

PREÇOS DAS LOJAS DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS

Comparação de preços em Jun./Jul. de 2002 - Principais conclusões.

1- INTRODUÇÃO E METODOLOGIA UTILIZADA

Durante os meses de Junho e Julho de 2002, 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. Note-se que se recolheram, já, preços da cadeia de lojas de Desconto, denominada *Plus Superdesconto*, do grupo Tengelmann, e nos Supermercados *Leclerc*. Assim, o número de cadeias passou de 11 para 13, como se pode observar nos Quadros e Gráficos que acompanham este estudo.

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. Quando isso não foi possível escolheu-se 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 36 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 (casos do *Dia / MiniPreço* e do *Lidl*), 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:

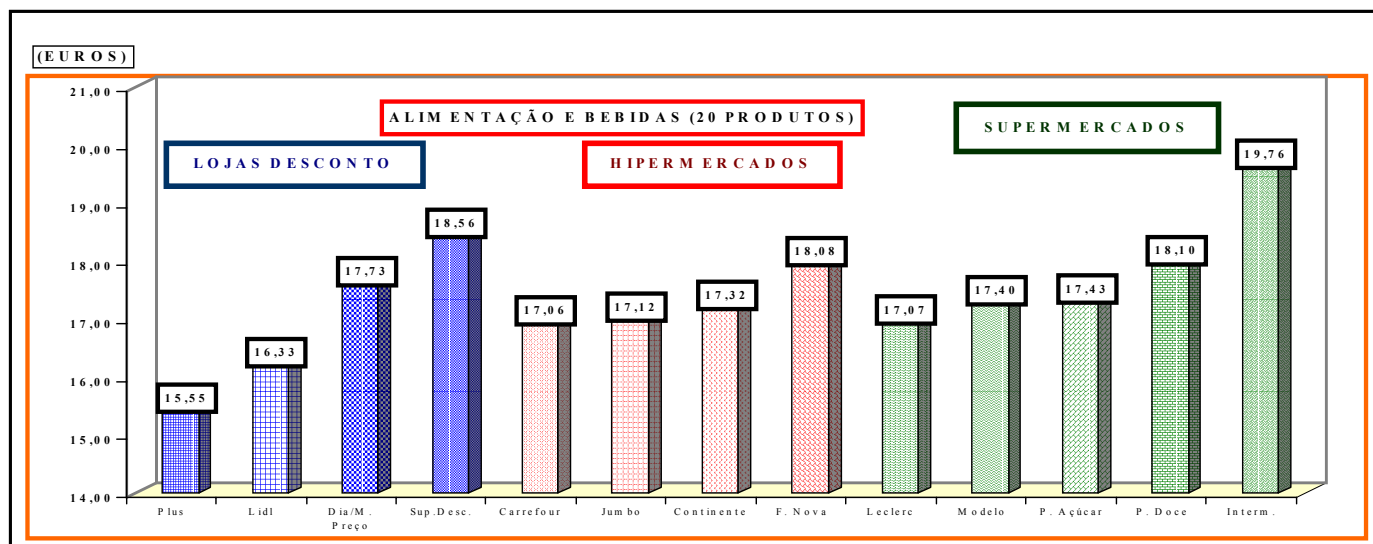
- Quadro I: Preços médios nas lojas de Desconto, Supermercados e Hipermercados;
- Quadro II: Comparação dos preços médios por grupos de produtos.

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

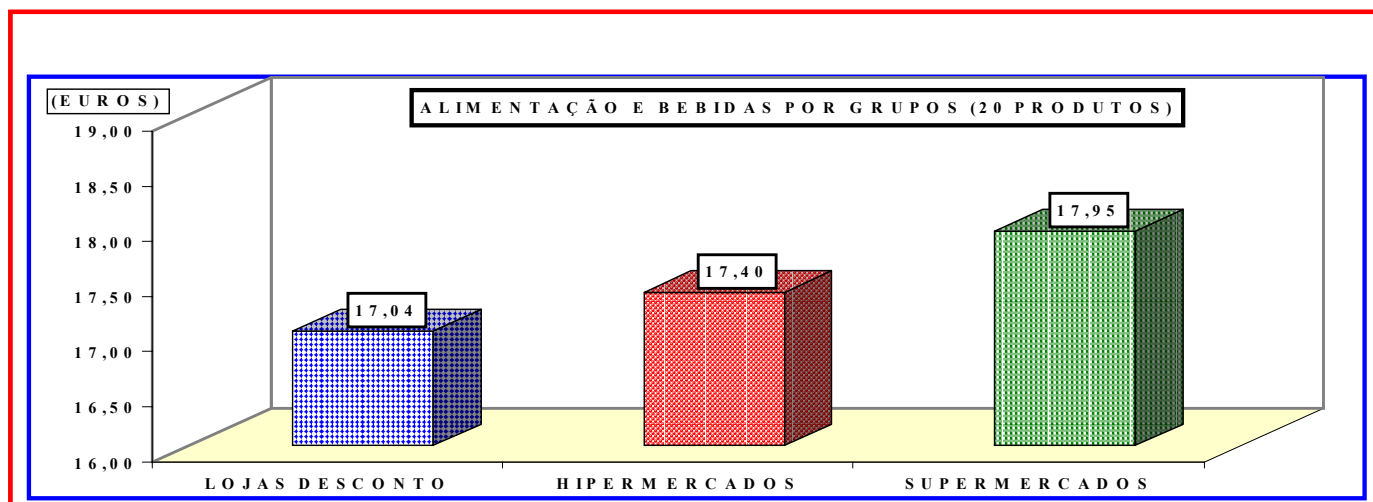
A- ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS

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 *Plus*, seguindo-se a *Lidl*. No conjunto a cadeia mais cara, neste caso a *Intermarché*, praticou preços superiores em 27,1% aos da *Plus*, ou seja, esta cadeia praticou preços médios inferiores em 21,3% aos praticados na *Intermarché*.



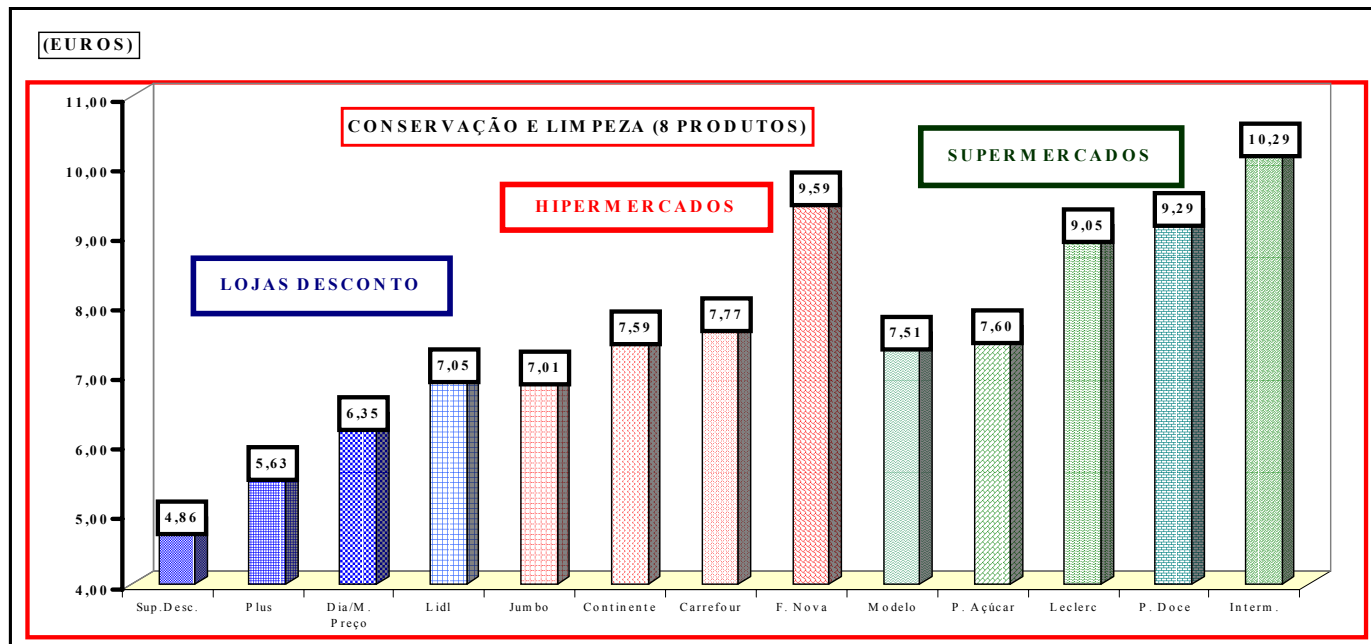
Considerando as cadeias, por grupo, verificamos que as lojas de Desconto, para os 20 produtos considerados, praticaram, nestes meses, preços inferiores em 2,1% aos dos Hipermercados, e em 5,1% aos dos Supermercados. Considerando, como denominador da relação, os preços das lojas de Desconto, verificamos que os Hipermercados e os Supermercados praticam, respectivamente, preços superiores em 2,1% e em 5,3% aos preços das lojas de Desconto.

SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUN./JUL. DE 2002)



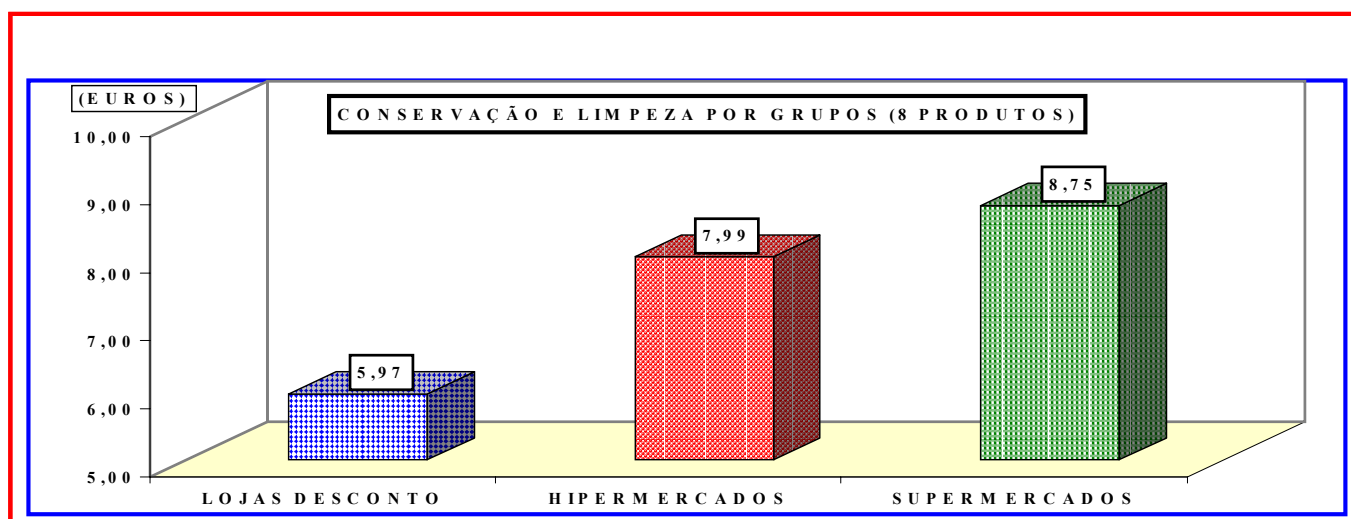
B- CONSERVAÇÃO E LIMPEZA

Neste grupo escolheram-se 8 produtos, todos comercializados nas 13 cadeias. A cadeia mais barata é a *SuperDesconto*, e a mais cara a *Intermarché*. Esta última cadeia pratica preços superiores em 111,7% aos da cadeia com preços mais baixos, ou seja, esta pratica preços inferiores em 52,8% aos da cadeia com preços mais elevados.



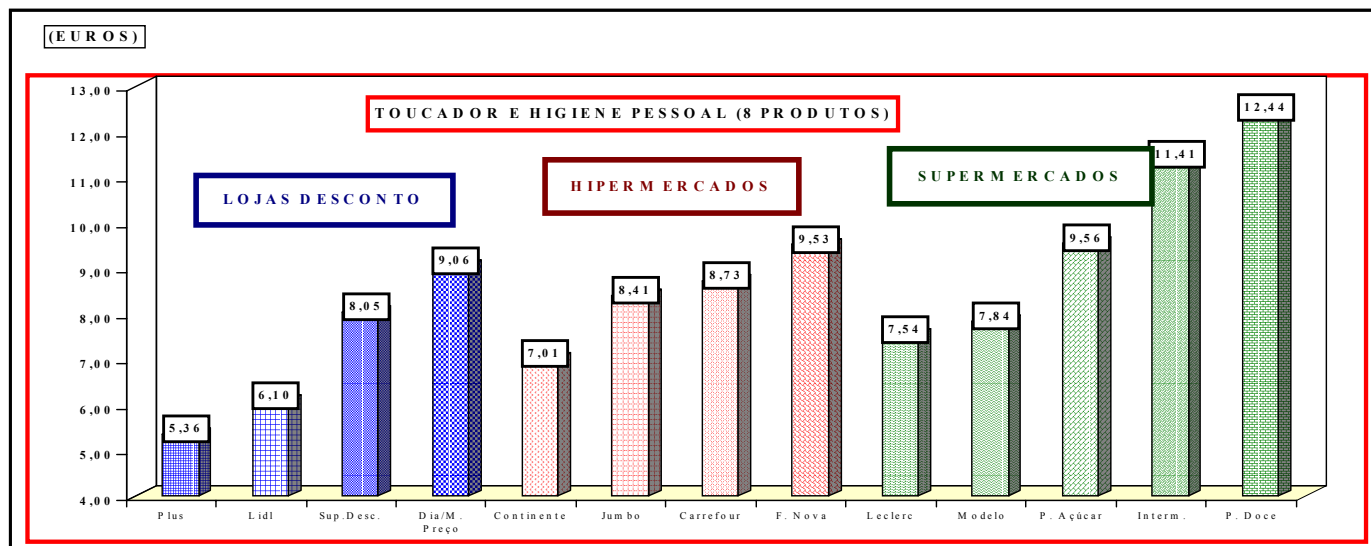
Por tipo de lojas, as de *Desconto*, para os 8 produtos, apresentam preços inferiores em 25,3% aos dos Hipermercados e em 31,8% aos dos Supermercados. Ou seja, os Hipermercados praticam preços superiores em 33,8%, aos das lojas de Desconto e os Supermercados em 46,6%, também em relação às lojas de Desconto.

SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUN./JUL. DE 2002)



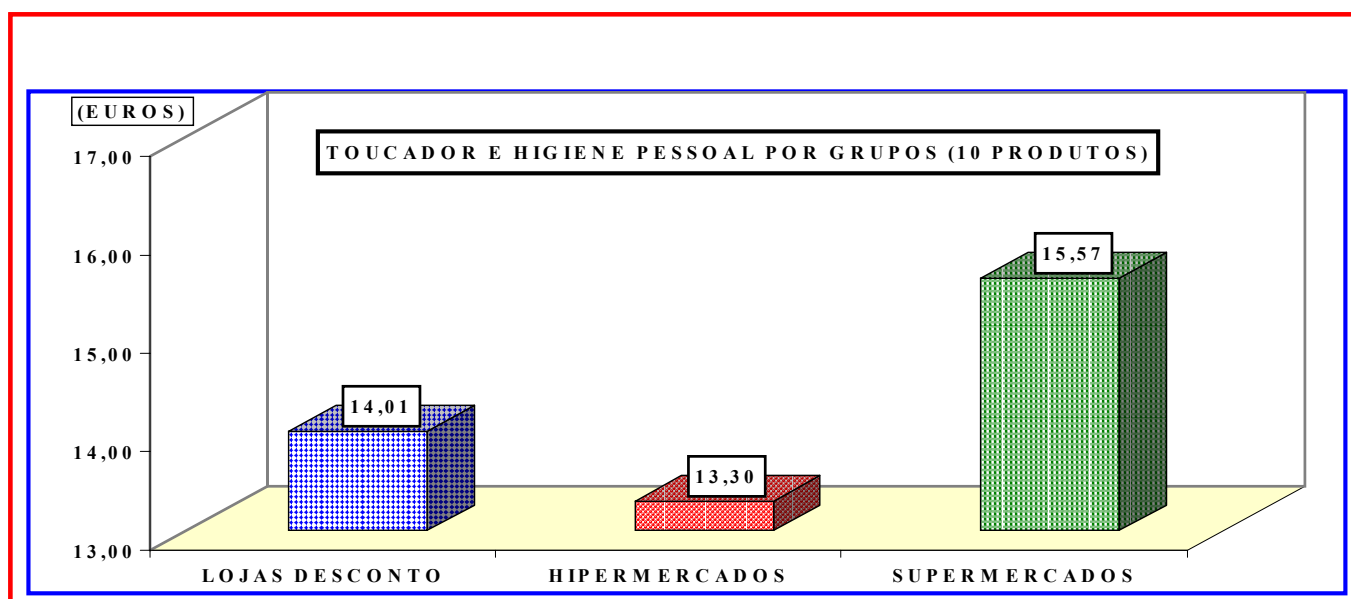
C- TOUCADOR E HIGIENE PESSOAL

Neste grupo escolhemos 10 produtos, oito comuns às 13 cadeias. A cadeia mais barata é a *Plus*, e a mais cara a *Pingo Doce*, que pratica preços superiores em 132,1% aos da cadeia mais barata, praticando, esta, preços inferiores em 56,9% aos do *Pingo Doce*.



