

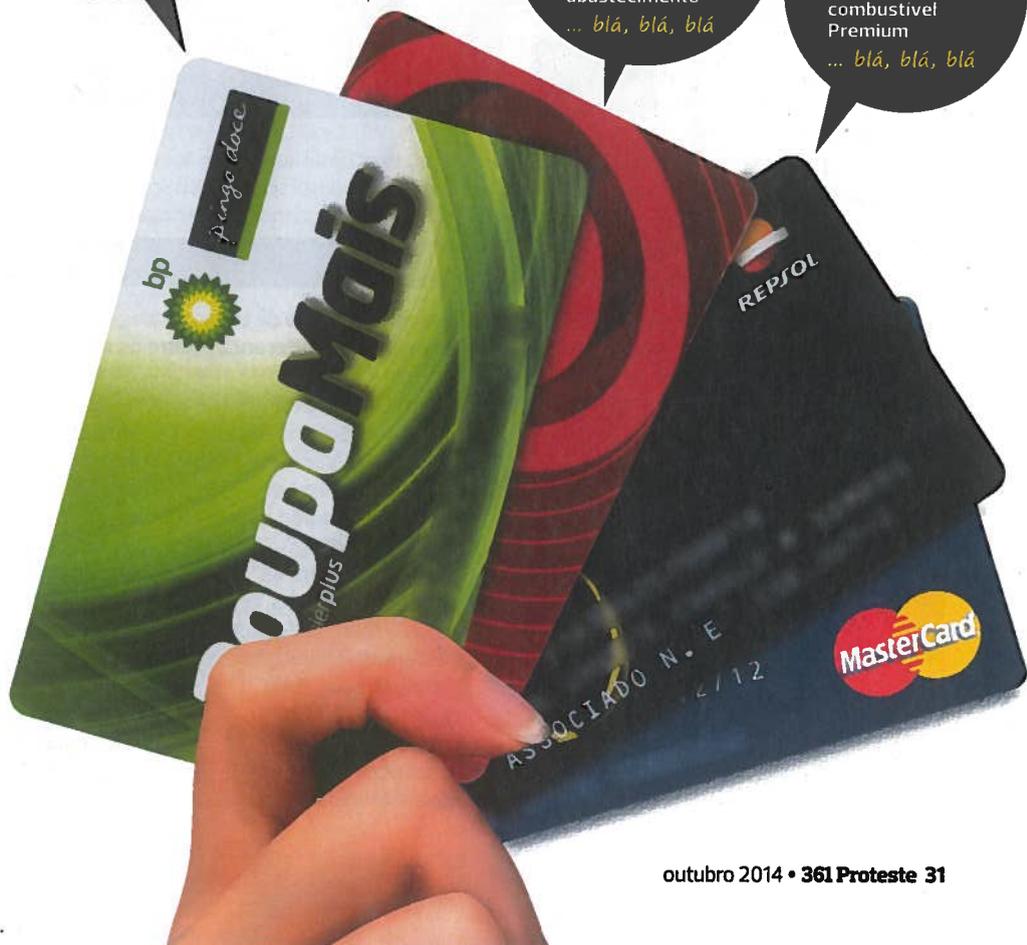
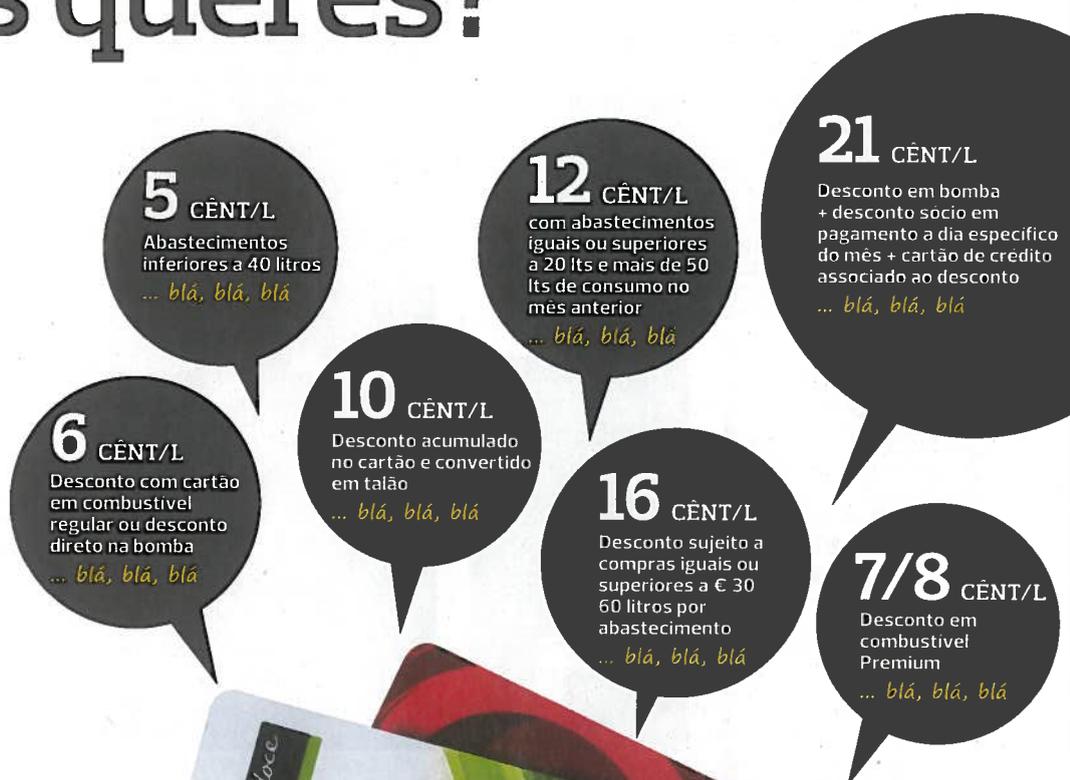
# Descontos quantos queres?

