

12 equívocos sobre o alargamento do horário dos hipermercados ao domingo e feriados

Por: José Carlos Fernandes Pereira
Presidente

AAAEDEF – Associação dos Antigos Alunos do Externato Delfim Ferreira
jcarlospereira1@gmail.com

A propósito da recente alteração legislativa que passou a permitir que os hipermercados voltassem a abrir livremente ao domingo e feriados, no âmbito das funções directivas que desempenho na APDC – Associação Portuguesa de Direito do Consumo, escrevi este texto que submeto à leitura e crítica dos meus colegas do Externato Delfim Ferreira.



1 - O alargamento do horário dos hipermercados ao domingo é benéfica para os consumidores.

FALSO: Numa sociedade de consumo sobreendividada,

composta por 20% de pobres, onde o apoio do Estado às associações que defendem os consumidores é vergonhosamente insignificante, o alargamento dos horários representa uma verdadeira inversão na defesa de comportamentos de consumo racional e responsável.

2 - A maioria dos consumidores deseja a abertura dos hipermercados ao domingo.

FALSO: Os inquiridos que se têm conhecido e as reacções do público na comunicação social dizem-nos que a questão é fracturante, divide a opinião pública e está longe de ser consensual entre os consumidores.

3 - A medida permite uma maior acessibilidade aos consumidores, facilitando a vida aos cidadãos.

FALSO: Os hipermercados estão abertos todos os dias da semana de trabalho em horários muito alargados, o que permite a todos os cidadãos fazer as suas compras domésticas em horários convenientes. Actualmente estão abertos todos os dias, de segunda a sábado, e ao domingo de manhã. No mais, hoje há um sem-número de facilidades: lojas de conveniência (abertas 24 horas), comércio electrónico (em crescimento), comércio de proximidade, etc.

4 - A atribuição às autarquias do poder de licenciamento dos horários permite salvaguardar a segurança, a protecção da qualidade de vida dos cidadãos ou defesa de certas actividades.

FALSO: Bastará um município permitir a abertura de hipermercados ao domingo para que os outros sejam pressionados a adoptar o mesmo comportamento, seja sob o pretexto de manter a acessibilidade dos cidadãos, seja



para não desequilibrar a concorrência.

5 - A abertura dos hipermercados ao domingo revitaliza a economia de consumo.

FALSO: Esta medida visa incentivar o consumismo em detrimento do consumo racional e responsável (consumerismo), com impacto negativo nos escassos orçamentos familiares, no comércio de proximidade e nas condições dos trabalhadores envolvidos.

6 - O alargamento dos horários gerará mais emprego.

FALSO: Concentrando as compras aos fins-de-semana, haverá libertação de trabalhadores para que estejam disponíveis ao domingo. Como os hipermercados já funcionam ao sábado (todo o dia) e ao domingo até às 13 horas, apenas terão que reajustar os turnos e a distribuição dos seus recursos humanos. A Confederação do Comércio e Serviços de Portugal prevê que esta medida agrave o desemprego no comércio, atingindo já 90 mil pessoas. Por seu lado, a Associação dos Comerciantes do Porto assegura que esta medida levará ao encerramento de empresas e ao aumento do desemprego no comércio tradicional.

7 - As associações de consumidores concordam com a medida.

FALSO: Duas associações independentes, a ACOP (Associação de Consumidores de Portugal) e a APDC (Associação Portuguesa de Direito do Consumo) estão frontalmente contra a abertura dos hipermercados ao fim-de-semana e feriados.

8 - Há um largo consenso na sociedade civil sobre o tema.

FALSO: Apenas os distribuidores estão interessados na abertura aos domingos e feriados, por razões óbvias que visam o seu lucro. Além das associações de consumidores que se posicionarem contra (ACOP e APDC), também se opõem a Conferência Episcopal Portuguesa, a Confederação do Comércio e Serviços de Portugal, a Associação de Comerciantes do Porto, a UGT, o Sindicato dos Trabalhadores do Comércio e Serviços de Portugal, outros parceiros sociais e

federações das micro, pequenas e médias empresas.

9 - Outros países europeus têm horários alargados.

FALSO: Na generalidade dos países não há abertura dos hipermercados, nem ao sábado, nem ao domingo. Apenas a Suécia e a Bélgica são exceções, contudo com regras e realidades sociais que asseguram o equilíbrio entre pequeno comércio e grandes superfícies (inexistentes nos centros das cidades).

10 - Os hipermercados venderão o mesmo, estando ou não abertos durante todo o dia de domingo.

FALSO: Sendo os domingos e feriados dias de reunião familiar, não é inocente que os hipermercados queiram atrair estes grupos de consumidores para a luminosidade do marketing das suas superfícies, sem esquecer que são os menores (futuros consumidores) quem decide uma grande parte dos produtos e das marcas para uso doméstico: da guloseima ao detergente da máquina de lavar roupa (as crianças sabem como persuadir os pais e a publicidade exerce forte influência na hora da decisão).

11 - A permissão de abertura dos hipermercados ao domingo vem repor a justiça e acabar com a discriminação, dado que as superfícies com área

inferior a 2.000 m2 já beneficiam de tal vantagem.

FALSO: A justiça pode ser reposta de modo a que todas as superfícies estejam encerradas ao domingo e feriados, aplicando-se a todas as mesmas regras. De resto, a equidade é “dar uma espada maior a quem tenha um braço mais pequeno”.

12 - O Governo reforça o poder dos consumidores com esta medida.

FALSO: Em 2008, o Secretário de Estado do Comércio e Defesa do Consumidor defendia na Comissão de Assuntos Económicos, Inovação e Desenvolvimento Regional que discutir quem decide sobre a abertura ou encerramento dos hipermercados aos domingos e feriados é “esconder” a questão do impacto que terá qualquer uma destas medidas. Dois anos volvidos, não se percebe esta mudança nem se o Secretário de Estado, ao defender esta alteração, age no interesse do comércio, dos consumidores ou dos distribuidores. Certo é que o Governo ao recusar apoio às associações representativas dos consumidores continua a enfraquecer o equilíbrio entre consumidores e operadores.