



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ANDRESSA DA SILVA DANTAS

**ANÁLISE DAS VARIAÇÕES NO PREÇO DA CESTA BÁSICA E A PERCEPÇÃO
DO CONSUMIDOR**

**JOÃO PESSOA
2021**

ANDRESSA DA SILVA DANTAS

**ANÁLISE DAS VARIAÇÕES NO PREÇO DA CESTA BÁSICA E A PERCEPÇÃO
DO CONSUMIDOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Ciências Contábeis, do Centro de Ciências
Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da
Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do
grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador (a): Prof. Dr. Wenner Glaucio Lopes
Lucena.

**JOÃO PESSOA
2021**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

D192a Dantas, Andressa da Silva.

Análise das variações no preço da cesta básica e a percepção do consumidor / Andressa da Silva Dantas. - João Pessoa, 2021.
41 f.

Orientação: Wenner Glaucio Lopes Lucena.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Cesta básica. 2. Preço. 3. Variações de preço. I. Lucena, Wenner Glaucio Lopes. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 657(02)

ANDRESSA DA SILVA DANTAS

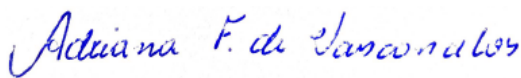
**ANÁLISE DAS VARIAÇÕES NO PREÇO DA CESTA BÁSICA E A PERCEPÇÃO
DO CONSUMIDOR**

Esta monografia foi julgada adequada para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do TCC em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

BANCA EXAMINADORA



Presidente: Prof. Dr. Wenner Glaucio Lopes Lucena
Instituição: UFPB



Membro: Prof.^a Dr.^a Adriana Fernandes de Vasconcelos
Instituição: UFPB



Membro: Prof. Dr. Moisés Araújo Almeida
Instituição: UFPB

João Pessoa, 12 de julho de 2021.

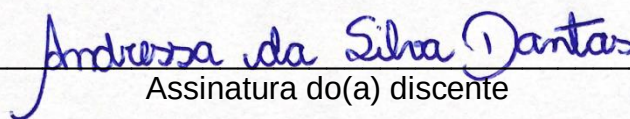
DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA

Eu, Andressa da Silva Dantas matrícula n.º 20160105241, autor(a) do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Análise das variações no preço da cesta básica e a percepção do consumidor, orientado(a) pelo(a) professor(a) Wenner Glaucio Lopes Lucena, como parte das avaliações do Curso de Ciências Contábeis no período letivo 2020.2 e requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel(a), declaro que o trabalho em referência é de minha total autoria, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte, além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho, obedecendo aos padrões nacionais para referências diretas e indiretas, ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho. Afirmo que em hipótese alguma representa plágio de material disponível em qualquer meio, e declaro, estar ciente das penalidades previstas nos artigos 184 e 298 do Decreto-Lei n.º 2.848/1940 – Código Penal Brasileiro, como também declaro não infringir nenhum dispositivo da Lei n.º 9.610/98 – Lei dos Direitos Autorais.

Assim, se houver qualquer trecho do texto em questão que configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais, assumo total responsabilidade, ficando a Instituição, o orientador e os demais membros da banca examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, ou pela veracidade e originalidade desta obra, cabendo ao corpo docente responsável pela sua avaliação não aceitá-lo como Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, no Curso de Ciências Contábeis, e, por conseguinte, considerar-me reprovado no Trabalho de Conclusão de Curso.

Por ser verdade, firmo a presente.

João Pessoa, 12 de julho de 2021.



Assinatura do(a) discente

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida e por sua bondade e infinita misericórdia;

Aos meus pais Damiana e Francisco, por todo esforço, dedicação e apoio em cada momento de minha vida;

Ao meu namorado Eromilson, por todo suporte, atenção, carinho e paciência que sempre teve comigo;

A todos os professores que contribuíram para a minha formação acadêmica, em destaque meu orientador Prof. Dr. Wenner Glaucio;

Aos colegas de graduação pela convivência e aprendizado durante este período. E a todos aqueles que, direta ou indiretamente participaram desse momento.

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo identificar a relevância das variações dos preços da cesta básica na visão dos consumidores da cidade de João Pessoa. Para isso, foram analisados apenas os produtos listados na cesta básica do DIEESE. Foi realizada uma coleta de preços dos produtos da cesta básica nos meses de setembro e outubro de 2020 três vezes durante o mês, que foram o início, o meio e o final do mês em quatro supermercados da capital. Essa pesquisa tem uma abordagem quantitativa, dado que visa validar hipóteses por meio da coleta de dados. Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, visto que descreve o perfil do consumidor, além de apresentar as características da população investigada. Após a coleta de preços nos supermercados, foi realizado um questionário de 14 questões com 101 (cento e um) consumidores acerca de questões relacionadas a cesta básica e finanças. A partir dos resultados, pode-se concluir a existência de variações de preços de um mesmo produto durante o mês, entretanto, não foi possível identificar a correlação existente entre os supermercados, visto que as variações de preços não possuem um padrão que possam se relacionar entre si. Também foi possível avaliar que mesmo existindo uma lista de itens considerados oficiais que compõem a cesta básica, de acordo com os consumidores não é necessário comprar todos eles, em um nível de itens mais importantes.

Palavras-chave: Cesta básica. Preço. Variações.

ABSTRACT

The present work had as objective to identify the relevance of the variations in the prices of the basic basket in the vision of the consumers of the city of João Pessoa. For this purpose, only the products listed in the DIEESE food basket were analyzed. A price collection of basic food basket products was carried out in September and October 2020 three times during the month, which were the beginning, middle and end of the month in four supermarkets in the capital. This research has a quantitative approach, as it aims to validate hypotheses through data collection. As for the objectives, the research is classified as descriptive, as it describes the profile of the consumer, in addition to presenting the characteristics of the investigated population. After collecting prices in supermarkets, a questionnaire of 14 questions was carried out with 101 (one hundred and one) consumers about issues related to basic food basket and finance. From the results, it can be concluded that there are price variations for the same product during the month, however, it was not possible to identify the correlation between supermarkets, since price variations do not have a pattern that can be related each other. It was also possible to assess that even with a list of items considered official that make up the basic basket, according to consumers, it is not necessary to buy all of them, at a level of more important items.

