



## PREÇOS DAS LOJAS DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS Comparação de preços em Junho e Julho de 2003 - Principais conclusões.

### 1- INTRODUÇÃO E METODOLOGIA UTILIZADA

Durante os meses de Junho e Julho de 2003, os serviços da DGCC recolheram os preços em **Euros** de diversos produtos de uso corrente junto de algumas lojas de Desconto (“Discount”), Supermercados e Hipermercados, pertencentes às principais cadeias de comércio a retalho existentes em Portugal. O principal objectivo foi o de obter preços, para as diversas cadeias de distribuição, que se possam comparar, de forma a ter-se uma ideia do nível de preços mínimos praticados e da sua eventual relatividade. O número de cadeias é de 13, tendo-se recolhido preços em 2 estabelecimentos por cada cadeia.

Tomou-se em consideração os chamados produtos “brancos” (marca do distribuidor ou exclusivamente comercializados numa dada cadeia) sempre que estes fossem mais baratos que os produtos com marca de fabricante. Em todo o caso escolheu-se, sempre, o preço mais baixo que, para cada produto, foi recolhido em qualquer uma das diferentes lojas de cada cadeia.

Assim, recolheram-se preços de 38 produtos, dos quais 37 comercializados nas 13 cadeias que se consideraram e podem ser comparáveis. Assinale-se que as lojas de Desconto vendem essencialmente produtos “brancos”, quer de marca do distribuidor (caso do *Dia/MiniPreço*), quer produtos normalmente importados para serem comercializados apenas naquela cadeia e com marcas praticamente desconhecidas. Ao lado desses produtos encontram-se por vezes produtos de marca do produtor, mas vendidos a preços superiores aos dos produtos “brancos”. Outro importante tipo de produtos comercializados nos diferentes tipos de lojas são os chamados “económicos”, com marcas pouco conhecidas, mas vendidos a preços muito baixos, inclusivamente inferiores aos preços dos produtos “brancos”. Como foi referido em anteriores trabalhos, não estamos vocacionados para proceder a testes de qualidade dos produtos, devendo caber ao consumidor tomar as opções que desejar.

Por outro lado, a forma ou embalagem como cada produto é comercializado não foi tida em consideração, já que, de outro modo, grande parte dos produtos não era passível de ser comparável. Assim, foi necessário proceder à conversão de muitas embalagens numa embalagem tipo e na quantidade normalmente mais vendida para esse produto específico. Esse factor é mais marcante nos produtos de Conservação e Limpeza e nos de Toucador e Higiene Pessoal onde, sobretudo nos produtos “brancos”, cada cadeia vende o seu tipo de embalagem com uma quantidade diferente.

Para a análise desejada foram construídos dois quadros:

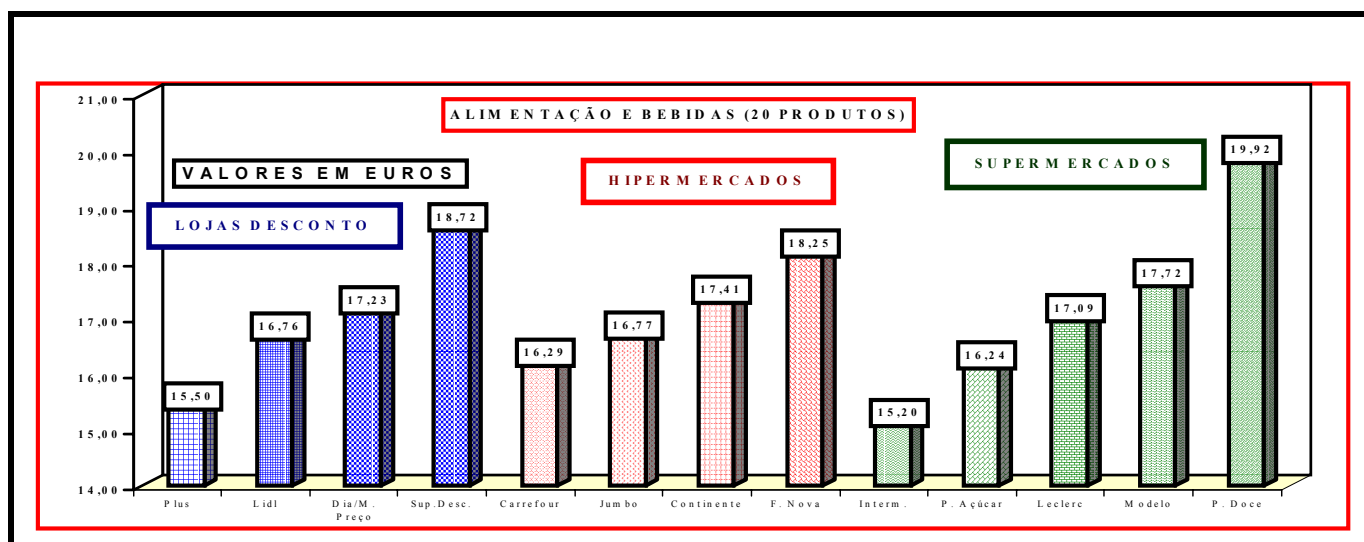
- Quadro I: Preços médios nas lojas de Desconto, Supermercados e Hipermercados;
- Quadro II: Comparação dos preços médios por grupos de produtos.

