

# 5. PERSPECTIVAS PARA OS NEGÓCIOS DE JERÓNIMO MARTINS

*Continuaremos a investir fortemente nos nossos negócios, empenhados no aperfeiçoamento contínuo do equilíbrio entre rentabilidade e sustentabilidade.*

## **Biedronka**

Para 2018, a Biedronka mantém o crescimento de vendas, essencialmente focado no LFL, e o reforço da sua quota de mercado como prioridades estratégicas. Consciente dos desafios que tem pela frente, a Companhia está preparada para as alterações previstas no mercado, na sequência de entrada em vigor da regulamentação relativa ao encerramento das lojas aos domingos.

O posicionamento e percepção de preço continuarão a ser fundamentais na estratégia da insígnia, bem como o foco permanente nas necessidades e aspirações do consumidor, através de um ajuste contínuo da oferta.

Esta visão estratégica implica investir em permanência na qualidade da proposta de valor onde a política de preço, o plano de remodelações e as equipas assumem um lugar central.

A eficiência da operação, uma vantagem competitiva fundamental, é também uma área de foco permanente da Companhia que, em 2018, se centrará no desenvolvimento de soluções de automatização que vão permitir aumentar não só esta mesma eficiência, mas também a rapidez de alguns processos operacionais.

## **Hebe**

Em 2018, a Hebe irá alavancar a sua proposta de valor através de um sortido único e diferenciador e da manutenção de preços competitivos. Simultaneamente, a expansão de lojas irá acelerar, focando-se nas localizações com maior afluência de consumidores, por forma a ganhar escala, mas também para aumentar a penetração da Hebe no mercado.

## **Pingo Doce**

Para 2018, a prioridade da Companhia continuará a centrar-se nos pilares estratégicos já definidos que deverão continuar a permitir o aumento de quota de mercado – Preço, Frescos, Marca Própria e qualidade da experiência de compra.

Enquadrado por esta visão, o investimento nas lojas, no sortido e nas equipas terá um papel central na execução da estratégia do ano, sempre orientada para a identificação de oportunidades que melhor permitam servir o consumidor.

## Recheio

Em 2018, a Companhia pretende remodelar algumas localizações, de forma a melhorar a experiência de compra e o nível de serviço aos seus clientes, assim como desenvolver a área de Frescos, em que é especialista. Serão também objecto de foco a expansão da parceria com o Retalho Tradicional e a continuação do desenvolvimento da cadeia Amanhecer.

O Recheio continuará a desenvolver os seus sistemas de informação para simplificar processos e estreitar ainda mais as relações com os seus clientes.

## Jeronymo e Hussel

Em 2018, as duas insígnias continuarão mobilizadas para o elevado dinamismo na área comercial e nas operações como formas de reforçar a sua ligação aos consumidores.

A Jeronymo continuará focada na identificação de potenciais novas localizações e na abertura de novas lojas, apostando na sua imagem renovada, enquanto a Hussel manterá o foco na remodelação de algumas das suas lojas, adaptando-as ao novo conceito, e no desenvolvimento da nova imagem do seu site.

## Ara

Em 2018, a Ara pretende continuar focada na sua expansão de lojas, principalmente na região de Bogotá, enquanto consolida as localizações nas restantes regiões onde já está presente – Eixo Cafeeiro e Costa do Caribe.

A estratégia de comunicação estará centrada no reforço de posicionamento e na liderança de preço.

Após cinco anos de operação, a analisar e a procurar compreender o consumidor e as especificidades regionais do mercado concorrencial, desenhámos uma nova estrutura organizacional, em pleno funcionamento desde 1 de Janeiro de 2018, mais flexível e dinâmica, que confere maior autonomia às regiões para melhor responder, localmente, às necessidades do consumidor. Entendemos este redesenho organizacional como crítico para conseguirmos vencer num mercado onde o preço e a emoção andam de mãos dadas.

## Jerónimo Martins Agro-Alimentar (JMA)

Em 2018, prevê-se a concretização da expansão em todas as áreas de actuação da JMA: i. início da produção da nova fábrica de lacticínios, reforçando a eficiência, inovação e capacidade nesta área; ii. aumento da produção e engorda de Angus nacional através da exploração das duas novas unidades adquiridas em 2017; e iii. expansão da actividade de Aquacultura para outras regiões e início das pescas de dourada na Ilha da Madeira.