

**IMOBILIÁRIO**

**Preços das casas novas têm subida ligeira durante o mês de Maio**

Os preços das casas novas subiram ligeiramente durante o mês de Maio, anunciou ontem o Confidencial Imobiliário, organização que recolhe informação estatística sobre o mercado de habitação em Portugal. De acordo com este relatório, os valores das casas subiram 0,2% em relação ao mês anterior e 1,1% quando comparados com os preços praticados em Maio de 2009. As casas usadas mantiveram os preços durante o mês de Maio, diz o mesmo relatório.



Francisco Nunes e Sá, administrador da AICEP Parques Empresariais.

**COOPERAÇÃO**

**AICEP assina com Cabo Verde protocolo para criação de parques empresariais**

A AICEP Global Parques assinou ontem com o Governo cabo-verdiano um protocolo de cooperação que visa criar condições de colaboração e de investimento directo em Cabo Verde, através da constituição e gestão de parques empresariais. Para o administrador da AICEP Global Parques Francisco Nunes e Sá, que integra a comitiva empresarial que acompanha Cavaco Silva na visita ao arquipélago, o protocolo pretende melhorar a gestão e harmonização empresarial naquele país.

# Sonae e Jerónimo Martins têm de apostar nos países emergentes

**Estudo da AT Kearney sobre o retalho diz que o futuro das empresas está nos países onde falta tudo.**

**Marina Conceição**

marina.conceicao@economico.pt

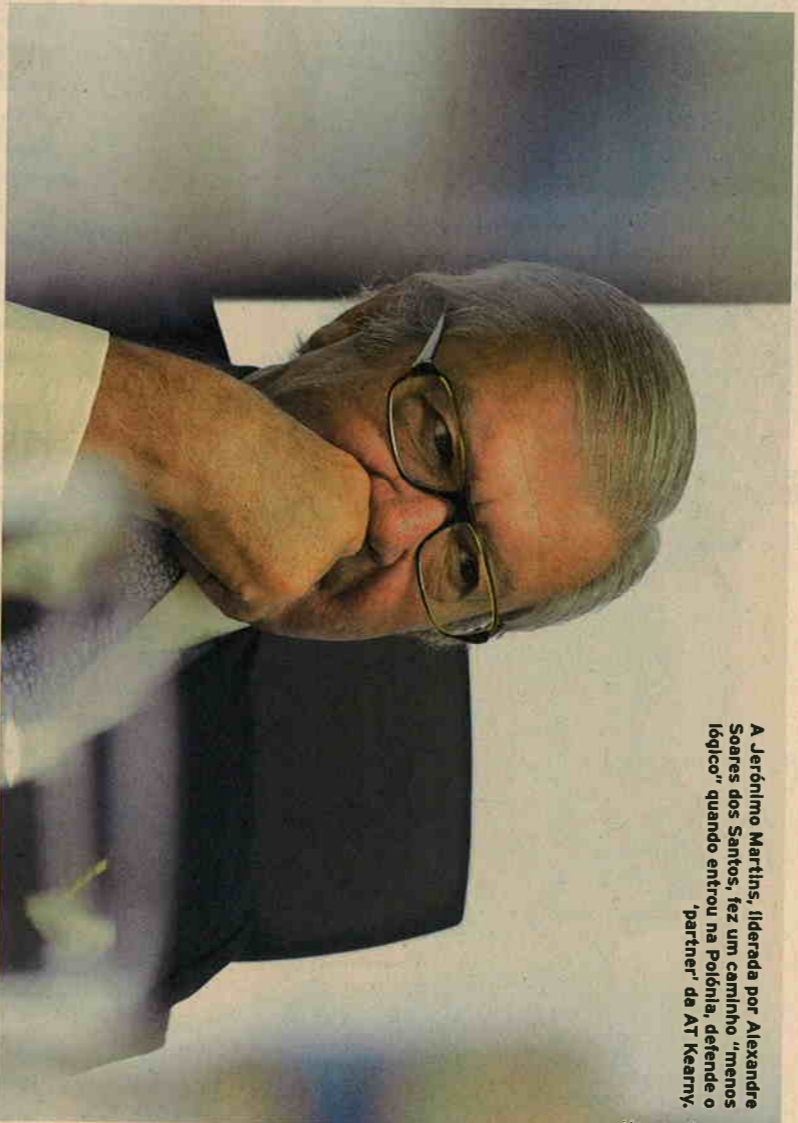
Países emergentes sedentos de estruturas de comércio devem ser o alvo de investimentos das retalhistas mundiais nos próximos anos. É esta a conclusão do estudo Global Retail Development Index (GRDI), a nona edição da consultora AT Kearney.