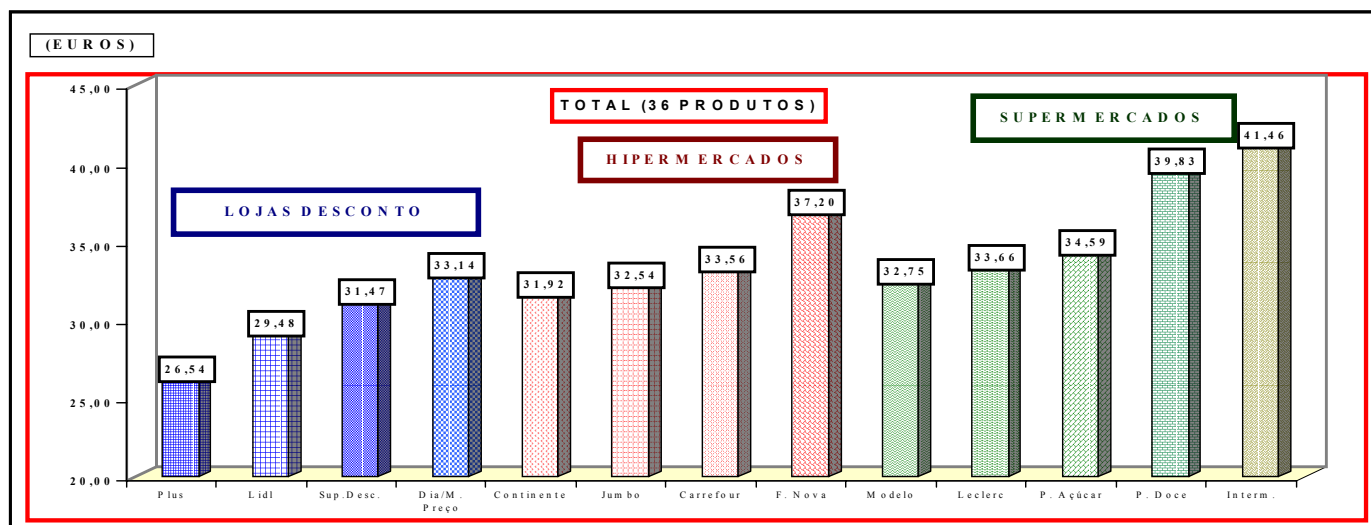
Para os 10 produtos as lojas de Desconto apresentam preços superiores, em 5,3%, aos dos Hipermercados e inferiores em 10,0%, aos dos Supermercados. Ou seja, os preços dos Hipermercados são inferiores, em 5,1%, aos das lojas de Desconto e os preços dos Supermercados são superiores, em 11,1%, aos das lojas de Desconto.

SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUN./JUL. DE 2002)



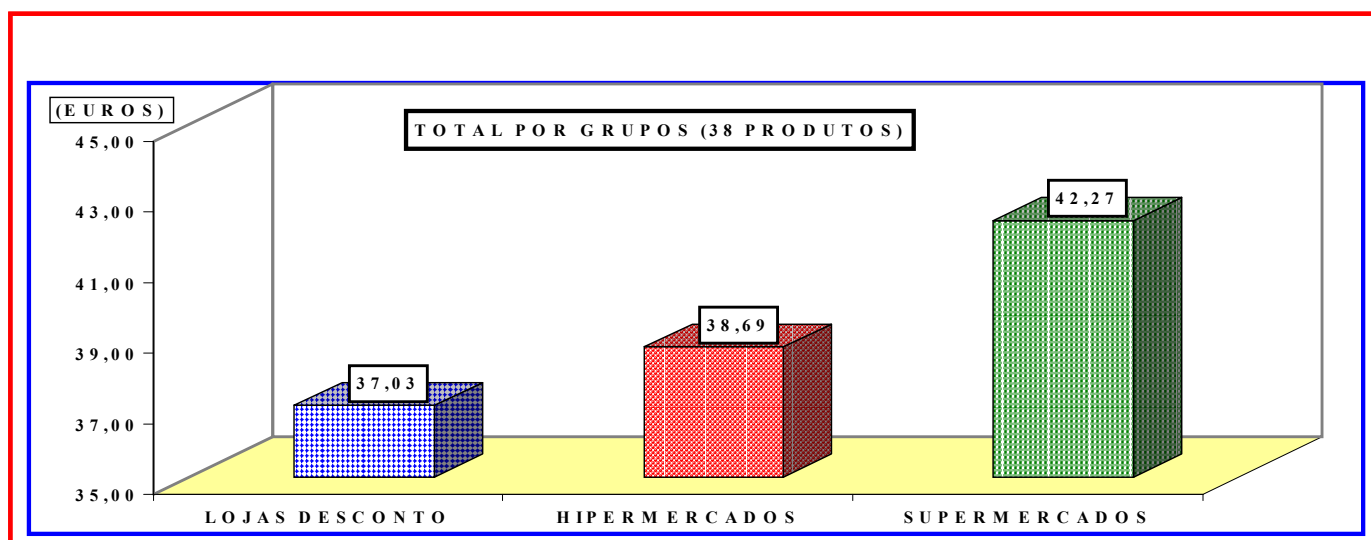
D- TOTAL (Quadro II)

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 *Lidl*. As cadeias mais caras são a *Intermarché* e a *Pingo Doce*. A cadeia *Intermarché* pratica preços superiores, em 56,2%, aos da *Plus*, que pratica preços inferiores, em 36,0%, aos da *Intermarché*.



Para os 38 produtos as lojas de Desconto apresentam preços inferiores, em média em 4,3%, aos preços dos Hipermercados e, em 12,4%, aos dos Supermercados. Dito de outro modo, os preços dos Hipermercados são superiores, em 4,5%, aos das lojas de Desconto, enquanto os Supermercados praticam preços superiores, em 14,2%, em relação às lojas de Desconto.

