

Contenção nos combustíveis

KANTAR WORLD PANEL

O consumidor português, claramente “Smart Downtrading Shopper” neste contexto, está a realizar uma considerável contenção do consumo de combustíveis. Ninguém deixou totalmente de andar de carro, mas o consumo está claramente mais comedido

De acordo com o painel Petrol da Kantar Worldpanel, relativo ao consumo de automóveis particulares, desde 2009 que o mercado de combustíveis tem vivido diversos momentos distintos, sobretudo fruto das oscilações de preço. Assim, em 2009, os particulares consumiram mais combustível em volume do que em 2008, mas já em 2010 houve maior número de abastecimentos (o consumidor abasteceu mais vezes e em menos quantidade). Mas é, em 2011, que há de facto uma mais forte retracção no consumo (onde nem volume médio abastecido, nem número de abastecimentos cresceram). No período YTD P10 11, os constantes aumentos do preço dos combustíveis levaram a uma redução do volume médio por abastecimento (-5.75%) O mercado em valor cresceu quase 7%, em grande medida devido ao aumento do preço médio em quase 16%. Isto resultou em menos volume comprado em cerca de 8%. Ou seja, se o preço subiu quase 16% o encargo real dos consumidores foi “só” de +6,8% no seu orçamento, porque houve um claro corte no consumo por parte dos consumidores particulares de Portugal Continental. Todos os segmentos decresceram em volume, com a Gasolina 95 a perder 3.5%, o Diesel Normal com menos 2.2%, o Diesel Premium a sofrer uma queda de 1.7% e a Gasolina 98 a decrescer 1%.

O perfil do cliente de combustível que mais reduziu o seu consumo corresponde a lares que têm carros com idades entre os três e os seis anos, pertencem, sobretudo à classe alta, vivem na Grande Lisboa e o condutor do carro tem até 34 anos.

O Diesel normal continua a ser o líder em termos de volume no mercado de combustíveis em Portugal, com um peso de 53.4%, tendo inclusive ganho quota face ao mesmo período de 2010, já que detinha 51.3%. Não surpreendentemente, a gasolina normal apresenta um quota em volume de 40.7%, mantendo praticamente o mesmo peso que em 2010. (ver gráfico n.º 1)

O canal “hipers” composto pelos operadores do sector da Distribuição



João Reis

Desde 2009, o mercado de combustíveis tem vivido diversos momentos distintos, sobretudo, fruto das oscilações de preço

Moderna Alimentar, continuam a ganhar importância no mercado de combustíveis, apresentando já uma quota em volume de 31.6%, quando tinham 27.8% no mesmo período do ano passado, enquanto as quatro principais companhias (Galp, BP, Repsol e Cepsa Total) a operar no mercado português representaram no período em análise 59.3% do volume transaccionado. O abastecimento em Espanha voltou a ser um local atractivo para abastecimentos. Com efeito, a quantidade de particulares que abasteceram no país vizinho tem vindo a aumentar desde o início de 2010 e continuou ao longo de 2011, bem como o peso que já representa em termos totais nos abastecimentos, que é de 4.6%. (ver gráfico n.º 2)

do valor total abastecido pelos automóveis ligeiros particulares.

Apesar de seguirem a tendência do mercado de aumento dos preços dos combustíveis o canal “hipers” conseguiu ainda assim recrutar mais clientes, bem como melhorar nas principais variáveis. Assim, o número de lares que comprou pelo menos uma vez combustível em hipers aumentou 6.2 pp, o valor transaccionado também cresceu 22%, mas aqui devido ao aumento do preço médio em 17.1% e o volume cresceu 4.2%. O aumento de quota de mercado em volume dos “hipers”, que se referiu anteriormente, está directamente ligado ao aumento de compradores. Não só porque capta mais, mas também porque os fideliza, repetindo a compra.

Os abastecimentos com descontos estão cada vez mais presentes. Hoje, 62% do volume do mercado particular é feito com descontos, ou seja abaixo dos preços de referência. Quer seja devido a promoções ou através do canal “hipers”. O volume “não promocionado” representou 38.3% do total, em rigor (ver gráfico

n.º 3) Aliás, quando se analisa o desempenho do mercado mas apenas respeitante ao volume que foi adquirido em promoção, a evolução deste é positiva uma vez que consegue crescer 2.4%, enquanto o mercado total decresce, como se disse anteriormente.