O Quadro I está dividido em três partes, cada uma para o grupo de produtos que se considerou (Alimentação e Bebidas, Conservação e Limpeza e Toucador e Higiene Pessoal). O Quadro II constitui o resumo do Quadro I, permitindo uma comparação imediata, por grupos de produtos, para as diferentes cadeias. Para cada grupo e para o total foram construídos gráficos que permitem uma melhor visualização das situações observadas.

## 2- ANÁLISE DOS QUADROS

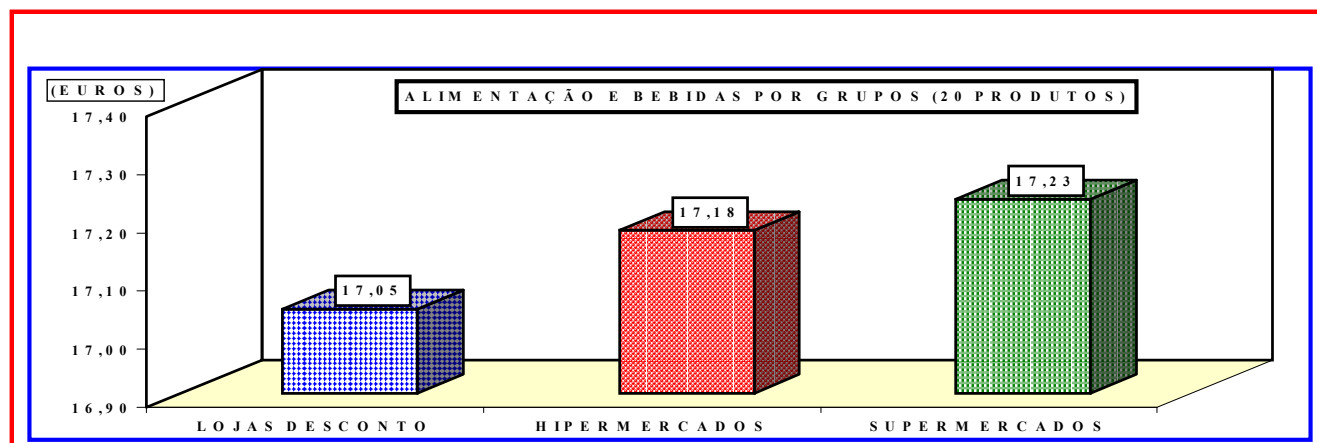
### A- ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS

Para este grupo foram escolhidos 20 produtos, todos comercializados nas 13 cadeias. A cadeia onde, somando os preços dos 20 produtos, foram encontrados preços mais baixos foi a *Intermarché*, seguindo-se a *Plus*. No conjunto a cadeia mais cara, neste caso a *Pingo Doce*, praticou preços superiores em 31,1% aos da *Intermarché*, ou seja, esta cadeia praticou preços médios inferiores em -23,7% aos praticados no *Pingo Doce*.



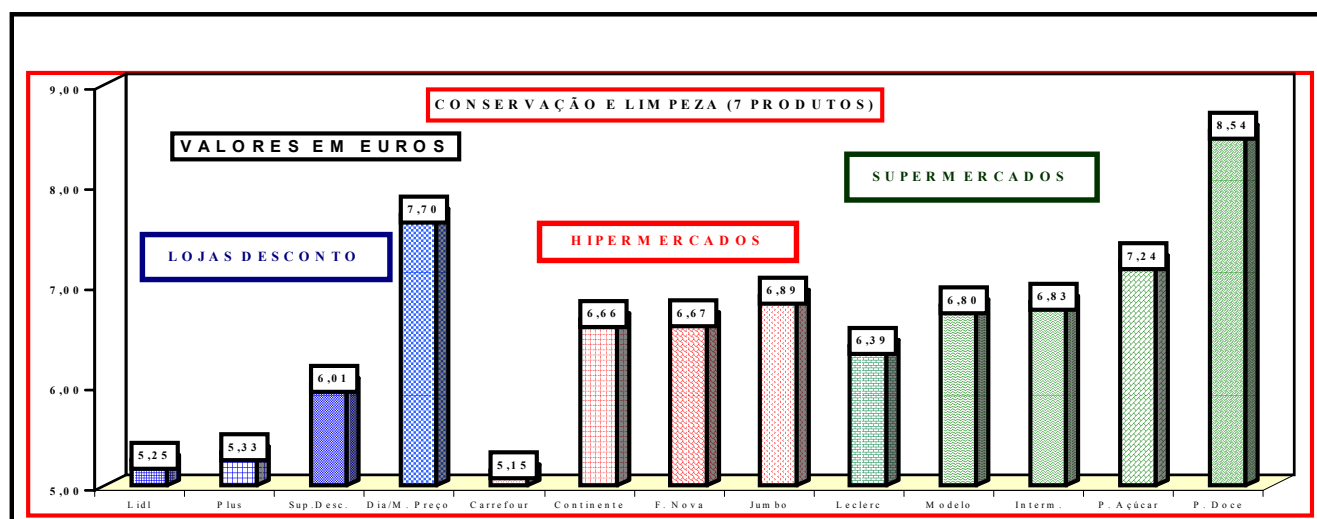
Considerando as cadeias, por grupo, verificamos que as lojas de Desconto, para os 20 produtos considerados, praticaram, nestes meses, preços inferiores em -0,8% aos dos Hipermercados, e em -1,1% aos dos Supermercados. Considerando, como denominador da relação, os preços das lojas de Desconto, verificamos que os Hipermercados praticam preços superiores em 0,8% e os Supermercados praticam preços superiores em 1,1% aos preços das lojas de Desconto.

### SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUNHO E JULHO DE 2003)



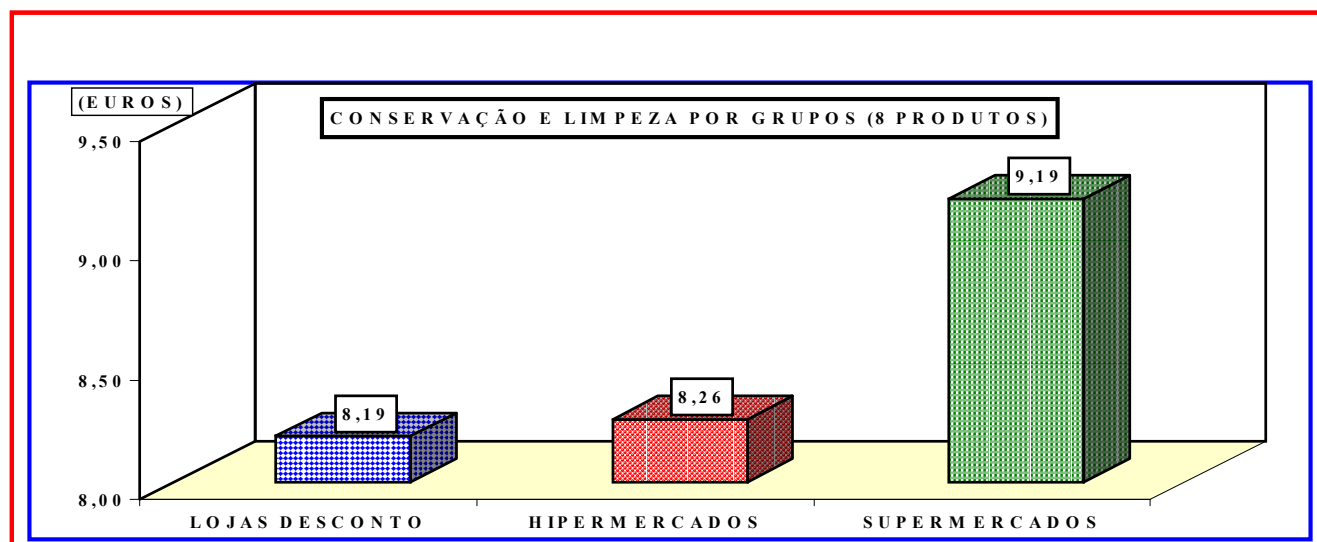
## B- CONSERVAÇÃO E LIMPEZA

Neste grupo escolheram-se 7 produtos, todos comercializados nas 13 cadeias. A cadeia mais barata é a *Carrefour*, e a mais cara a *Pingo Doce*. Esta última cadeia pratica preços superiores em 65,8% aos da cadeia com preços mais baixos, ou seja, esta pratica preços inferiores em -39,7% aos da cadeia com preços mais elevados.



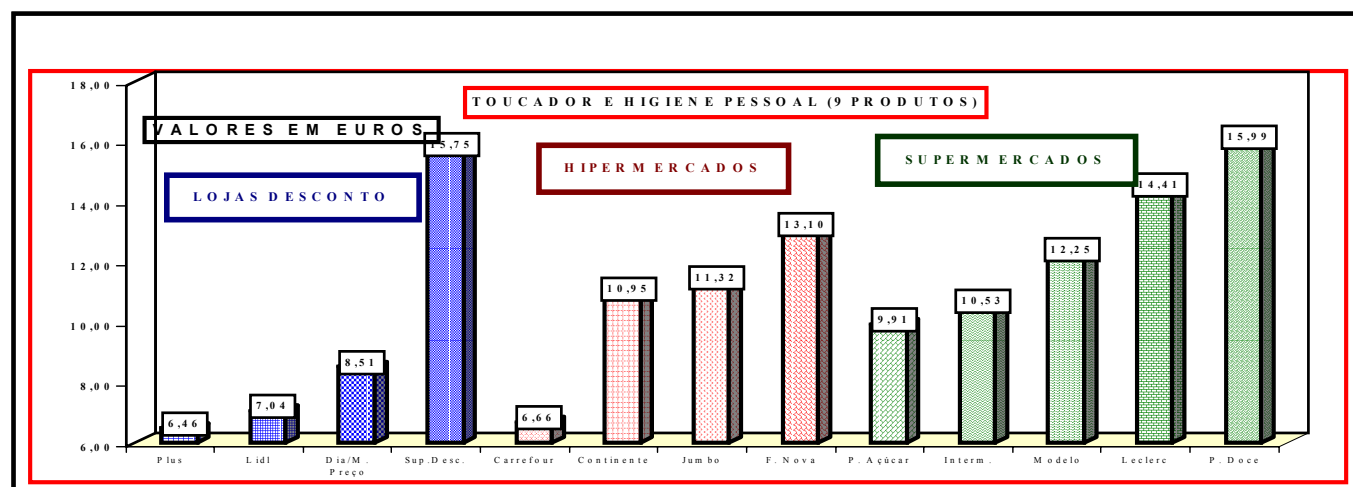
Por tipo de lojas, as de Desconto, para os 8 produtos, apresentam preços inferiores em -0,9% aos dos Hipermercados e inferiores em -10,8% aos dos Supermercados. Ou seja, os Hipermercados praticam preços superiores em 0,9%, aos das lojas de Desconto e os Supermercados preços superiores em 12,2%, em relação às lojas de Desconto.

## SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUNHO E JULHO DE 2003)



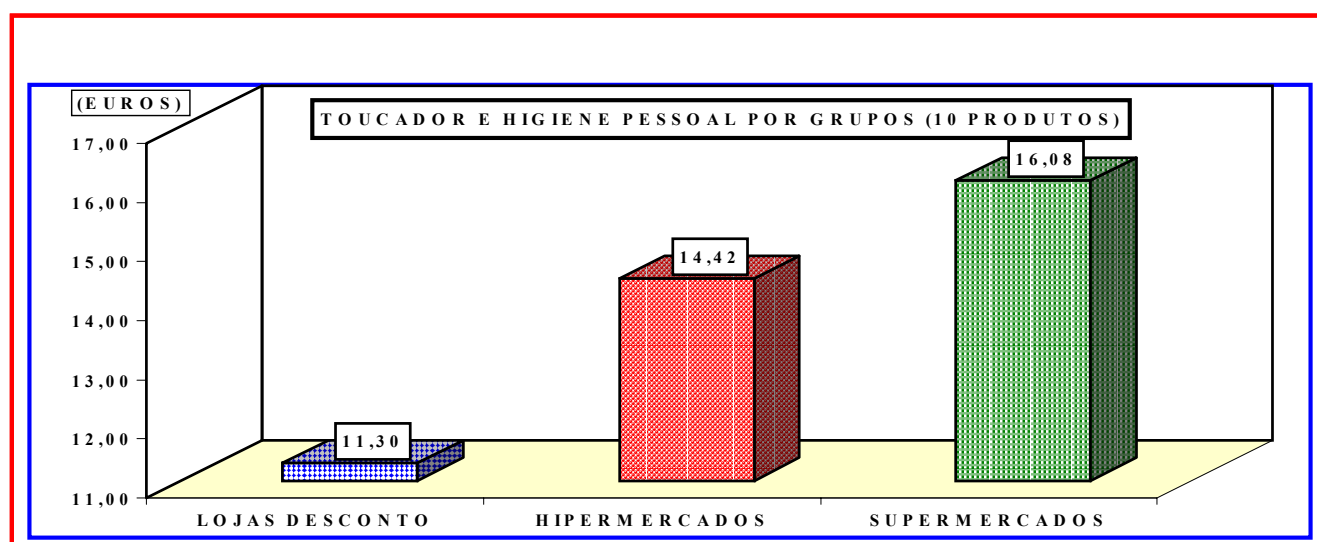
### C- TOUCADOR E HIGIENE PESSOAL

Neste grupo escolhemos 10 produtos, nove comuns às 13 cadeias. A cadeia mais barata é a *Plus*, e a mais cara a *Pingo Doce*, que pratica preços superiores em 147.5% aos da cadeia mais barata, praticando, esta, preços inferiores em -59,6% aos do *Pingo Doce*.



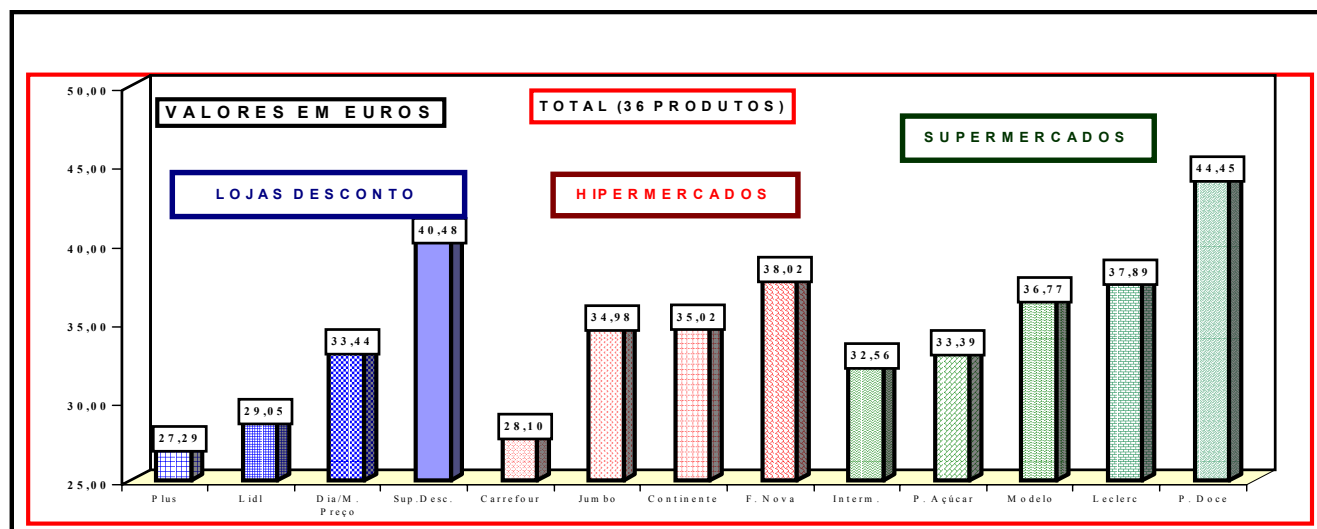
Para os 10 produtos as lojas de Desconto apresentam preços inferiores, em -21,7%, aos dos Hipermercados e, em -29,7%, aos dos Supermercados. Ou seja, os preços dos Hipermercados são superiores, em 27,7%, aos das lojas de Desconto e os preços dos Supermercados são superiores, em 42,3%, aos das lojas de Desconto.

### SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUNHO E JULHO DE 2003)



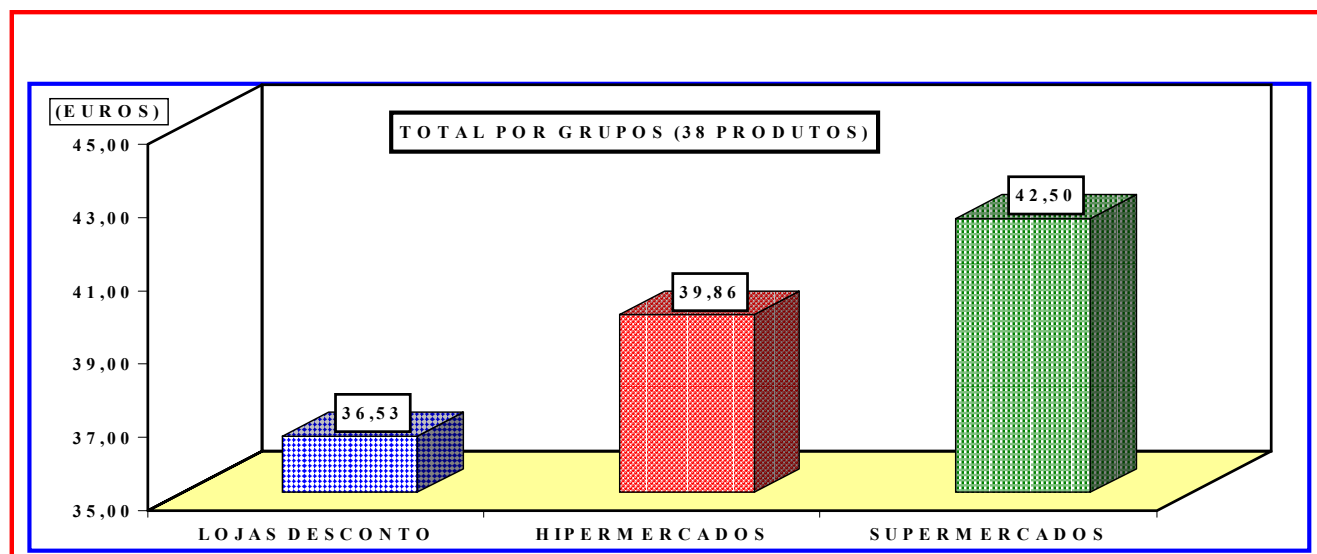
**D- TOTAL (Quadro II)**

Dos 38 produtos de que se fizeram recolhas, 36 foram comercializados nas 13 cadeias. Para esses 36 produtos a cadeia mais barata foi a *Plus*, seguindo-se a *Carrefour*. As cadeias mais caras são a *Pingo Doce* e a *Leclerc*. A cadeia *Pingo Doce* pratica preços superiores, em 62,9%, aos da *Plus*, que pratica preços inferiores, em -38,6%, aos da *Pingo Doce*.



Para os 38 produtos as lojas de Desconto apresentam preços inferiores, em média, em -8,4%, aos preços dos Hipermercados e, em -14,0%, aos dos Supermercados. Dito de outro modo, os preços dos Hipermercados são superiores, em 9,1%, aos das lojas de Desconto, enquanto os Supermercados praticam preços superiores, em 16,3%, aos das lojas de Desconto.

**SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUNHO E JULHO DE 2003)**



### 3- CONCLUSÕES FINAIS

Como é observável nos Quadros e Gráficos que constam deste trabalho, as lojas de Desconto apresentam, para o total dos produtos estudados, preços inferiores aos praticados nos Hipermercados e Supermercados. Note-se, mais uma vez, que só se teve em conta os produtos em si e os seus preços convertidos a uma determinada quantidade homogênea, e nunca se entrou em linha de conta com as respectivas qualidades, tipo de embalagem ou características específicas. Ou seja, a perspectiva deste trabalho é a do preço mais baixo praticado para cada produto.

