Nova lei dos combustíveis simples não abala liderança dos 'hipers'

Retalho Primeiro trimestre regista uma redução nas idas aos postos de gasolina, mas o volume abastecido sobe.

Dírcia Lopes
dircia.lopes@economico.pt

As vendas no mercado de combustíveis caíram 10,7% no primeiro trimestre do ano para 717 milhões de euros. Ainda assim, as empresas da distribuição que actuam neste segmento reivindicam a liderança do mercado ao atingir uma quota de 28,4% em volume e 27% em valor. E garantem que, no trimestre em que arrancou a nova legislação relativa à venda dos combustíveis simples, não só mantiveram a liderança como consideram esta alteração um "desafio".

Durante a apresentação do "Relatório Combustíveis 1º Trimestre" – documento compilado pela consultora Kantar Worldpanel –, a directora-geral da Associação Portuguesa das Empresas de Distribuição (APED), Ana Isabel Trigo de Morais, sublinhou que "a alteração legislativa que decorreu no primeiro trimestre iniciou um novo ciclo e uma nova dinâmica de concorrer no mercado". Face a esta mudança, que tem como meta tornar acessível aos consumidores os combustíveis mais baratos, "o sector continua a ganhar quota de mercado e a liderar este segmento", realçou Ana Trigo de Morais. A mesma fonte admitiu que o mercado está mais concorrencial, mas os associados "estão bem preparados" para responder ao "grande desafio dos combustíveis simples". "A APED vê com naturalidade mais este desafio", sublinha.

> A diferença de preços entre as empresas petrolíferas e as cadeias de distribuição é de nove cêntimos.

Ana Isabel Trigo de Morais sublinhou que os preços praticados na distribuição, cujas empresas operam cerca de 200 postos de abastecimento, são nove cêntimos inferiores aos das companhias petrolíferas, sendo esta "uma diferença expressiva". Nos espaços explorados pelas cadeias de distribuição o preço médio por litro atinge 1,19 euros. Até Março, o preço médio no mercado dos combustíveis caiu 12,7%, sendo que a mesma responsável sublinha que "quem mais está a passar valor para o consumidor é a distribuição".

O preço das matérias-primas e a dinâmica concorrencial justificam este recuo nos preços. Isto sem esquecer a onda de parcerias que as cadeias estão a fechar com as gasolineiras – como a que está no terreno entre o Continente e a Galp Energia – com o objectivo de conquistar o consumidor.

O estudo da Kantar revela que há uma diminuição no consumo de combustíveis, com os portugueses a dirigirem-se menos às bombas de gasolina, o que contrasta com a subida de 10% no volume de litros que abastecem a viatura (22,77 litros).

Quando comparado o período de Abril de 2014 com Março de 2015, a APED refere que houve uma diminuição no volume de vendas total de 5,8% para os 3.456 milhões de euros. ■

CONSUMO

Compras com promoções crescem

Durante o primeiro semestre em cada 100 compras, 56,9% foram realizadas com promoção, o que contrasta com os 51% do mesmo período de 2014. A conclusão é da Kantar Worldpanel, que divulgou ontem o relatório "Sinais do Shopper no primeiro semestre", em que realça que a média de descontos passou de 29% para 32%. Até Junho houve uma quebra de 0,9% no consumo, com as bebidas e comida a recuar 3,8%.