Abastecer o depósito de gasóleo ou gasolina a custo mais reduzido nas principais marcas de combustível exige um jogo de cintura entre cartões e condições associadas. As restrições abundam. Nas bombas *low cost* nada disto é necessário. Porém, há ainda poucas, o que cria desigualdade no acesso a preços mais baratos

**O** obter desconto nas principais marcas implica submeter-se a uma complexa engenharia financeira em que se gasta de um lado (em compras no supermercado, por exemplo) para conquistar o direito de pagar menos uns centimos por litro no gasóleo ou na gasolina.

Cada grande marca apresenta uma mão cheia de parcerias e pratica outras tantas modalidades de descontos.

A redução mais habitual são 6 centimos por litro, mas, com várias combinações, é possível alcançar um desconto entre 10 e 16 centimos. Se estiver atento e reunir as condições certas, ainda pode chegar a um maior abatimento: 21 centimos. Para tal, é necessário beneficiar da promoção no próprio posto de abastecimento, ser sócio do Automóvel Clube de Portugal e estar associado a um cartão de crédito. Por



# Preço dos combustíveis

## Postos low cost: poucos, mas muito procurados

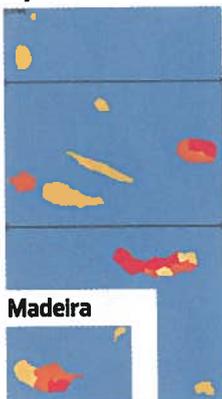
São poucos os postos com combustível a baixo custo de cadelas de hipermercados. Ao todo, detêm 159, enquanto só a Galp soma 728. Mas, em volume de vendas, os números das low cost dispararam.

A diferença entre o número de bombas das principais marcas (Galp, Repsol, BP e Cepsa) e das low cost é abissal, mas o volume de vendas das últimas é representativo.