QUADRO 1

Preços médios das lojas de Desconto, Supermercados e Hipermercados (Junho/Julho de 2003)

Kg ou Litro, salvo outra indicação	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS						HIPERMERCADOS				
	ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS	Super Desc.	LIDL	PLUS	Dia/Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-four
1 ARROZ (extra longo)	0,77	0,59	0,59 *	0,72 *	0,67	0,63 *	0,74 *	0,55	0,66 *	0,67	0,65	0,60	0,59	0,64 *	0,62	0,61
2 FARINHA (uso culinário)	0,39	0,33 *	0,29 *	0,33 *	0,34	0,28	0,49 *	0,35 *	0,33 *	0,39 *	0,37	0,39 *	0,39 *	0,33 *	0,31	0,36
3 MASSA (espaguete) (500 g)	0,29	0,27	0,25 *	0,26	0,27	0,24	0,32 *	0,35 *	0,26	0,27	0,29	0,24	0,27	0,24	0,24	0,25
4 SALSICHAS TIPO FRANKFURT (4 pares)	0,49	0,45	0,39 *	0,51 *	0,46	0,45	0,49 *	0,49	0,49	0,42	0,47	0,42	0,49 *	0,45	0,39	0,44
5 CONSERVAS DE ATUM (120 g)	0,59	1,19	0,59 *	0,58 *	0,74	0,45	0,54 *	0,52	0,47 *	0,64	0,52	0,49	0,54	0,48 *	0,40	0,48
6 CONSERVAS DE SARDINHA (120 g)	0,52	0,39	0,35 *	0,39 *	0,41	0,33	0,62 *	0,39	0,40 *	0,44	0,44	0,44	0,47 *	0,39	0,36	0,42
7 OVOS (dúzia)	0,94	1,08	0,90	0,94	0,97	0,87	1,58 *	1,10	0,89	1,34	1,16	1,39 *	1,38	1,15 *	1,15	1,27
8 LEITE MEIO GORDO	0,49	0,39 *	0,39 *	0,49 *	0,44	0,43	0,51 *	0,42	0,44	0,46	0,45	0,40	0,44	0,44	0,37	0,41
9 QUEIJO TIPO FLAMENGO	4,93	4,48	4,49	4,65 *	4,64	3,98	4,69	4,99	4,48	4,63	4,55	4,63	5,98 *	4,28	4,48	4,84
10 AZEITE 1,5 * (1 Lt)	2,64	2,19	2,19 *	2,39 *	2,35	2,22	2,69 *	2,19	2,25 *	2,19	2,31	2,19	2,34 *	2,28 *	2,29	2,28
11 ÓLEO ALIMENTAR (1 Lt)	0,79	0,79	0,89 *	0,97 *	0,86	0,78	0,95	0,75	0,77	0,79	0,81	0,69	0,79	0,78	0,78	0,76
12 MARGARINA DE USO CULINÁRIO (250 g)	0,39	0,30 (7)	0,34 *	0,37 *	0,35	0,34	0,40 *	0,55	0,36 *	0,36 *	0,40	0,36 *	0,38 *	0,36 *	0,34	0,36
13 MANTEIGA (250 g)	1,27	0,99	0,99	1,14 *	1,10	0,83	1,19 *	1,07	1,04 *	1,04 *	1,03	1,07	0,90	1,03 *	0,99	1,00
14 AÇÚCAR	1,02	0,86	0,92	0,87	0,92	0,89	0,89 *	0,87	0,87	0,87	0,88	0,86	0,86 *	0,86	0,86	0,86
15 CAFÉ TORRADO (250 g)	1,69	1,29	0,69 *	1,35 *	1,26	1,29	1,74 *	1,09	1,29	1,45	1,37	1,45	1,29	1,28 *	1,44	1,37
16 SAL DE MESA (250 g)	0,27	0,16 *(3)	0,20 *(8)	0,19 *	0,21	0,24	0,29 *	0,25	0,23 *	0,19 *	0,24	0,22 *	0,20 *	0,22 *	0,28	0,23
17 VINAGRE (0,75 Lt)	0,39 (4)	0,33 (4)	0,33 *(4)	0,37 *	0,36	0,33	0,65 *	0,49 (4)	0,38 (4)	0,39 (4)	0,45	0,39 (4)	0,33 (4)	0,44 *	0,38 (4)	0,39
18 CERVEJA (0,33 Lt)	0,30	0,25	0,31	0,19	0,26	0,22	0,19	0,18	0,22	0,20	0,20	0,20	0,18	0,18	0,18	0,19
19 REFRESCO DE COLA (1,5 Lt)	0,35 (1)	0,26 (1)	0,26 *(1)	0,32 (1)	0,30	0,24 (1)	0,74 *	0,29 *	0,26 (1)	0,74 *	0,45	0,74 *	0,26 (1)	0,79 *	0,24 *(1)	0,51
20 ÁGUA MINERAL (1,5 Lt)	0,17	0,17	0,14	0,20	0,17	0,16	0,21	0,20	0,15 *	0,24 *	0,19	0,24 *	0,17	0,15 *	0,19 *	0,19
<b>Contagem (produtos comuns):</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>Soma (produtos comuns):</b>	<b>18,72</b>	<b>16,76</b>	<b>15,50</b>	<b>17,23</b>	<b>17,05</b>	<b>15,20</b>	<b>19,92</b>	<b>17,09</b>	<b>16,24</b>	<b>17,72</b>	<b>17,23</b>	<b>17,41</b>	<b>18,25</b>	<b>16,77</b>	<b>16,29</b>	<b>17,18</b>

\*: Produto "branco".  
 (1): Vendido em embalagem de 2 litros. (4): Vendido em embalagem de 1 litro. (7): Vendido em embalagem de 1 Kg.  
 (2): Vendido em embalagem de 185 gramas. (5): Vendido em embalagem de 500 ml. (8): Vendido em embalagem de 200 gramas.  
 (3): Vendido em embalagem de 750 gramas. (6): Vendido em embalagem de 500 gramas.

