



Não houve confusão nas manifs, houve nas lojas Pingo Doce

No 1.º de Maio os portugueses foram ao supermercado

Desconto de 50% atrai milhares em todo o país. Só é legal se fornecedores partilharem custos ou o Pingo Doce tiver margens brutais

BRUNO FARIA LOPES
bruno.lopes@ionline.pt

"A J. entrou no Pingo Doce às 8h30 e saiu às 14 com uma factura de 600 euros na mão", conta uma amiga que encontro na interminável fila do Pingo Doce das Galhardas, em Lisboa. "Ela só pagou 300 euros - eu nem tinha como carregar tanta coisa", brinca. Noutra serpente humana a meio da loja, uma das pessoas que espera há horas com um carro cheio até cima e vários sacos espalhados no chão admite esperar uma poupança acima de 100 euros. "É provocatório fazer isto no 1º de

Maio, mas é uma promoção muito boa", admite. "Não sei é quem vai pagar isto", ironiza.

Milhares de pessoas encheram os supermercados Pingo Doce ontem em todo o país, depois do grupo proprietário Jerónimo Martins ter anunciado um desconto de 50% na factura de compras acima de 100 euros. A torrente de pessoas esvaziou prateleiras e transformou as lojas em locais de feira alegre (ou de conflito). O impacto da promoção acabou por dominar as atenções no feriado do Dia do Trabalhador, motivando críticas dos sindicatos e do PCP e divisão de opi-

niões dos clientes inquiridos pelo i. "Não vejo que seja algo que agrave ou que mude o padrão do 1º de Maio. A causa de ter tudo fechado no 1º de Maio já estava perdida", comenta o politólogo Pedro Adão e Silva. "A minha dúvida é de outro tipo: há margens tão brutais neste negócio ou vendeu-se ilegalmente abaixo do custo?". João Semedo, deputado do Bloco de Esquerda, foi mais categórico na SIC Notícias, denunciando uma "flagrante violação" da lei da concorrência.

O Pingo Doce violou a lei da concorrência ao fazer um desconto de 50%? Depende. "Para



TIAGO PEREIRA

P&R

Manuel Villaverde Cabral
Sociólogo

“Em lugar da revolução, a classe média foi ao supermercado”



O caos causado por esta campanha é fruto do consumismo? O

consumismo nunca é uma causa, mas sim consequência da cultura que os portugueses receberam nos últimos 38 anos, que é a democracia. As pessoas pensam: “Se os outros têm, também quero.”

É normal esta reacção do consumidor? É uma forma de expressão legítima. Em lugar da “revolução” tão desejada por ideólogos quer da direita quer da esquerda, do Pedro Mexia ao Daniel Oliveira, a classe média-baixa portuguesa aderiu a uma campanha de preços de um supermercado. Só não aderiu quem teve vergonha de o fazer, como as elites, e quem não sabia. Faz-me lembrar os saldos a que assisti, e em que participei, em Paris na década de 60, em que as filas de pessoas tinham quilómetros.

Faz sentido esta promoção? Acho esta acção genial, já que o 1.º de Maio é o dia do consumidor, pois as pessoas trabalham para consumir. E é um escape colectivo de uma sociedade submetida a uma pressão incrível. Da parte do Pingo Doce é também uma questão de gestão de stocks.
Ricardo Paz Barros

O ano em que o dia do trabalhador passou a dia do consumidor

O Pingo Doce da Almirante Reis fechou às 17h por causa da confusão e da violência geradas pelos clientes

No 1.º de Maio foi o grupo Jerónimo Martins quem mais desordenou. No Pingo Doce da Almirante Reis, dezenas de pessoas esperavam com impaciência a sua vez de entrar no supermercado para usufruir da campanha de descontos que deixou o povo ansioso.

Miguel, de 26 anos, estava à porta desde as 13h00, conta-nos às 16h00, enquanto espera que as portas tornem a abrir depois de reposito o stock. É a segunda vez que isto acontece desde que Miguel chegou ao Pingo Doce: as grades descem e os empregados apressam-se a repor os artigos em falta. “Não achei muito bem terem feito a promoção hoje, estão a prejudicar os trabalhadores. Eu vi-os cá fora quando andavam a repor os stocks e estão muito cansados”, conta, sem arredar pé da porta do supermercado.

Vêm-se sacos cheios até a cima de produtos alimentares e carrinhos a abarrotar de paletes de cerveja, conduzidos com cuidado pela calçada portuguesa, numa viagem de pouco equilíbrio. Pessoas a tentar aparecer na televisão e protestos contra o supermercado por não deixar as dezenas de clientes entrar todos de uma vez.