Keywords: Basic basket. Price. Variations.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tabela de provisões mínimas estipuladas pelo Decreto lei nº 399/1938.....	15
Tabela 2 – Salário-mínimo nominal e necessário.....	17

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estados que compõem cada região.....	16
Quadro 2 - Perfil dos respondentes	29
Quadro 3 - Dados financeiros.....	30
Quadro 4 - Preferências dos consumidores.....	31
Quadro 5 - Percepção do consumidor.....	31
Quadro 6 - Itens da cesta básica.....	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	13
1.2	OBJETIVOS.....	13
1.2.1	Objetivo geral.....	13
1.2.2	Objetivos específicos	13
1.3	JUSTIFICATIVA.....	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	CESTA BÁSICA	15
2.2	RELAÇÃO ENTRE O CONSUMO DA CESTA BÁSICA E O SALÁRIO-MÍNIMO	17
2.3	FATORES QUE INFLUENCIAM NA FORMAÇÃO DE PREÇO DOS PRODUTOS DA CESTA BÁSICA	19
2.4	ASPECTOS GERAIS DA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	21
2.5	PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	22
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	24
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	24
3.2	POPULAÇÃO E AMOSTRA	24
3.3	PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	25
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	26
4.1	ANÁLISE DA CESTA BÁSICA DE JOÃO PESSOA	26
4.2	ANÁLISE DOS DADOS	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
	REFERÊNCIAS.....	35
	APÊNDICE A.....	40

1 INTRODUÇÃO

Desde os primórdios, o ser humano necessita da alimentação, dentre outros elementos, para manter-se vivo. No princípio, ele era dependente da caça, pesca e do que a natureza tinha a oferecer para poder alimentar-se, no entanto, com o desenvolvimento da sociedade, o homem viu a possibilidade de produzir seu alimento por meio das plantações e assim gerenciá-los da melhor forma possível, garantindo seu sustento durante o ano, o que em seguida trouxe consigo a industrialização, que veio como uma forma de facilitar os processos e consequentemente se estende até os dias atuais (SILVA; ECKARDT, 2017).

Com o desenvolvimento industrial veio a mecanização da agricultura, fato que contribuiu para a expropriação de diversos trabalhadores rurais, que findaram migrando do campo para as cidades, visto que eram lá que se concentravam os centros industriais (TOMBINI; SAQUET, 2014). A partir disso, houve uma maior facilidade em obter os alimentos, o que consequentemente fez com que houvesse mais ofertas de um mesmo produto, dado que haveria uma produção em maior escala com a industrialização dos produtos.

Devido à maior oferta de produtos comercializados advindos da industrialização, é viável que os consumidores identifiquem os estabelecimentos que comercializam os produtos por um preço menor, a fim de encontrar itens mais baratos sem perder a qualidade, com o intuito de economizar. Dessa forma, a pesquisa por produtos mais baratos tornou-se algo habitual na vida dos consumidores brasileiros, visto que o salário-mínimo corrente não condiz com o poder aquisitivo de bens e serviços disponíveis para a população. Assim, faz-se necessário a busca por menores preços para poder suprir suas necessidades dentro do orçamento que o indivíduo possui.

De acordo com a CNN Brasil (2021), o valor da cesta básica já é cerca de 60% do salário-mínimo atualmente, se tornando a pior proporção em 15 anos. O resultado disso é uma procura por menores preços por parte da população. Isso se deve ao fato de que o salário-mínimo não teve um ajuste maior que a alta da inflação, o que ocasionou em um aumento salarial sem ganho real, havendo perda do poder aquisitivo.

A cesta básica é composta por um conjunto de produtos utilizados por uma família, ou seja, é um grupo de produtos fundamentais para suprir as necessidades

fisiológicas e nutricionais de uma família composta por quatro pessoas, sendo um casal e duas crianças, pelo período de um mês (FERNANDES; DIAS, 2011).

O conceito de cesta básica no Brasil foi instituído pelo Decreto-Lei nº 399, de 30 de abril de 1938 que apresenta os itens que a compõe. Eles variam em produtos e quantidade de acordo com a região do país. Essa variação é causada devido às particularidades que cada Estado possui, pela oferta de produtos, pela finalidade para o qual foi definida, pelo modelo de consumo que a região possui ou até mesmo pelo provedor que fornece a cesta básica (BRASIL, 1938).

Para poder definir quais itens iriam compor a cesta básica juntamente com suas respectivas quantidades, foi realizado um estudo censitário, onde foram obtidas informações salariais destas localidades, com o intuito de identificar o valor médio salarial recebido pelos trabalhadores, em contrapartida ao valor mínimo que ele deveria receber para o sustento e bem-estar da família (DIEESE, 2013).

Ao longo dos anos, os produtos que formam a cesta básica tendem a sofrer variações devido a diversos fatores que podem afetar o seu preço, tanto positivamente, como por exemplo, uma baixa pelo valor cobrado, ou negativamente, no caso dos produtos disporem de um valor mais elevado que o seu anteriormente. De acordo com Holland (2014), fatores externos como importações, preços de *commodities*, energia e o crescimento mundial vem ganhando destaque como fatores que ocasionam essas variações, e não apenas fatores internos como são tradicionalmente sugeridos.

Portanto, compreender o modo como as variações dos preços se comportam ao longo do tempo, e identificar as principais causas que interferem no seu comportamento é de suma importância para estabelecer maneiras que possam diminuir o peso desses alimentos no orçamento (FERNANDES; DIAS, 2011).

Dessa forma, a educação financeira é um assunto relevante e deveria fazer-se presente entre as pessoas independente de sua idade e classe social, visto que seu conhecimento só traz benefícios para quem o utiliza, fazendo com que o indivíduo adquira habilidades ao fazer suas escolhas e gerencie melhor suas finanças pessoais.

Para Silva et al. (2018), a educação financeira é definida como a capacidade que as pessoas demonstram possuir quando desempenham escolhas apropriadas ao conduzir suas finanças. É um conglomerado de informações que visa ajudar os indivíduos a resolverem questões ligadas ao gerenciamento de sua renda. Modernell

(2014) afirma que o conhecimento obtido por meio da educação financeira ajuda na capacidade de desenvolver um melhor planejamento financeiro, visto que a compreensão acerca do assunto beneficia aqueles que a utilizam, devido aos conhecimentos adquiridos para tomar melhores decisões.

Apesar da sua importância, a educação financeira brasileira está distante de grande parte dos brasileiros, como mostra o relatório divulgado pela OCDE (2016), em um estudo que compara o grau de educação financeira do Brasil com o de outros países. Os resultados indicaram que o grau de letramento financeiro é baixo no mundo inteiro, e a pontuação do Brasil ficou 1,2 pontos percentuais abaixo da média mundial.