CONSERVAÇÃO E LIMPEZA	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS						HIPERMERCADOS				
	Super Desc.	LIDL	PLUS	Dia/Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-four	MÉDIA
21 DETERGENTES EM PÓ PARA MÁQ. DE ROUPA (1,7 Kgs = 14 Doses)	1,02 (1)	1,70 *(18)	1,36 *(9)	2,35 (4)	1,61	2,99	2,99 *	1,27 *(9)	3,00 *(4)	2,99	2,65	2,68 *(7)	2,68 (7)	3,10 *(4)	1,08 *(9)	2,39
22 EM PÓ PARA LAV. MAN. DE ROUBA (600/650 g)	1,24	0,73 *	0,69 *	1,65	1,08	1,29	1,69	1,29	1,25 *	0,99 *	1,30	1,19 *	0,88	1,24 *	1,33	1,16
23 EM PÓ PARA MAQ. LOIÇA (1 Kg)	3,79	1,33 *(2)	-	1,24 *(2)	2,12	1,43 *	2,78 *	1,65 *(2)	1,99 *(8)	2,29 *	2,03	2,29 *	1,87 *(8)	1,99 *(8)	1,53 *(2)	1,92
24 LIQUÍDO PARA LAVAGEM MAN. DE LOIÇA (1 Lt)	0,54	0,50 *(3)	0,44 *	0,76 *(10)	0,56	0,37 *	1,00 *(10)	0,79 *	0,76 *	0,50	0,68	0,49	0,59	0,45 *(3)	0,58	0,53
25 LIQUIDO MULTIUSOS (1,5 Lt)	0,62 (3)	0,59 *(3)	0,52 *(3)	0,79 *(3)	0,63	0,51 *(5)	0,69 *	1,49 *	0,63 (3)	0,59 (3)	0,78	0,59 (3)	0,49	0,59 *(3)	0,59 *	0,57
26 LIXÍVIA SIMPLES (1 Lt)	0,34	0,19 *(15)	0,17 *(14)	0,35 *(3)	0,26	0,26 *	0,49 *	0,34 *(3)	0,30 (3)	0,29	0,34	0,29	0,30 (3)	0,25 *(3)	0,25 (8)	0,27
27 PRODUTOS P/WC - Líquido (750 ml)	1,56 (6)	0,74 *(5)	1,59	0,97 *	1,22	0,75 *	0,89 *	0,66 *	0,69	0,79	0,76	0,79	0,93 *	0,69 *	0,66 *	0,77
28 PAPEL HIGIÉNICO (4 rolos)	0,69	0,80 *	0,56 *	0,83	0,72	0,66	0,79 *	0,55	0,61	0,65	0,65	0,63	0,80 *	0,57 *	0,66	0,67
<b>Contagem (produtos comuns):</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>Soma (produtos comuns):</b>	<b>6,01</b>	<b>5,25</b>	<b>5,33</b>	<b>7,70</b>	<b>8,19</b>	<b>6,83</b>	<b>8,54</b>	<b>6,39</b>	<b>7,24</b>	<b>6,80</b>	<b>9,19</b>	<b>6,66</b>	<b>6,67</b>	<b>6,89</b>	<b>5,15</b>	<b>8,26</b>

\*Produto "basico".  
 (1):Vendido em embalagem de 4 quilos. (4):Vendido em embalagem de 16/18 dos (7):Vendido em embalagem de 36 doses (10):Vendido em embalagem de 750 ml (13):Vendido em embalagem de 1,5 litros. (16):Vendido em bem de 1000 litros.  
 (2):Vendido em embalagem de 3 quilos. (5):Vendido em embalagem de 1 litro. (8):Vendido em embalagem de 2,5 Kg/L (11):Vendido em embalagem de 3,5 quilos (14):Vendido em embalagem de 5 litros. (17):Vendido em embalagem de 27 doses.  
 (3):Vendido em embalagem de 2 litros. (6):Vendido em embalagem de 500 ml. (9):Vendido em embalagem de 5 quilos. (12):Vendido em embalagem de 1,5 quilos (15):Vendido em embalagem de 4 litros. (18):Vendido em embalagem de 42 doses.