Com muitos retalhistas a centrarem-se nos BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China), a consultora aponta para países mais pequenos como Koweit, Emirados Árabes Unidos e Uruguai, “que representam oportunidades cada vez mais atractivas”.

Ao Diário Económico, José Ignacio Nieto, ‘partner’ da AT Kearney, elogiou a estratégia de internacionalização escolhida pela Sonae. “A primeira aposta dos retalhistas deve ser entrar no retalho alimentar em países sem muito poder de compra. Por exemplo, a Sonae quer entrar em Angola com retalho alimentar porque os angolanos têm comprar comida, mais do que electrónica de consumo”.

Já para Espanha – o primeiro país para onde a Sonae iniciou a internacionalização do retalho em 2008 – a estratégia da empresa de Paulo Azevedo foi diferente. “Espanha é um mercado muito saturado na área alimentar. A Sonae foi inteligente porque com o mercado saturado, apostou no retalho de segunda geração”, com marcas como a Wörten, SportZone e Zippy, explicou José Ignacio Nieto.

Em relação à aposta no Médio Oriente, Ignacio Nieto sublinhou que “países como o Koweit ou Emirados Árabes Unidos têm um grande poder



A Jerónimo Martins, liderada por Alexandre Soares dos Santos, fez um caminho “menos lógico” quando entrou na Polónia, defende o ‘partner’ da AT Kearney.

aquisitivo e que, por isso, faz sentido entrar com retalho especializado”, tal como a Sonae vai fazer em regime de ‘franchising’ com um parceiro local.

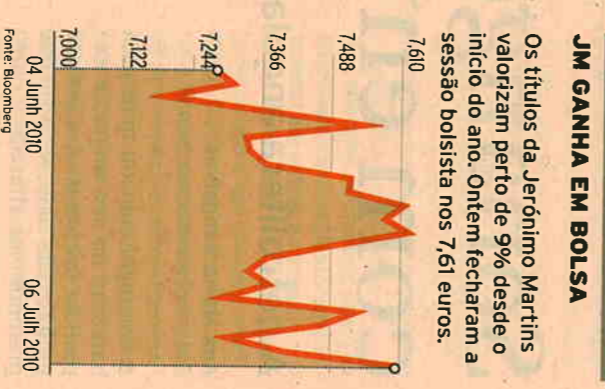
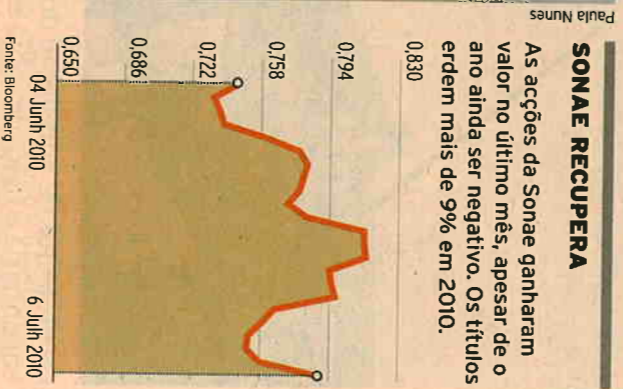
Já a Jerónimo Martins fez, na sua opinião, um caminho de internacionalização “menos lógico”, ao investir num país longínquo que na altura nem era emergente. Mas, como disse o ‘partner’ da consultora, surgiu uma oportunidade de aquisição e o grupo português aproveitou.

No entanto, o facto de a Jerónimo Martins estar a estudar países como o Brasil e a Colômbia vai ao encontro da conclusão da AT Kearney. Segundo o estudo, a forma de entrar em novas geografias de-

verá passar por “associações através de ‘franchising’, financiadas pelas restrições governamentais”.

Da mesma forma que surgem oportunidades para as empresas portuguesas se internacionalizarem, há oportunidades para retalhistas estrangeiros entrarem em Portugal.

José Ignacio Nieto dá o exemplo dos grandes armazéns El Corte Inglés que não se internacionalizaram para mais lado nenhum sem ser para Portugal, onde tem duas superfícies (Lisboa e Gata). Segundo o responsável, a cadeia espanhola é pres-tigiada no mercado português, mais do que o Harrods ou as gaelerias Lafayette”. ■



**ALL INCLUSIVE @ VILAMOURA**

Algarve desde €107

Dom Pedro Golf Resort \*\*\*\*\* Vilamoura - Portugal

www.dompedro.com | algarve.reservations@dompedro.com | +351 289 300 700

Preço por pessoa, em quarto duplo. (também disponível regime de alojamento com pequeno-almoço)

PUB