Esse estudo realizado pela OCDE (2016) mediu o nível de letramento financeiro realizado por meio de 21 perguntas, divididas em três campos de conhecimento: conhecimento financeiro (7 questões), comportamento financeiro (9 questões) e atitude financeira (5 questões). Em tratando do conhecimento financeiro, menos da metade dos adultos brasileiros conseguiu acertar a pontuação mínima desejada, de pelo menos 5 dos 7 itens apresentados. Já no quesito comportamento financeiro, 51% dos respondentes dos 30 países alcançaram o nível mínimo esperado (6 pontos em um total de 9), sendo que menos de 40% dos respondentes brasileiros atingiram esse limite. E por fim no que se refere à medição das atitudes financeiras, o resultado foi que apenas metade dos participantes atingiu a pontuação mínima, incluindo os brasileiros.

Assim, diante do resultado apresentado pela OCDE (2016), é possível perceber que o nível de conhecimento financeiro dos participantes apesar de não ter sido o mais baixo, ainda precisa evoluir, entretanto, é possível obter resultados mais satisfatórios fornecendo mais informações aos usuários tais como conceitos básicos de finanças e economia.

1.1 Problema de pesquisa

Para o direcionamento da pesquisa, tem-se o seguinte problema: **Em se tratando da cesta básica, as variações de preços nos produtos têm alguma relevância na percepção do consumidor?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Identificar a relevância das variações dos preços da cesta básica na visão dos consumidores da cidade de João Pessoa.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Traçar o perfil do consumidor.
- b) Analisar a variação de preços da cesta básica em três momentos durante os meses de setembro e outubro de 2020, a fim de identificar se existem variações no preço da cesta básica durante o mês.
- c) Identificar quais são os itens mais relevantes da cesta básica para os consumidores de João Pessoa.

1.3 Justificativa

A escolha desse assunto para a realização da pesquisa deve-se à escassez de pesquisas deste tipo na cidade de João Pessoa, e o discernimento que os resultados obtidos podem apresentar-se como uma ferramenta para auxiliar na tomada de decisão do consumidor, contribuindo com dados recentes e atualizados, visando facilitar aos usuários dessa informação a identificarem os fatores causadores dessas variações, de forma que o impacto que o preço da cesta básica possui na renda seja o menor possível.

É uma pesquisa com o propósito de apresentar os resultados alcançados à comunidade em geral, visto que os gastos com a alimentação, de acordo com o IBGE (2019), é um dos fatores que mais comprometem a renda dos brasileiros. Dessa forma, quando há variações nos preços da cesta básica o orçamento do consumidor é diretamente afetado. Assim, visando cuidar melhor das finanças e proteger o patrimônio, que é o objeto de estudo das Ciências Contábeis, essa pesquisa visa contribuir em melhorar o entendimento sobre as variações na cesta básica.

Dessa maneira, a análise das variações no preço da cesta básica, indica o comportamento dos preços dos produtos que a compõe, mostrando que com pesquisas relacionadas ao tema, é possível gastar menos sabendo qual é o melhor momento para fazer as compras, tornando-se uma pesquisa relevante não só para a academia como para a população em geral, pelo fato de indicar o poder de compra do salário-mínimo.

Com o propósito de atender a academia, a população em geral e todos que tiverem interesse à respeito da temática, essa pesquisa pode contribuir para uma melhor interpretação acerca do assunto, dado que trata-se de um tema atual e pertinente a ser pesquisado, devido às diversas variações nos preços dos produtos que sempre são noticiadas nos meios de comunicação.

Como afirmam Silva e Eckardt (2017), o objetivo de realizar pesquisas sobre as variações da cesta básica é de que a partir dos resultados obtidos, é possível comparar essas informações com diferentes regiões, o que torna possível constatar os fatores relevantes que influenciam na variabilidade dos preços.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, procurou-se apresentar os estudos feitos sobre o tema abordado, onde são apresentados os conceitos básicos, definições e classificações sobre o objeto de estudo. Foram divididos nos seguintes tópicos relacionados ao tema: cesta básica, relação entre o consumo da cesta básica e o salário-mínimo, planejamento financeiro, fatores que influenciam na formação de preços dos produtos da cesta básica, inflação, oferta e demanda, e aspectos gerais da formação do preço de venda.

2.1 Cesta básica

O termo cesta básica surgiu no Brasil em 1938, no governo Getúlio Vargas, quando então foi determinada a criação do salário-mínimo. Em 30 de abril de 1938 foi regulamentada a Lei nº 185 de 14 de janeiro de 1936 pelo Decreto Lei nº 399 e a partir daí foram feitos estudos censitários em diversas localidades, sendo colhidas informações salariais junto às empresas das várias regiões. Assim, as Comissões do Salário-Mínimo, criadas antes da instituição do Decreto, estabeleceram os valores mínimos que deveriam ser pagos aos trabalhadores (DIEESE, 2009).

Basicamente, o conceito da cesta básica é o nome dado ao conjunto de itens indispensáveis para a alimentação e bem-estar de todo trabalhador, os quais são considerados essenciais para a subsistência humana. A sua composição, de acordo com o DIEESE (2019), é feita por 13 itens alimentícios que são capazes de garantir o sustento de um trabalhador em idade adulta, e o Decreto-Lei nº 399/1938 esclarece que os bens e as quantidades foram diferenciados de acordo com as regiões e hábitos alimentares locais, como mostra a tabela 1:

Tabela 1 – Provisões mínimas estipuladas pelo Decreto-Lei nº 399/1938

Alimentos	Região 1	Região 2	Região 3	Nacional
Carne	6,0 kg	4,5 kg	6,6 kg	6,0 kg
Leite	7,5 l	6,5 l	7,5 l	15,0 l
Feijão	4,5 kg	4,5 kg	4,5 kg	4,5 kg
Arroz	3,0 kg	3,6 kg	3,0 kg	3,0 kg
Farinha	1,5 kg	3,0 kg	1,5 kg	1,5 kg
Batata	6,0 kg	-	6,0 kg	6,0 kg
Legumes (Tomate)	9,0 kg	12,0 kg	9,0 kg	9,0 kg
Pão Francês	6,0 kg	6,0 kg	6,0 kg	6,0 kg

Café em pó	600 gr	300 gr	600 gr	600 gr
Frutas (Banana)	90 unid	90 unid	90 unid	90 unid
Açúcar	3,0 kg	3,0 kg	3,0 kg	3,0 kg
Banha/Óleo	750 gr	750 gr	900 gr	1,5 kg
Manteiga	750 gr	750 gr	750 gr	900 gr

Fonte: DIEESE (2009), Decreto-Lei 399 de 1938. As quantidades diárias foram convertidas em quantidades mensais.