SOMA DOS PREÇOS MÉDIOS EM CADEIAS DE DESCONTO, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS (JUN./JUL. DE 2002)



- CONCLUSÕES FINAIS

Como é observável nos Quadros e Gráficos que constam deste trabalho, as lojas de Desconto apresentam, para o conjunto de 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 homogénea, 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 I

Preços médios das lojas de Desconto, Supermercados e Hipermercados (Junho e Julho de 2002)

Kg ou Litro, salvo outra indicação	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS					HIPERMERCADOS						
	ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS	SUPER-DESCONTO	LIDL	PLUS	Dia e Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-tour	MÉDIA
1	ARROZ (extra longo)	0,69	0,69	0,59	0,74 *	0,68	0,69	0,69 *	0,62	0,65 *	0,59	0,65	0,59	0,65	0,64 *	0,67	0,64
2	FARINHA (uso culinário)	0,39	0,34 *	0,29	0,36 *	0,35	0,36	0,39 *	0,38	0,33 *	0,39 *	0,37	0,39 *	0,39 *	0,33 *	0,34	0,36
3	MASSA (esparguete) (500 g)	0,29	0,29	0,29	0,27 *	0,29	0,34	0,29 *	0,33	0,26 *	0,24	0,29	0,24	0,32 *	0,26 *	0,28	0,28
4	SALSICHAS TIPO FRANKFURT (4pacos)	0,44	0,44	0,39	0,49 *	0,44	0,59	0,59 *	0,57	0,49	0,42	0,53	0,42	0,47 *	0,47 *	0,46 *	0,46
5	CONSERVAS DE ATUM (120 g)	0,99	0,58 *(2)	0,59	0,56 *	0,68	0,49	0,59 *	0,49	0,59 *	0,45	0,52	0,45	0,47	0,52 *	0,52 *	0,49
6	CONSERVAS DE SARDINHA (120 g)	0,52	0,37 *	0,32	0,39 *	0,40	0,34	0,59 *	0,39	0,49 *	0,32	0,43	0,32	0,49 *	0,39 *	0,43	0,41
7	OVOS (dúzia)	0,74	1,08	0,88	0,98	0,92	1,28	1,30	1,29	1,34	1,32	1,31	1,38	1,20	1,39	1,05	1,26
8	LEITE MEIO GORDO	0,48	0,46 *	0,44	0,50 *	0,47	0,51	0,47 *	0,44	0,46	0,48	0,47	0,48	0,49 *	0,47	0,44	0,47
9	QUEIJO TIPO FLAMENGO	4,93	4,48	4,49	4,73 *	4,66	6,56	4,48 *	4,68	4,59	4,63	4,99	4,63	4,79	4,17	4,29	4,47
10	AZEITE 15* (1L)	2,39	2,19	2,12	2,47 *	2,29	2,40	2,29 *	2,27	2,19	2,24	2,28	2,24	2,39 *	2,09	2,44	2,29
11	ÓLEO ALIMENTAR (1L)	0,99	0,74	0,89	0,98 *	0,90	0,86	0,99 *	0,74	0,79	0,74	0,82	0,74	0,94	0,79	0,79	0,82
12	MARGARINA DE USO CULINÁRIO (250 g)	0,48	0,29 *(7)	0,34	0,37 *	0,37	0,34	0,34 *	0,37	0,36 *	0,36 *	0,35	0,36 *	0,38 *	0,36 *	0,34	0,36
13	MANTEIGA (250 g)	1,12	0,99	1,05	1,12 *	1,07	1,18	1,09 *	1,25	1,14 *	1,10 *	1,15	1,10 *	1,17 *	1,11 *	1,35 *	1,18
14	AÇÚCAR	0,99	0,89	0,88	0,92	0,92	0,94	0,89	0,91	0,89	0,91	0,91	0,91	0,89	0,89	0,90	0,90
15	CAFÉ TORRADO (250 g)	1,62	1,29	0,79	1,44 *	1,29	1,29	1,29 *	0,78	1,39 *	1,44	1,24	1,34	1,49 *	1,28 *	1,44	1,39
16	SAL DE MESA (250 g)	0,24	0,16 *(3)	0,16	0,17 *	0,18	0,24	0,29 *	0,24	0,20 *	0,22 *	0,24	0,22 *	0,24 *	0,25 *	0,29	0,25
17	VINAGRE (0,75 L)	0,47	0,37 (4)	0,33 (4)	0,51 *(5)	0,42	0,49	0,44 *	0,50	0,49 *	0,34 (1)	0,45	0,34	0,43 *	0,46 *	0,37 (4)	0,40
18	CERVEJA (0,33 L)	0,24	0,25	0,31	0,21	0,25	0,23	0,26	0,21	0,31	0,22	0,25	0,20	0,19	0,26	0,22	0,22
19	REFRESCO DE COLA (1,5L)	0,35 (1)	0,26 (1)	0,26 (1)	0,32 (1)	0,30	0,39 (1)	0,49 (1)	0,29 (1)	0,30 *(1)	0,74 *	0,44	0,74 *	0,42	0,79 *	0,25	0,55
20	ÁGUA MINERAL (1,5 L)	0,20	0,17	0,14	0,20 *	0,18	0,24	0,34	0,32	0,17 *	0,25 *	0,26	0,23 *	0,27	0,20	0,19 *	0,22
Contagem (produtos comuns):		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Soma (produtos comuns):		18,56	16,33	15,55	17,73	17,04	19,76	18,10	17,07	17,43	17,40	17,95	17,32	18,08	17,12	17,06	17,40