Este é claramente um mercado em que o driver preço é o mais importante e, enquanto assim continuar, haverá espaço para o canal “hipers” crescerem, em detrimento das marcas.

No total diesel (normal e premium), os “hipers” conseguem mesmo ultrapassar o peso em volume que têm para o total de combustíveis, atingindo os 34.1%, enquanto as quatro principais marcas representam 58.3%. Espanha, aqui representa apenas 3.4%. No caso da gasolina (95 e 98), as quatro principais marcas detêm uma quota de 60.5%, o canal “hipers” têm um peso de 29.5% e a Espanha já representa 6.5%. (ver gráfico n.º 4). ■

Período em análise – YTD P10 11 (de 3 Janeiro de 2011 a 09 Outubro de 2011)
Combustível – Gasolina 95, gasolina 98, diesel normal e diesel premium.
4 principais marcas – Galp, BP, Repsol e Cepsa Total

GRÁFICO 1

EVOLUÇÃO DO PESO EM VOLUME DOS SEGMENTOS DE COMBUSTÍVEL

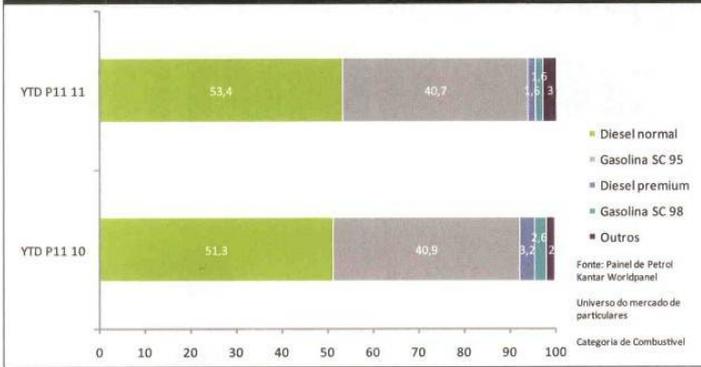


GRÁFICO 2

EVOLUÇÃO DO QUOTA DE MERCADO EM VOLUME DOS PLAYERS COMBUSTÍVEL

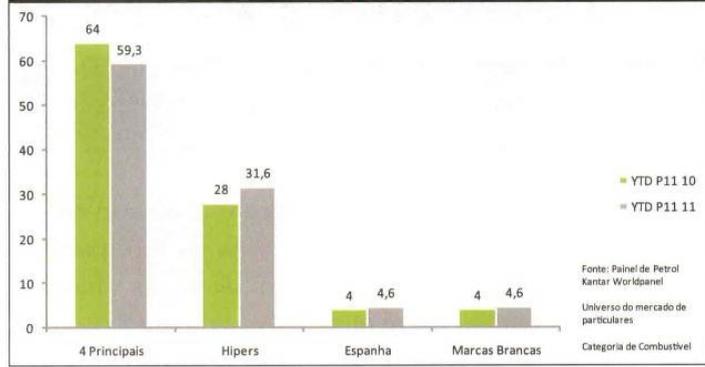


GRÁFICO 3

PESO VOLUME MERCADO PARTICULAR NO YTD P10 11

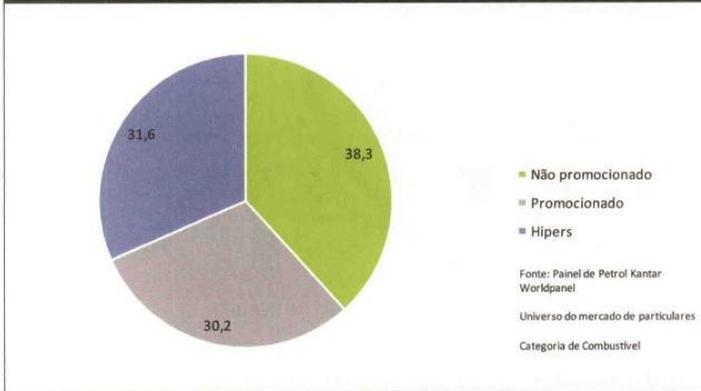


GRÁFICO 4

PESO DOS PLAYERS EM VOLUME PARA DIESEL E GASOLINA NO YTD P10 11