Cada região tem sua quantidade mínima estipulada conforme o Decreto-Lei. A determinação dessas quantidades foi realizada por meio de um estudo em cada região feito pela Comissão do Salário-Mínimo. A média nacional considera as quantidades descritas na tabela 1 para a massa trabalhadora em atividades diversas e para todo o território nacional.

Quadro 1 – Estados que compõem cada região

Região1	Região 2	Região 3
• São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Goiás e Distrito Federal	• Pernambuco, Bahia, Ceará, Rio Grande do Norte, Alagoas, Sergipe, Amazonas, Pará, Piauí, Tocantins, Acre, Paraíba, Rondônia, Amapá, Roraima e Maranhão.	• Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

Fonte: DIEESE (2009), adaptado pelo autor.

A definição de uma lista de itens para compor a cesta básica foi uma das poucas ações do governo no campo de políticas sobre alimentação no Brasil, e a de maior destaque no século XX (SILVA, 2014). Entretanto, isso não quer dizer que os itens que foram determinados para compor a cesta fossem os ideais, porém, se tratando da época em que foi constituído, e do momento em que o país estava, onde grande parte da população estava nas cidades do interior, acredita-se que os dados obtidos em relação às propriedades nutricionais dos produtos identificados nos estudos feitos anteriormente, são capazes de cumprir suas atribuições (OLIVEIRA et al., 2013).

No Brasil existem órgãos e entidades que fazem pesquisas e estudos no ramo da alimentação, fornecendo informações de aspectos econômicos e

socioeconômicos do país. Dentre esses órgãos destaca-se o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), que é um órgão criado e mantido pelo movimento sindical brasileiro, que dentre suas diversas atribuições, coleta as informações de preços da cesta básica mensalmente em diversas capitais do Brasil (PAULA; SOARES; BONFIM, 2011).

Os resultados divulgados pelo DIEESE (2021) mostram que o salário-mínimo deveria ser muito superior ao que é hoje, para ser capaz de cumprir sua função social, como pode ser visto na tabela 2, que fornece as informações obtidas na nessa pesquisa sobre o salário-mínimo nominal do ano, e o salário-mínimo que deveria ser o necessário para cumprir essa função.

Tabela 2 – Salário-mínimo nominal e necessário

Período	Salário-mínimo nominal	Salário-mínimo necessário
2020		
Janeiro	R\$ 1.039,00	R\$ 4.347,61
Fevereiro	R\$ 1.045,00	R\$ 4.366,51
Março	R\$ 1.045,00	R\$ 4.483,20
Abril	R\$ 1.045,00	R\$ 4.673,06
Maio	R\$ 1.045,00	R\$ 4.694,57
Junho	R\$ 1.045,00	R\$ 4.595,60
Julho	R\$ 1.045,00	R\$ 4.420,11
Agosto	R\$ 1.045,00	R\$ 4.536,12
Setembro	R\$ 1.045,00	R\$ 4.892,75
Outubro	R\$ 1.045,00	R\$ 5.005,91
Novembro	R\$ 1.045,00	R\$ 5.289,53
Dezembro	R\$ 1.045,00	R\$ 5.304,90

Fonte: DIEESE (2021).

Como é possível observar na tabela 2, os valores correspondentes ao salário-mínimo vigente do ano, não refletem de forma alguma o valor sugerido que seria necessário para suprir os gastos do trabalhador brasileiro, que de acordo com o DIEESE (2020), esses seriam os valores correspondentes às necessidades do trabalhador. Conforme o ano passa, o salário-mínimo é reajustado, entretanto, o aumento não fica superior à inflação, ou seja, a correção é praticamente inexistente, visto que não ultrapassa o valor da inflação, que deveria ser o mínimo para que o aumento realmente fosse refletido de fato no salário do trabalhador.

2.2 Relação entre o consumo da cesta básica e o salário-mínimo

Os primeiros países a adotarem uma política de salário-mínimo foram a Austrália e a Nova Zelândia, em meados do século XIX, entretanto, suas origens

aludem a Europa medieval. Já no Brasil, seu início deu-se no século XX, mais especificamente na década de 1930, no governo Getúlio Vargas, onde foi criada a Lei nº 185 de 14 de janeiro de 1936 que regulamenta a instituição do salário-mínimo (BRASIL ESCOLA, 2014).

O salário-mínimo é a menor remuneração que deve ser paga aos trabalhadores em virtude dos serviços prestados. O termo cesta básica foi introduzido no mesmo período que foi criado o salário-mínimo, pois a mesma iria servir como base para determinação do salário-mínimo, assim, a cesta básica tornou-se um requisito para a determinação de um valor que se tornaria o menor a ser pago aos trabalhadores (BRASIL, 1938).

Além disso, foi criado o Decreto-Lei nº 399, de 30 de abril de 1938, que estabelece que o “salário-mínimo é a remuneração mínima devida a todo trabalhador adulto, sem distinção de sexo, por dia normal de serviço e capaz de satisfazer, em determinada época, na região do país, as suas necessidades normais de alimentação, habitação, vestuário, higiene e transporte” (D.L. nº 399 art. 2º). Dessa forma, a cesta básica acabou tornando-se um mecanismo de auxílio para a análise econômica do país, capaz de prover informações a partir dos preços dos produtos que a compõe (GIVISIEZ et al., 2010).

Como tal, a relação entre o salário-mínimo e a cesta básica veio desde sua estruturação e perpetua até os dias de hoje, de forma que o salário-mínimo interfere diretamente no poder de compra do consumidor, já que quanto maior o poder aquisitivo, maior será o total disponível para usufruir de itens que não sejam apenas os essenciais. Conforme Pindyck e Rubinfeld (2013), quando o indivíduo dispõe de uma renda maior do que o habitual, esse aumento permite consumir mais bens e serviços, elevando o seu consumo e aumentando a utilidade com a renda.

Todavia, essa visão não inclui todos os indivíduos, visto que, apesar de existir uma remuneração mínima que um trabalhador deve receber, em muitos lugares, principalmente em cidades do interior, ainda existem pessoas que não recebem nem o mínimo para sobreviver, assim como também têm trabalhadores que recebem muito mais que o mínimo necessário para sobreviver, o que cria uma disparidade absurda entre as pessoas. Como afirma Berrios (2014 p. 24) “o salário-mínimo é um fator que integra o poder de compra da sociedade, mas ao mesmo tempo cria disparidades sociais, nas quais a relação existente entre cesta básica e salário-mínimo apresenta grande discrepância”.