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

CONSERVAÇÃO E LIMPEZA	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS					HIPERMERCADOS						
	Super Desconto	LIDL	PLUS	Dia e Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-tour	MÉDIA	
21	DETERGENTES EMPÓ PARA MÁQ. DE ROUPA (1,7 Kg = 14 Doses)	1,00 (1)	1,69 *(1)	1,16 *(1)	1,21 (1)	1,27	3,11 *(17)	2,33 *(7)	1,52 (9)	1,05 *(1)	1,02 (9)	1,81	1,02 (5)	2,59	1,07 (1)	1,19 (9)	1,47
22	EMPÓ PARA LAVAGEM MANUAL DE ROUBA (600/650 g)	0,52	0,74 *	0,66 *	0,76 *	0,67	1,49 *	1,29 *	1,19	1,31 *	1,01 *	1,26	1,01 *	0,94 *	1,24 *	1,23	1,11
23	EMPÓ PARA MÁQ. LOIÇA (1 Kg)	0,52	1,16 *(2)	1,31 *(2)	1,24 *(2)	1,06	2,49 *	1,99 *	1,49 (2)	1,99 *(8)	2,19 *	2,03	2,19 *	1,68 *(8)	1,06 *(2)	1,53 *(2)	1,62
24	LIQUÍDO PARA LAVAGEM MAN. DE LOIÇA (1 L)	0,52	0,45 *(3)	0,37 *(3)	0,61 *(13)	0,49	0,49 *	0,79 *(10)	0,92	0,77 *	0,50	0,69	0,50	0,86 (13)	0,76 *	1,00 (10)	0,78
25	LIQUÍDO MULTUSOS (1,5 L)	0,57 (3)	0,79 *	0,52 *(3)	0,70 *(3)	0,65	0,66 (5)	0,97 *(9)	1,64	0,63 *(3)	1,04 *(5)	0,99	1,03 (3)	1,22 *(5)	1,24 *(3)	1,21 *	1,18
26	LIXÍVIA SIMPLES (1 L)	0,37	0,19 *(15)	0,17 *(14)	0,30 *(3)	0,26	0,30 *	0,39 *	0,50	0,32	0,30	0,36	0,30	0,43 *	0,32	0,38 *(2)	0,36
27	PRODUTOS P/MC - Líquido (750 ml)	0,72	0,74 *(5)	0,45 *(13)	0,87 *	0,70	1,00 *	0,89 *	0,99	0,69 *	0,78	0,87	0,78	1,01 *(6)	0,71	0,69 *	0,80
28	PAPEL HIGIÉNICO (4 rolos)	0,64	1,29 *	0,99	0,66	0,90	0,75	0,64 *	0,80	0,84 *	0,67	0,74	0,76	0,86 *	0,61	0,54	0,69
Contagem (produtos comuns):		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Soma (produtos comuns):		4,86	7,05	5,63	6,35	5,97	10,29	9,29	9,05	7,60	7,51	8,75	7,59	9,59	7,01	7,77	7,99

* Produto "branco".
 (1) Vendido em embalagem de 4 quilos.
 (2) Vendido em embalagem de 3 quilos.
 (3) Vendido em embalagem de 2 litros.
 (4) Vendido em embalagem de 18 doses.
 (5) Vendido em embalagem de 1 litro.
 (6) Vendido em embalagem de 500 ml.
 (7) Vendido em embalagem de 36 doses.
 (8) Vendido em embalagem de 25 quilos.
 (9) Vendido em embalagem de 5 quilos.
 (10) Vendido em embalagem de 750 ml.
 (11) Vendido em embalagem de 35 quilos.
 (12) Vendido em embalagem de 15 quilos.
 (13) Vendido em embalagem de 15 litros.
 (14) Vendido em embalagem de 5 litros.
 (15) Vendido em embalagem de 27 doses.
 (16) Vendido em embalagem de 1000 litros.
 (17) Vendido em embalagem de 27 doses.