TOUCADOR E HIGIENE PESSOAL	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS						HIPERMERCADOS				
	Super Desc.	LIDL	PLUS	Dia/Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-four	MÉDIA
29 SABONETE (125 g)	0,44	0,35	0,28 *	0,34 *	0,35	0,29	0,37 *	0,56	0,57	0,42 *	0,44	0,41 *	0,43 *	0,48	0,32 *	0,41
30 DENTÍFRICO (75 ml)	0,79	0,47 (5)	0,59 *	0,69 *(7)	0,64	1,05	1,01 *	0,84	0,99 *	0,80 *	0,94	0,59	0,67 *	0,92 *	0,47 *	0,66
31 SHAMPOO (200 ml)	0,33 (9)	0,20 *(6)	0,26 *(9)	0,49 *(8)	0,32	0,38 (8)	0,79 *(10)	0,26 *(6)	0,20 (6)	0,93 (1)	0,51	0,40 (6)	1,49 *	0,20 *(6)	0,13 (6)	0,56
32 DESODORIZANTE EM SPRAY (150 ml)	1,69	0,97 *(2)	1,25 (2)	1,49 *	1,35	1,31 (2)	2,74	1,49 (2)	1,00	2,59	1,83	2,34	2,39	1,99	0,74 *(2)	1,87
33 DESODORIZANTE EM STICK OU ROLL (70/75 ml)	4,71 (14)	1,39 *(3)	0,99 *	1,49 *	2,15	2,74	3,56 (3)	1,91	1,39 (3)	2,09	2,34	1,79	1,99	1,98	1,98	1,94
34 ESPUMA DE BARBEAR (200 ml)	1,19	0,66 *(1)	0,76 *(1)	1,35 *(10)	0,99	2,39	2,14 *	1,59	2,13 *	1,49 *	1,95	1,49 *	2,21	1,67 *(10)	0,66 *(1)	1,51
35 AFTER SHAVE (100 ml)	1,39 (5)	2,49 *	-	1,69	1,86	1,99	4,43	3,91	3,98	2,99	3,46	2,99 *	4,39	3,88	4,39	3,91
36 MÁQUINAS DE BARBEAR DESCARTÁVEIS (5)	3,49	1,07	0,50 *	0,48 *	1,39	0,49	0,95 *	3,19	0,61	0,40	1,13	0,40	1,05	1,00 *	0,59 *	0,76
37 PENSOS HIGIÉNICOS (20 pensos)	0,82	0,89	0,79 *	0,99 *	0,87	0,79	1,69	1,58	0,89	0,59	1,11	0,59	0,89 *	0,90 *	0,79 *	0,79
38 LACA (300 ml)	2,29	1,04 (8)	1,04 *(8)	1,19 *(8)	1,39	1,09	2,74 *	2,99	2,13	2,94	2,38	2,94	1,98 *	2,18 *	0,98 (8)	2,02
<b>Contagem (produtos comuns):</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Soma (produtos comuns):</b>	<b>15,75</b>	<b>7,04</b>	<b>6,46</b>	<b>8,51</b>	<b>11,30</b>	<b>10,53</b>	<b>15,99</b>	<b>14,41</b>	<b>9,91</b>	<b>12,25</b>	<b>16,08</b>	<b>10,95</b>	<b>13,10</b>	<b>11,32</b>	<b>6,66</b>	<b>14,42</b>

\*Produto "basico".  
 (1):Vendido em embalagem de 300 ml (4):Vendido em embalagem de 150 ml (7):Vendido em embalagem de 100 ml (10):Vendido em embalagem de 250 ml (14):Vendido em embalagem de 40 ml.  
 (2):Vendido em embalagem de 200 ml (5):Vendido em embalagem de 125 ml (8):Vendido em embalagem de 400 ml (11):Vendido em embalagem de 500 ml.  
 (3):Vendido em embalagem de 50 ml (6):Vendido em embalagem de 1000 ml (9):Vendido em embalagem de 750 ml (13):Vendido em embalagem de 100 gms

QUADRO II

## COMPARAÇÃO DOS PREÇOS MÉDIOS POR GRUPOS DE PRODUTOS (Junho e Julho de 2003)

	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS						HIPERMERCADOS				
	Super Desc.	LIDL	PLUS	Dia/Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-four	MÉDIA
ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	18,72 20	16,76 20	15,50 20	17,23 20	17,05 20	15,20 20	19,92 20	17,09 20	16,24 20	17,72 20	17,23 20	17,41 20	18,25 20	16,77 20	16,29 20	17,18 20
CONSERVAÇÃO E LIMPEZA (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	6,01 7	5,25 7	5,33 7	7,70 7	8,19 8	6,83 7	8,54 7	6,39 7	7,24 7	6,80 7	9,19 8	6,66 7	6,67 7	6,89 7	5,15 7	8,26 8
TOUCADOR E HIGIENE PESSOAL (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	15,75 9	7,04 9	6,46 9	8,51 9	11,30 10	10,53 9	15,99 9	14,41 9	9,91 9	12,25 9	16,08 10	10,95 9	13,10 9	11,32 9	6,66 9	14,42 10
<b>TOTAL</b> (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	<b>40,48</b> <b>36</b>	<b>29,05</b> <b>36</b>	<b>27,29</b> <b>36</b>	<b>33,44</b> <b>36</b>	<b>36,53</b> <b>38</b>	<b>32,56</b> <b>36</b>	<b>44,45</b> <b>36</b>	<b>37,89</b> <b>36</b>	<b>33,39</b> <b>36</b>	<b>36,77</b> <b>36</b>	<b>42,50</b> <b>38</b>	<b>35,02</b> <b>36</b>	<b>38,02</b> <b>36</b>	<b>34,98</b> <b>36</b>	<b>28,10</b> <b>36</b>	<b>39,86</b> <b>38</b>

Lisboa, 31 de Julho de 2003

O Assessor Principal

(Luis Filipe Felgas)