N.º de bombas

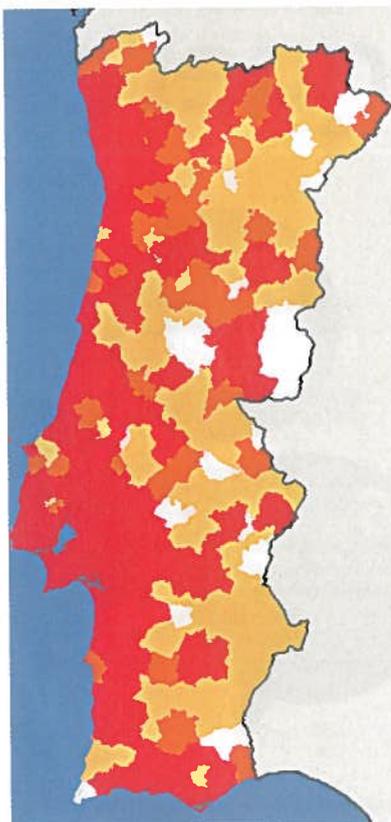
- de 1 a 3
- de 3 a 5
- de 5 a 59

Açores

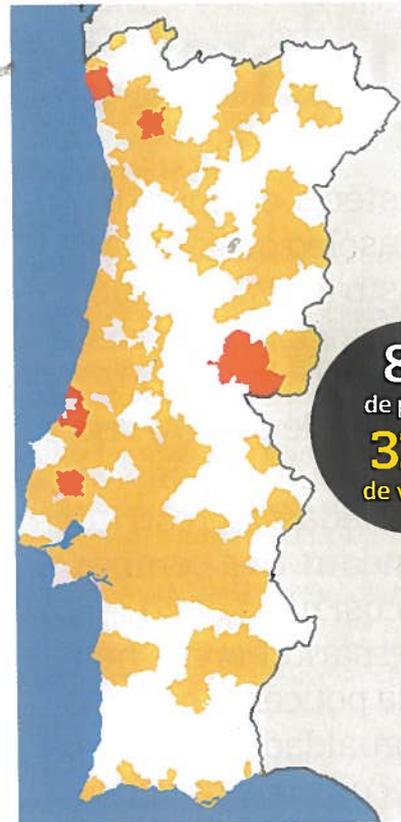


Madeira

### PRINCIPAIS MARCAS



### LOW COST



8%  
de postos  
32%  
de vendas

## IGUAL AO LITRO

A nossa campanha exigia a comprovação de todas as alegações das companhias, com base no nosso estudo que provou não haver grandes diferenças entre os vários tipos de combustível.



Prometemos lutar contra alegações enganosas e práticas lesivas. Low cost, regular ou premium: escolha o gasóleo mais barato. É tudo igual ao litro. Para acabar com as dúvidas, testámos, em 2012, 4 marcas de gasóleo. Testámos 4 combustíveis – Galp Gforce, Galp HI-Energy, Jumbo e Intermarché – e abastecemos 4 carros iguais. Medimos o consumo

e registámos uma diferença sem significado. Também identificámos um efeito semelhante na acumulação de depósitos e no desgaste do núcleo vital do motor. Se o impacto é igual, porquê pagar mais? As alegações do gasóleo HI-Energy e Gforce não correspondem à verdade e já denunciámos às autoridades. Todas as alegações das companhias devem ser comprovadas. Só assim o consumidor

pode saber o que compra e fazer uma escolha informada. No total, recolhemos 42 268 assinaturas. Os consumidores responderam ao apelo da DECO em defesa da verdade. A nossa equipa entregou o abaixo-assinado ao Governo com todas as exigências há mais de 1 ano e, à exceção da criação de uma entidade reguladora, ainda faltam respostas concretas.

»

outras palavras, não é qualquer consumidor que obtém os maiores descontos. Apesar disso, o sistema de cartões entrou nas vidas e nas carteiras de cada um, dando a esperança de poupar algum dinheiro no final do mês em combustível. Mas o esforço, pelo menos de compreensão do método subjacente a cada insígnia, não é pequeno.

### **Poupar 12 euros no depósito**

No início de setembro último, na zona de Lisboa, os preços do gasóleo situavam-se, nas principais insígnias, nos € 1,399 por litro. Face a este valor, o preço descia 12 cêntimos nas bombas dos hipermercados. Na gasolina 95, o preço por litro nas grandes marcas era de € 1,614 e emagrecia até 12 cêntimos nos hipermercados. Ou seja, atestando um depósito de 60 litros de gasóleo, pagaria, naquela data, € 83,90 nas grandes marcas de combustível. Já numa *low cost* o gasto seria de 76,70 euros.