	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS						HIPERMERCADOS				
	Super Desconto	LIDL	PLUS	Dia e Mini-Preço	MÉDIA	Inter-marché	Pingo Doce	Leclerc	Pão de Açúcar	Modelo	MÉDIA	Conti-nente	Feira Nova	Jumbo	Carre-four	MÉDIA
29 SABONETE (125g)	0,59 (13)	0,30 *	0,31 *	0,39 *	0,40	0,41	0,37 *	0,55	0,34	0,49 *	0,43	0,41 *	0,35 *	0,32	0,34 *	0,36
30 DENTÍFRICO (75 ml)	0,74	0,47 (5)	0,59 *	0,69 *(7)	0,62	1,15	0,99 *	0,50	0,97 *	0,46	0,82	0,46	0,79 *	0,92 *	0,50 *	0,67
31 SHAMPOO (200 ml)	0,66 (11)	0,20 *(6)	0,26 *(9)	0,46 *(8)	0,40	1,16 (1)	1,28 *(10)	0,45 (6)	1,05 *(10)	0,47 (6)	0,88	0,46 (6)	1,09	0,15 *(6)	0,10 *(6)	0,45
32 DESODORIZANTE EM SPRAY (150 ml)	1,69	1,29 *	1,25 (2)	1,49 *	1,43	2,03 (2)	2,89	0,92 (2)	1,57 *(2)	1,99 *	1,88	2,02 *	2,62	2,00	1,93	2,14
33 DESODORIZANTE EM STICK OU ROLL (70/75 ml)	4,76 (14)	-	0,99 *	4,32 (14)	3,36	3,84 (3)	2,20	1,84	2,02	1,70	2,32	1,73	1,92	1,84	1,91	1,85
34 ESPUMA DE BARBEAR (200 ml)	0,99	0,66 (1)	0,99 *(1)	1,03 *(10)	0,92	2,09	2,14 *	1,69	2,09 *	2,33	2,07	1,56 (1)	0,87 *	1,67 *(10)	1,22 *	1,33
35 AFTER SHAVE (100 ml)	3,59	2,49	-	4,46	3,51	3,59	3,70	2,49	4,16	3,53	3,49	1,16	3,59	3,83	3,55	3,03
36 MÁQUINAS DE BARBEAR DESCARTÁVEIS (6)	0,49	1,25	0,42 *	2,93	1,27	0,51	0,89 *	0,57	1,10	0,40	0,69	0,40	1,10	0,88	0,75 *	0,78
37 PENSOS HIGIÉNICOS (20 pessos)	0,82	0,89	0,79	0,94 *	0,86	1,47	1,19 *	0,99	1,41	0,60	1,13	0,60	0,62 *	1,19	0,79 *	0,80
38 LACA (300 ml)	2,07	1,04 (8)	0,75 *(8)	1,13 *(8)	1,25	2,59	2,69 *	1,87 (8)	1,03 (8)	1,08 (8)	1,85	1,08 (8)	2,09 *	1,28	3,10	1,89
Contagem (produtos comuns):	8	8	8	8	10	8	8	8	8	8	10	8	8	8	8	10
Soma (produtos comuns):	8,05	6,10	5,36	9,06	14,01	11,41	12,44	7,54	9,56	7,84	15,57	7,01	9,53	8,41	8,73	13,30

* Produto "branco".
 (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 grs.

QUADRO II

<i>COMPARAÇÃO DOS PREÇOS MÉDIOS POR GRUPOS DE PRODUTOS (Junho e Julho de 2002)</i>																
	LOJAS DE DESCONTO					SUPERMERCADOS						HIPERMERCADOS				
	Super Desconto	LIDL	PLUS	Dia e 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):	18,56 20	16,33 20	15,55 20	17,73 20	17,04 20	19,76 20	18,10 20	17,07 20	17,43 20	17,40 20	17,95 20	17,32 20	18,08 20	17,12 20	17,06 20	17,40 20
CONSERVAÇÃO E LIMPEZA (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	4,86 8	7,05 8	5,63 8	6,35 8	5,97 8	10,29 8	9,29 8	9,05 8	7,60 8	7,51 8	8,75 8	7,59 8	9,59 8	7,01 8	7,77 8	7,99 8
TOUCADOR E HIGIENE PESSOAL (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	8,05 8	6,10 8	5,36 8	9,06 8	14,01 10	11,41 8	12,44 8	7,54 8	9,56 8	7,84 8	15,57 10	7,01 8	9,53 8	8,41 8	8,73 8	13,30 10
TOTAL (NÚMERO DE PRODUTOS CONSIDERADOS):	31,47 36	29,48 36	26,54 36	33,14 36	37,03 38	41,46 36	39,83 36	33,66 36	34,59 36	32,75 36	42,27 38	31,92 36	37,20 36	32,54 36	33,56 36	38,69 38

Lisboa, 8 de Outubro de 2002

O Assessor Principal

(Luis Filipe Felgas)