Enquanto alguns esperam a sua vez de entrar, a manifestação da CGTP passa, de punhos erguidos e palavras de ordem, em direcção à Alameda: “Quem trabalha não desarma, a luta é a nossa arma.” Alguns clientes aplaudem mas não se afastam da entrada da superfície comercial. Quando os manifestantes começam a gritar “gatu-nos”, de olhos postos no supermercado, a assobiar e apupar esta iniciativa da Jerónimo Martins, apenas uma senhora grita de volta, ofendendo os sindicalistas: “Devem ser todos ricos! Cada um deve fazer o que quer desde que não prejudique ninguém.”

Ouvem-se palmas e gritos de alegria, mas não têm nada a ver com a celebração do Dia do Trabalhador ou com o cortejo da

CGTP que encheu a avenida como há alguns anos não acontecia. As palmas vão todas para a grade de ferro do Pingo Doce, que por fim se abre para deixar passar os clientes. No entanto, a festa dura pouco e a grade torna a descer perante os clientes incrédulos. O Pingo Doce da Almirante Reis fechou as portas às 17h00, uma hora antes dos outros, porque, segundo fontes no local, os trabalhadores se recusaram a continuar a trabalhar. As confusões e violência gerada pelos consumidores ansiosos pelo desconto de 50% em compras no valor de 100 euros assustaram os empregados.

Vários agentes da PSP, que estavam no local para vigiar as celebrações do 1.º de Maio, acabaram por ter de controlar inúmeras discussões e confusões dentro e à porta do supermercado.

E o 1.º de Maio, onde é que fica? “Eu vim hoje porque este é o único dia que tenho livre para fazer as compras do mês. Claro que a promoção também ajudou a vir cá, mas eu tenho mesmo de fazer as compras”, conta Miguel, que acabou por ir para casa de mãos a abanar depois de quatro horas à espera.

Mário, de 31 anos, chegou às 17h30 e deu com o nariz na porta. Mas não ficou desiludido: “Fiz as compras noutra Pingo Doce logo às 9h00. Sai de lá ao meio dia com 500 euros em compras, mas só paguei metade. Agora vinha aqui para comprar mais alguma coisa.”

Um grupo de jovens que, confessou, tinha acordado há apenas uma hora, procurava os descontos por conselho da mãe de um deles. “Nem sabíamos desta promoção”, garantiram.

As 18h00 um grupo de clientes irredutíveis continuava à porta do Pingo Doce, a espreitar entre as grades de metal, com esperança de que a loja abrisse de novo. Uma senhora que tinha acabado de vir da missa disse estar só de passagem, depois de observar que as luzes da charcutaria ainda estavam acesas. À pergunta “o que é que acha desta iniciativa ter sido feita no Dia do Trabalhador?”, respondeu com indignação: “Mas os empregados recebem a dobrar, sabia?”

Diana Garrido

averiguar é preciso verificar se os bens foram vendidos com prejuízo”, indica Gonçalo Anastácio, especialista em direito da concorrência e professor universitário.

A lei (decreto-lei 370/93) geralmente proíbe situações de venda com prejuízo, excepto em casos específicos não aplicáveis ontem (bens frescos perecíveis – os menos açambarcados pelos clientes, obsolescência técnica – os electrodomésticos estavam fora da promoção –, entre outros). Por isso sobram alguns cenários: ou o Pingo Doce vende com enormes margens (acima de 50%) ou partilhou com os fornecedores o custo da promoção.

“Cabe à Autoridade da Concorrência e à ASAE averiguar a situação”, afirma o jurista. O i tentou contactar a Jerónimo Martins sobre este assunto específico e não obteve resposta. Caso esteja fora da lei, o Pingo Doce arrisca uma multa de 15 mil euros, com cúmulo jurídico de 30 mil euros. “A coima não tem capacidade dissuasora e há necessidade de actualizar este decreto-lei”, acrescenta Gonçalo Anastácio. Mas mesmo que legalmente o Pingo Doce tenha pisado o risco, do ponto de vista económico a campanha, apesar de ser

agressiva, não tem potencial para alterar o equilíbrio num sector dominado por grandes superfícies (como Continente ou Auchan, que ontem estiveram também abertas).

“A venda com prejuízo só é um problema se fizer parte de uma estratégia prolongada de forçar concorrentes a sair do mercado, e depois então explorar o poder de mercado resultante dessa ausência”, comenta Pedro Pita Barros, professor na Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa.

“Não vejo que problemas esta promoção de um dia levanta em termos de funcionamento económico do sector”, diz o especialista.

Para Pita Barros, “descontos que são pagos ao longo do tempo com compras repetidas, e descontos que resultam da ligação entre actividades distintas e em que uma delas tem grande inércia, como a electricidade, são mais susceptíveis de criar ‘lock-in’ [fidelização] dos consumidores, e posterior exercício de mercado sobre eles, do que esta promoção do Pingo Doce”. O especialista aponta como exemplo deste “lock in” a campanha de descontos conjunta do Continente e EDP.



1.º de Maio, dia do consumidor

**Villaverde Cabral. "Acho a acção do Pingo Doce genial"
Polémica. Não há distorção do mercado, dizem peritos**

