Quota de mercado do Pingo Doce cresceu 32% em Maio

A quota de mercado da rede de supermercados Pingo Doce aumentou 32% em maio face ao mês anterior. O indicador foi divulgado pela Kantar Worldpanel, na sequência de um estudo realizado para aferir do impacto das campanhas de desconto realizadas no último mês pela insígnia da Jerónimo Martins.

De acordo com os dados avançados pela Kantar, a promoção de 50% de desconto em todos os produtos nas lojas Pingo Doce "foi aproveitada por mais de 183 mil lares", ou seja, cerca de 5,3% dos lares de Portugal Continental. As estimativas da Kantar indicam que "mais de 275 mil pessoas acorreram às lojas Pingo Doce neste dia". O perfil destes lares que visitaram o Pingo Doce nesse dia é composto maioritariamente por famílias da Grande Lisboa, Casais com Filhos e com 4 ou mais pessoas no agregado familiar. Curiosamente, o estudo indica ainda que 53% dos lares que fizeram compras no Pingo Doce no dia 1 de maio também realizou compras noutra loja nesse dia.

Na análise à evolução do mercado em todo o mês de Maio - que contou com mais iniciativas de desconto do Pingo Doce - o estudo da Kantar aponta para "um crescimento da sua quota de mercado, relativa ao valor consumido pelos lares de Portugal continental, de 5,8 pontos percentuais, ou seja um crescimento em quota superior a 32%."

Gasto médio no Pingo Doce está a subir

Um acréscimo que, segundo a Kantar, ocorre mais por fidelização do gasto dos clientes do Pingo Doce do que por conquista de novos clientes. Comparativamente ao mês de abril, o gasto médio nas lojas Pingo Doce cresceu cerca de 38%.

O crescimento de quota do Pingo Doce foi feito à conta da diminuição de quota de todos os restantes operadores do mercado de grande distribuição. Mas segundo a Kantar, o Continente foi a insígnia menos afectada pelos ganhos do Pingo Doce.

Recorde-se que o Pingo Doce tem em curso, desde ontem e até domingo, uma nova campanha de 50% de desconto, desta vez em produtos nacionais. Tal como a primeira campanha de 50% de desconto em todos os produtos para compras superiores a 100 euros, realizada no dia 1 de Maio, esta ação arrancou num feriado e garante descontos mediante a compra de 25 euros noutros produtos das suas lojas. Esta é a terceira ação que o Pingo Doce desenvolve em pouco mais de um mês no âmbito da sua estratégia de "política agressiva" de vendas.

O estudo da Kantar Worldpanel apenas afere o impacto junto dos compradores particulares, ou seja os lares, não contabilizando outros possíveis clientes, como a restauração, por exemplo.