2.3 Fatores que influenciam na formação de preço dos produtos da cesta básica

Os preços dos produtos são parâmetros que permitem aos trabalhadores e aos consumidores avaliarem o seu poder de compra. Com ele é possível determinar o seu poder de compra e assim identificar se sua renda é capaz de suprir suas necessidades básicas. Com a determinação de uma lista de produtos para integrar a cesta básica, foi possível garantir que todos tenham acesso a pelo menos os produtos determinados por ela, ou pelo menos, assim se espera.

O Brasil está no *ranking* dos maiores países do mundo no quesito de território, ou seja, possui uma abundante diversidade de hábitos alimentares, cultura e costumes, dessa forma, podem existir diversos motivos capazes de provocar essa variação de preços, assim, cada região possui sua particularidade e deve ser avaliada separadamente para a obtenção de resultados mais específicos (BRASIL ESCOLA, 2014).

Um dos itens mais associados à alta dos preços dos produtos é a inflação, que de acordo com Rossetti (2010), diz respeito a um aumento generalizado dos preços dos bens e serviços ofertados no mercado, que ocasionam uma fragilidade financeira à população, ou seja, é o aumento dos preços dos produtos por um determinado período. Assim, em um processo inflacionário, o poder de compra da moeda cai, ocasionando uma diminuição na capacidade de adquirir bens e serviços, afetando toda a população, principalmente os assalariados.

Segundo Carrara e Correa (2012), o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo) principal parâmetro para a política de metas de inflação, é um mecanismo utilizado pelo Banco Central para examinar a verificação da aplicabilidade das suas políticas de controle da inflação. É composto por um índice calculado mensalmente, que apresenta as mutações nos preços de bens e serviços, considerando o consumo pessoal das famílias que possuem renda entre um e quarenta salários mínimos. Os gastos que compõem o IPCA são os seguintes: gastos com alimentação, transporte e comunicação, despesas pessoais, vestuário, habitação, saúde e cuidados pessoais, e artigos de residência.

Sendo assim, os índices existem para atender as demandas dos inúmeros setores da economia, indicando o crescimento dos preços dos produtos. Dessa forma, cada índice tem uma estrutura distinta, calculados por diversos órgãos especializados, sendo eles: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a

Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) e o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE).

Outro fator que influencia na precificação dos produtos é a oferta e demanda. Os conceitos de oferta e demanda são vistos como um mecanismo de auxílio para avaliar como as variações nas condições econômicas mundiais podem afetar o preço de mercado, produção, entre outros elementos relacionados. Para que a oferta e a demanda estejam em equilíbrio, é necessário que não haja intervenções de agentes externos, dessa forma, é possível determinar o preço de mercado e a quantidade a ser produzida. Entretanto, preços e quantidades derivam das particularidades da oferta e da demanda, também não esquecendo-se que existem outras condições econômicas que podem intervir (PINDYCK; RUBINFELD, 2013).

A oferta refere-se à quantidade de produtos ou serviços disponíveis, isto é, refere-se à quantidade de produtos disponíveis para compra. Já a demanda é a quantidade que os consumidores estão dispostos ou podem adquirir desse produto, ou seja, sua procura por aquele produto.

Conforme Silva (2015), quando a demanda por bens e serviços aumenta de forma esporádica, onde a oferta não é capaz de suprir esse aumento, há um novo nível de preços que o mercado regula para poder controlar essa demanda e a economia circular com mais eficiência. Como se pode notar, a relação entre a oferta e a demanda vai muito além do que só algo que é preciso estar em equilíbrio, quando uma sobrepõe a outra as consequências dessa reação afetam todos de modo geral.

Dessa forma, quando não há um equilíbrio entre oferta e demanda, os produtos ofertados indiscriminadamente passam a ter seus valores reduzidos, pois não foi observado se a procura por esse produto estava alta o suficiente para aumentar sua quantidade, enquanto quando a demanda supera a oferta, os preços passam a se elevar, já que os consumidores estão dispostos a pagar mais caro para obter esse produto que não está sendo muito ofertado, ocorrendo assim variações também nos produtos da cesta básica.

2.4 Aspectos gerais da formação do preço de venda

A formação do preço de venda é um dos principais desafios que as entidades enfrentam no seu percurso, pois além de lidar com os custos gerados e com as despesas incorridas, existe toda a complexidade e competitividade do mercado, que com uma falta de planejamento, a queda ou o aumento no preço de venda do produto, sem antes avaliar o impacto que essa mudança irá trazer, pode causar consequências definitivas na lucratividade da empresa (BEUKE, 2009).

Definir o preço de venda do produto é um dos momentos mais importantes na tomada de decisão da empresa. O valor a ser cobrado pelo produto, mercadoria ou serviço é o fator que vai representar a empresa e colocá-la em competitividade no seu meio o que conseqüentemente vai demonstrar a sua evolução, a lucratividade ou uma possível extinção no futuro (CARVALHO, 2015).

Carvalho (2015) argumenta sobre o fato de que com a ausência de conhecimentos e a inexistência ou insuficiência de controles para identificar os custos, despesas ou gastos, acaba ocorrendo que as empresas precificam os produtos sem uma base sólida de fundamentação o que pode gerar prejuízos futuros já que as escolhas de preços foram feitas aleatoriamente ou até mesmo indevidamente. Um exemplo disso é quando em uma situação de concorrência a empresa adota técnicas para abaixar o preço sem critério e ao invés de adquirir lucros acaba comprometendo seu negócio.

Para que haja um bom desempenho na formação dos preços de venda é essencial identificar os custos do produto, ter um sistema de custos que produza informações tempestivas e de acordo com o perfil da empresa, desse modo, os preços podem ser definidos com base nos custos, com base no mercado, concorrência ou ambos em conjunto (MARTINS, 2010).

Normalmente os métodos mais utilizados são com base nos custos ou de concorrência. Segundo Gama et al (2018), o método com base nos custos é comumente mais utilizado pelas organizações, posteriormente quando analisa-se a concorrência e suas características de mercado, o preço determinado associado a essa percepção é o método com base na concorrência, visto que esse valor é representado pelo mercado consumidor.

Portanto para que haja uma formação justa de preços, as empresas devem levar em consideração todos os aspectos, sejam eles internos ou externos, que são

capazes de interferir no preço final do produto, além de possuir os devidos conhecimentos sobre a distribuição dos seus gastos no geral. Para alcançar tal objetivo, a escolha correta do método de custeio mais eficiente e eficaz para a empresa é de suma importância, visando à premissa subjacente do Princípio da Continuidade.