Mas a história não acaba aqui. Com uma combinação vencedora de cartões e talões poderia pagar ainda menos: 71,30 euros. Porém, o leque de opções é de tal modo variado e volátil que a hipótese de encontrar uma jogada ainda melhor não é de descartar.

### **Low cost sem ginástica para descontar**

Abastecer o depósito gastando o menos possível não é fácil, como já vimos. As restrições abundam em todas as marcas: cartões onde se acumula pontos que dão direito, mais tarde, a descontos no combustível. Condições prévias: gastar um determinado valor em compras nalguns supermercados, ter talões que podem ser rebatidos no abastecimento, bem como cartões de crédito que envolvem parcerias, entre outros. Nas bombas *low cost* não é necessário este equilíbrio de forças, dado o custo ser já, só por si, mais baixo. Ao contrário do que é a prática comum na Galp, Repsol, BP e Cepsa, nas bombas dos hipermercados nada é exigido, simplificando o processo. Porém, encontram-se poucos postos a baixo custo quando comparados com os das marcas, gerando desigualdade no acesso a preços mais acessíveis.

O mapa da pág. ao lado demonstra de forma inequívoca a diferença entre o número de bombas das principais marcas e das *low cost*. A falta de representatividade em território nacional das últimas impede que muitos consumidores tenham acesso a preços de gasóleo ou gasolina mais em conta. A Galp

## **PROTESTE ENTREVISTA**

**Paulo Figueiredo**  
Planeamento, Parcerias e Estudos  
ao Consumidor

### **“É necessário haver respostas adequadas na área dos descontos dos combustíveis”**

**Realizámos um questionário a um painel de consumidores. Que soluções são desejadas no setor dos combustíveis?**

Os cartões de desconto no combustível são das soluções mais desejadas, como meio de se beneficiar do melhor preço numa marca ou de um preço razoável em várias marcas. Os consumidores preferem um desconto direto com um único cartão, em vez de se submeterem a condições impostas pelas marcas.

**Quais as principais dificuldades apontadas pelos consumidores?**

Há uma adaptação às várias modalidades, mas há a noção de que pode não estar a beneficiar da melhor proposta. As restrições das campanhas implicam sujeitar-se à ditadura do comercializador, sem total liberdade de escolha. Aqui, a liberdade implica pagar mais. Os maiores descontos estão reservados a cartões de crédito – não acessível a todos – ou a quem gasta mais em compras.

**A título de exemplo, em setembro deste ano, em Lisboa, os preços do gasóleo eram, nas principais marcas, de € 1,399 por litro. Que comentário faz a esta uniformização?**

detém o recorde em número de postos de abastecimento no nosso país: 728. Seguem-se a Repsol, a BP e a Cepsa. Já os hipermercados no seu conjunto somam 159, entre os quais só o Intermarché se faz representar com 116, pertencendo as restantes ao Jumbo e ao E.



Há realmente um posicionamento coincidente das principais marcas nos preços. Parece não existir uma concorrência efetiva. Por sua vez, também é sabido que 70% do combustível é vendido com desconto, mas que nem todos os consumidores beneficiam das mesmas oportunidades.

**Que outras preocupações apresentaram os consumidores?**

As práticas abusivas, nomeadamente nos preços e a qualidade dos combustíveis, são matérias sensíveis. Estes temas estão há bastante tempo no nosso radar, como se comprova pela nossa ação “Igual ao Litro” e pela intervenção enquanto associação de defesa do consumidor junto da ASAE, DGC e dos grupos parlamentares.

**A DECO está a pensar em algo na área dos descontos dos combustíveis?**

Estamos a analisar as possibilidades existentes e consideramos ser necessário respostas adequadas.

Leclerc. Interessante é verificar que, embora com menos postos, a chamada quota de mercado dos hipermercados já ultrapassa os 32 por cento. A tradicional paridade entre o número de bombas e o volume de vendas tem sido quebrada pelos *low cost*. ●