julho, embora ligeiramente abaixo das expectativas dos analistas – o BPI, que estimava 182 milhões de euros – espelharam uma subida dos lucros de 173 milhões de euros no mesmo semestre de ano passado para 180 milhões de euros. Apesar de o mercado ter reagido negativamente nas primeiras horas de negociação, a Jerónimo Martins tem vindo a desenhar um comportamento otimista em bolsa, e começa a recuperar das fortes perdas, transmitindo alguma esperança aos investidores. Em agosto, a empresa teve um desempenho melhor que o PSI20 com um ganho de 1,4%, enquanto o principal índice da bolsa de Lisboa perdeu 3,5%.

O título, que valia 18 euros no início do ano, estava abaixo dos 12 euros em julho. De momento, a cotação ronda os 12,7 euros, mas segue as perdas do PSI-20, que cai há sete sessões consecutivas. Os resultados na Polónia, que contribuem com uma parte significativa, têm melhorado e o LfL ('Like-for-Like', as denominadas vendas comparáveis, ou seja, as vendas em lojas que operaram sob as mesmas condições no

período em análise) cresceram 4,1%, "impulsionadas por fortes posições competitivas", mas aquém do esperado pelos analistas do BPI, devido às promoções para aumentar a quota de mercado e fazer face à concorrência, segundo a administração da Jerónimo Martins.

A cadeia polaca Biedronka (Joaninha, em português), marca da empresa de retalho portuguesa na Polónia, adicionou dois pontos percentuais à quota de mercado na Polónia, com vendas de 5,8 mil milhões de euros no primeiro semestre, mais 8,6% que no ano anterior, abriu 30 novas lojas (nove adições líquidas) e remodelou 87 localizações.

Em Portugal, através das suas principais marcas, Pingo Doce e Recheio, as vendas continuam a crescer, mas o EBITDA ("Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization", que significa "lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização, grosso modo, o cash-flow operacional) diminuiu no Pingo Doce. Também em Portugal a empresa tem trabalhado sob forte concorrência, praticamente em ambiente de duopólio no retalho alimentar.

Na Colúmbia, o negócio continua a expandir-se, fortemente refletido no significativo CAPEX (investimento), apesar de ter ainda um contributo negativo para os lucros da Jerónimo Martins. A empresa abriu 50 lojas nos primeiros seis meses de 2018, com o objetivo de chegar ao final do ano com mais 150 lojas, sob as marcas combinadas da Ara e da Hebe. O centro de distribuição em Bogotá, previsto para este ano, está em fase de conclusão, devendo iniciar operações no terceiro trimestre. De acordo com a administração do grupo Jerónimo Martins, o investimento "nos novos negócios e nos já estabelecidos é essencial para garantir crescimento futuro e retornos sólidos". O mercado aguarda com expectativa os resultados do terceiro trimestre, que serão divulgados a 30 de outubro, para confirmar a recuperação da cotação... ou não.

ct
05
06
12
22
25
16
00
37
15
18
09
12
14
29
12
18
17
18
t
00
00
00
00
25
32
24
29
07
00
16
s@
lão
m-