2.5 Planejamento financeiro

O planejamento financeiro é de suma importância devido ao sistema capitalista e desproporcional existente, levando em consideração que os bens e serviços ofertados existem para satisfazer as necessidades dos seres humanos. De acordo com Silva (2014), o planejamento financeiro seria a maneira correta de gerenciar adequadamente os recursos disponíveis, proporcionando um maior controle sobre seus ativos.

O planejamento permite administrar os recursos financeiros como forma de controle das despesas, entradas e saídas de dinheiro, o que representa uma ação essencial para garantir o sustento de um indivíduo ou família, e ainda pode-se levantar a hipótese de que a execução do planejamento incentiva o indivíduo a examinar a sua atual situação, visando a possibilidade de idealizar um futuro melhor por intermédio do planejamento financeiro (CENCI; PEREIRA; BARICHELO, 2015).

Esse controle financeiro que o planejamento fornece não diz respeito exclusivamente às empresas, podendo ser incluído no âmbito pessoal, visando uma gestão individual, com o intuito de desenvolver um perfil financeiro com um maior controle dos recursos disponíveis, o que possibilita um maior controle dos gastos e consequentemente resulta em um melhor uso dos recursos financeiros (CONTO et al., 2015).

Dessa forma, a educação financeira é uma ferramenta que auxilia objetivamente na qualidade das decisões financeiras a serem tomadas, decisões estas que estão relacionadas aos níveis de endividamento, inadimplência e investimento. Entretanto, para atingir essa qualidade na tomada de decisões é necessário ter disciplina, constância e inevitavelmente, fazer mudanças nos hábitos e comportamentos financeiros, assim, quanto maior for a antecedência do planejamento financeiro, melhor será o retorno obtido com ele (MENDES, 2015).

Para Cruz et al. (2017) a ausência do conhecimento sobre educação financeira de forma clara, acessível e em tempo oportuno cria uma ilusão sobre o poder de compra, visto que a realidade não corresponde ao seu movimento financeiro. Entretanto, isso poderia ser evitado se houvesse mais conscientização e procura sobre o assunto para adaptar a sua realidade, que traria um melhor planejamento e gerenciamento das finanças.

Com o planejamento financeiro é possível tomar melhores decisões relacionadas às finanças, visto que o planejamento oferece uma visão amplificada de todos os recursos disponíveis, e visando atender as necessidades no curto e longo prazo. Essa organização permite identificar as necessidades, a fim de supri-las da melhor forma possível, facilitando a tomada de decisões (SILVA e STAMBASSI, 2017).

Cabe ressaltar ainda que a necessidade de adquirir conhecimentos financeiros não é apenas característica dos profissionais que atuam nas áreas de finanças e afins, mas a todos aqueles que lidam com dinheiro, devido às mudanças que o sistema capitalista impõe na sociedade. Tendo os devidos conhecimentos sobre educação financeira qualquer pessoa pode adquirir um senso crítico melhor perante uma sociedade consumista (CORREIA; LUCENA; GADELHA, 2014).

Portanto, entendendo e colocando em prática todos os conhecimentos financeiros adquiridos por meio de fontes seguras, torna-se possível melhorar e evoluir em vários aspectos financeiros, instituindo um crescimento saudável para todos que utilizarem dessas informações, o que consequentemente reduz as possibilidades de perder dinheiro e passar por dificuldades financeiras. Essa é uma estratégia irá ajudar no desenvolvimento da renda, entretanto não é possível excluir os imprevistos e incertezas que possam surgir durante o caminho.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Classificação da pesquisa

Segundo Marconi e Lakatos (2010), a metodologia abrange o agrupamento de ações sistemáticas e racionais que consente ao pesquisador atingir os objetivos com maior segurança a partir do caminho traçado a ser seguido, constatando possíveis erros e auxiliando nas decisões dos pesquisadores.

Essa pesquisa tem uma abordagem quantitativa, dado que, visa validar hipóteses por meio da coleta de dados. Quanto aos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, visto que descreve o perfil do consumidor, além de apresentar as características da população investigada.

3.2 População e amostra

Para fins deste trabalho, foram analisados apenas os produtos listados na cesta básica do DIEESE, sendo escolhidos quatro supermercados da cidade de João Pessoa, na Paraíba, para integrar a pesquisa. O critério utilizado para a escolha destes supermercados constitui-se do fato de que grande parte da população da cidade mora na Zona Sul da capital, de acordo com a pesquisa realizada no último censo, e esses supermercados estão localizados em bairros com características residenciais (POPULAÇÃO, 2013).

Foi realizada uma coleta de preços dos produtos da cesta básica nos meses de setembro e outubro de 2020, por três vezes durante o mesmo mês, que foram o início, o meio e o final do mês em cada um dos quatro supermercados de João Pessoa que formam a pesquisa, para analisar se há ou não variações de preços nos produtos durante o mesmo mês.

Na pesquisa não foram citados os nomes dos supermercados para não prejudicar nem beneficiar nenhum deles. As marcas escolhidas para a pesquisa foram as ofertadas com o menor valor pelos supermercados em cada período. Caso o produto mais ofertado seja o da marca do estabelecimento esse será indicado em parênteses que pertence à marca do supermercado.

Após a realização dessas etapas, foi realizado um questionário com 101 (cento e um) consumidores, onde o foco geral foi identificar a percepção do

consumidor, ou seja, saber se eles conseguem identificar se existe ou não alteração nos preços dos produtos, visto que os mais atingidos, caso ocorram mudanças de preços são os próprios consumidores.

3.3 Procedimentos de coleta e análise de dados

Para a obtenção dos dados, foi aplicado um questionário que possui 14 (quatorze) questões objetivas, relacionadas à percepção do consumidor quanto às variações no preço dos itens da cesta básica, e sobre questões relacionadas ao conhecimento sobre educação financeira de cada um deles.

Esse questionário foi aplicado após a pesquisa de preços dos produtos nos supermercados que integram a pesquisa, com os consumidores abordados que se dispuseram a participar da pesquisa.

Foram definidos como critério de seleção os consumidores que normalmente realizam as compras, ou seja, aqueles que sempre vão ao mercado, não aqueles que vão ocasionalmente, fato este perguntado antes de realizar o questionário com o consumidor. A abordagem foi feita respeitando todos os critérios de higienização e distanciamento social recomendado pela OMS (Organização Mundial de Saúde), devido à situação pandêmica atual.

No que diz respeito no tratamento dos dados, os mesmos foram tabulados por meio do programa Microsoft Excel 2010, como também para fazer tabelas e gráficos, a fim de facilitar a análise dos resultados e proporcionar uma melhor visualização e interpretação dos dados.

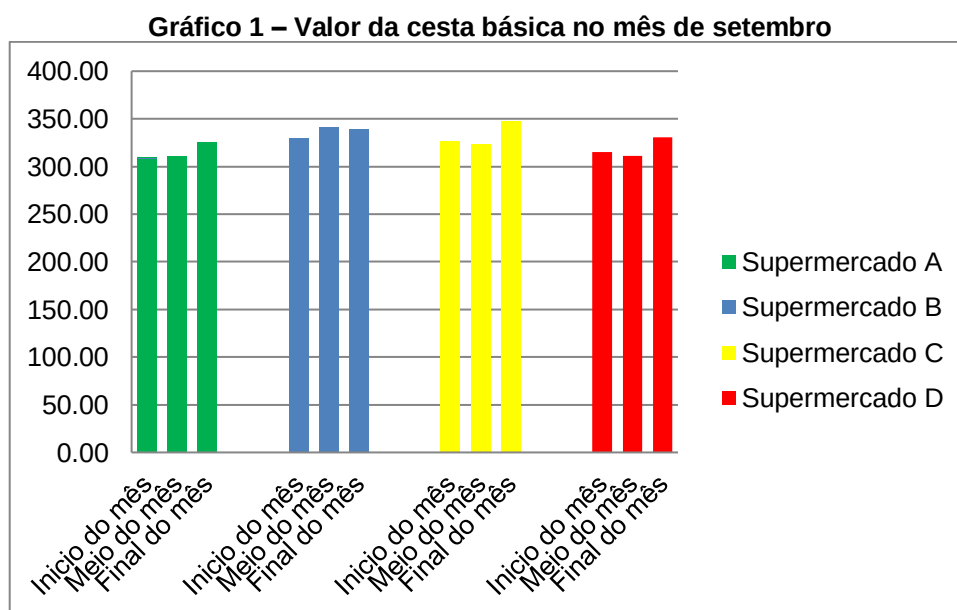
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Análise da cesta básica de João Pessoa

Um dos questionamentos que esse trabalho levanta é identificar a existência ou não de variações de preços nos produtos da cesta básica ao longo do mês, ou seja, verificar se no início, no meio ou no final do mês o mesmo produto sofre variação de preço, e com isso detectar em qual período do mês é mais vantajoso para o consumidor ir às compras, caso ocorra mudanças de preços.

A seguir são apresentados os gráficos com os valores dos 13 itens que fazem parte da cesta básica, já citados anteriormente, obtidos por meio das pesquisas realizadas nos supermercados durante os meses de setembro e outubro de 2020. Neles, são encontrados os valores mensais da cesta básica durante os períodos citados anteriormente. A partir dos resultados obtidos com a pesquisa realizada nos supermercados, foi possível identificar se existem variações de preços no valor da cesta básica durante o mesmo mês e assim responder a um dos objetivos específicos deste trabalho.

O gráfico 1 apresenta os valores da cesta básica no mês de setembro, nos quatro supermercados pesquisados, denominados de A, B, C e D, durante os três períodos do mês. As pesquisas de preços foram realizadas nos mesmos dias durante os dois meses, para fins de comparação de dados.



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

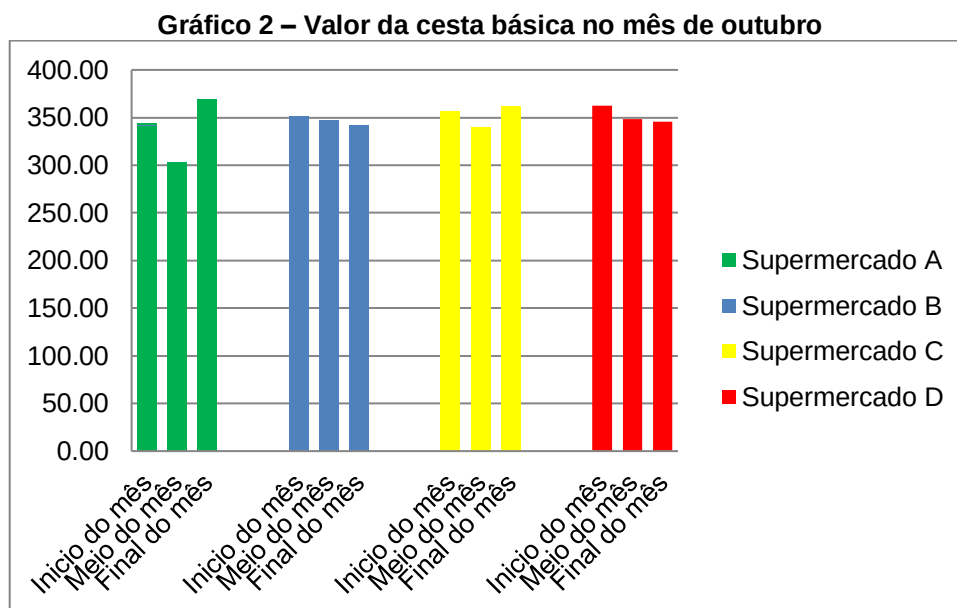
Observa-se que ao longo do período os valores sofrem variações, entretanto os valores dos insumos no início do mês nos supermercados A e B tiveram o menor valor encontrado no início do mês, enquanto os supermercados C e D não tiveram essa mesma variação de preços. O valor mais baixo encontrado foi no supermercado A, que apresentou um valor de R\$ 306,89 no início do mês, em contrapartida o supermercado C apresentou o valor mais alto durante o final do mês, que foi de R\$ 347,31.

É possível notar que não existe constância nas variações, os preços sobem e descem de forma desigual em cada supermercado: no supermercado A os valores cresceram gradativamente, enquanto no supermercado B o menor preço se manteve no início, o maior preço foi encontrado no meio do mês e no final do mês houve uma queda do preço, comparado ao período anterior.

No supermercado C os preços do início do mês e do meio do mês tiveram apenas uma variação de R\$ 3,18 a menor para o meio do mês. O supermercado D também apresentou os preços no início e no meio do mês com uma pequena variação de R\$ 3,58 a menor para o meio do mês, enquanto no final do mês houve um aumento de 6,13% em relação ao valor anterior.

Dessa forma, foi possível confirmar que existe variação de preços nos valores da cesta básica durante o mês, entretanto, foi possível notar que os supermercados não adotam a mesma metodologia ao dar valor para os produtos, logo, trata-se de uma coincidência os valores da cesta básica terem apresentado o valor menor quando as compras são realizadas durante o início do mês.

No gráfico 2 também são apresentados os dados da pesquisa em três momentos durante o mês, porém os valores são discutidos no mês de outubro/2020, com o intuito de identificar se as mesmas variações ocorridas no mês de setembro/2020 ocorrem também no mês seguinte, outubro.



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

De acordo com o gráfico 2, novamente pode-se notar que não há um padrão quanto às elevações de preços no valor da cesta básica. Cada supermercado sofre uma variação de preços em períodos distintos. Em destaque, no supermercado A houve um aumento de 22,01%, equivalente a um aumento de R\$ 66,59, no preço da cesta básica encontrado entre o período com o valor mais baixo, que foi no meio do mês, e o valor mais alto, que foi no final do mês.

Segundo o DIEESE (2020), um dos fatores que ocasionou o aumento no preço da cesta básica comparado ao mês anterior, foi devido a grande quantidade de exportações em contrapartida com a baixa oferta interna, juntamente com o elevado preço do grão no comércio internacional. Um dos itens que sofreu essa alteração de preço foi o óleo de soja. Em 17 das 18 capitais que o DIEESE acompanha os valores, houve esse aumento, com destaque as capitais Brasília (47,82%), João Pessoa (21,45%), Campo Grande (20,75%) e Porto Alegre (20,22%).

4.2 Análise dos dados

O resultado do questionário compreendeu o retorno de 101 respostas. Este questionário foi a ferramenta utilizada para alcançar os objetivos específicos. Sua elaboração teve como propósito traçar o perfil do consumidor, a fim de conhecer suas características e identificar quais são os itens mais relevantes da cesta básica, de acordo com os consumidores de João Pessoa.

O questionário foi dividido em cinco partes para apresentar uma maior compreensão dos dados, sendo: (I) perfil dos respondentes, (II) dados financeiros, (III) preferências do consumidor, (IV) percepção do consumidor e (V) itens da cesta básica.

Quadro 2 – Perfil dos respondentes

Variáveis	Alternativas	Quantidade de respostas obtidas
Gênero	Feminino	61
	Masculino	40
Faixa etária	Até 25 anos	16
	Entre 25 e 35 anos	29
	Entre 36 e 45 anos	39
	Entre 46 e 55 anos	8
	Acima de 55 anos	9
Grau de escolaridade	Ensino fundamental	1
	Ensino médio	45
	Ensino superior	38
	Pós-graduado	16
	Outro	1
	Não alfabetizado	0
Quantas pessoas moram com você?	Nenhuma	12
	1	18
	2	22
	3	19
	4	19
	5	9
	Acima de 5 pessoas	2

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Com relação ao gênero, as mulheres representam 60,4% dos respondentes, que equivalente a 61 das 101 respostas obtidas. A idade média dos consumidores que mais frequentaram os supermercados no momento da pesquisa está entre 36 e 45 anos, representando 38,6% do total. Quanto ao grau de escolaridade, 45% das pessoas possuem o ensino médio enquanto 38% possuem o ensino superior, sendo essas as duas escolaridades de maior representatividade apresentada pelos respondentes.

Quadro 3 – Dados financeiros

Variáveis	Alternativas	Quantidade de respostas obtidas
Você acha que a educação financeira é importante para tomar boas decisões relacionadas a como gerenciar melhor o seu dinheiro	Discordo totalmente	0
	Discordo parcialmente	0
	Não concordo nem discordo	1
	Concordo parcialmente	3
	Concordo totalmente	97
Quanto você costuma gastar quando vai ao supermercado? Considere os valores abaixo em reais R\$	0 a 100,00	4
	100,00 a 200,00	11
	200,00 a 300,00	22
	300,00 a 400,00	17
	400,00 a 500,00	17
	500,00 a 600,00	8
	600,00 a 700,00	6
	700,00 a 800,00	3
	800,00 a 900,00	5
	Acima de 1.000,00	8

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Quanto ao conhecimento sobre educação financeira, 96% das pessoas concordam totalmente que a educação financeira é importante para tomar boas decisões relacionadas a como gerenciar melhor o seu dinheiro. Isso mostra que as pessoas têm consciência de que é importante tratar de assuntos que envolvem como administrar melhor as finanças.

Quando se trata da média de valores gastos pelos consumidores no supermercado, 21,8% responderam que gastam de R\$ 200,00 a 300,00 ou seja, há um comprometimento de até 27,27% da renda de um trabalhador que recebe apenas um salário-mínimo, isso considerando que o trabalhador realiza apenas uma compra no mês, logo, caso ocorram outras compras nesse mesmo valor, esse percentual de comprometimento da renda aumentaria cada vez mais.

Quadro 4 – Preferências dos consumidores

Variáveis	Alternativas	Quantidade de respostas obtidas
Você prefere ir ao supermercado durante a semana ou aos finais de semana?	Durante a semana	73
	Finais de semana	28
Qual melhor período para se fazer as compras?	Início do mês	26
	Meio do mês	18
	Final do mês	5
	Não tenho preferência	52
Você costuma pesquisar o preço dos produtos antes de comprar?	Sim	25
	Não	76
Você prefere fazer as compras em dias que há promoções ou isso não interfere no seu julgamento?	Sim	48
	Não	21
	Não me importo com isso	32

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Com as perguntas relacionadas ao perfil de escolhas do consumidor, foi possível identificar suas preferências a partir das questões levantadas. Dos 101 questionários respondidos, 73 pessoas marcaram que preferem ir ao supermercado durante a semana. Já quando se trata do melhor período para ir ao supermercado 51,5% dos respondentes afirmam não ter preferência entre ir ao supermercado no início, no meio ou no final do mês, entretanto, com o resultado da pesquisa nos supermercados, foi possível comprovar que existem variações de preços dependendo do período em que se realizam as compras.

Quando foi questionado se os consumidores buscam pesquisar o preço dos alimentos previamente, 75,2% das pessoas afirmam não ter o hábito de pesquisar o preço dos produtos antes de realizar suas compras. Quando se trata das promoções, os consumidores se mostram interessados, visto que 47,5% preferem ir as compras em dias que há promoções.

Quadro 5 – Percepção do consumidor

Variáveis	Alternativas	Quantidade de respostas obtidas
Você consegue notar quando há uma variação de preço em um produto que você costuma comprar sempre?	Sim	71
	Não	9
	As vezes	21
Você acha que há variação nos preços quando você vai ao supermercado em	Sim	39
	Não	12

períodos diferentes do mês? Ex: No início do mês é mais barato e no final do mês é mais caro.	Não reparo	50
Você vai ao supermercado comprar apenas itens que estão na promoção, apesar de não ser o dia que você normalmente faz as compras?	Sim	17
	Não	59
	As vezes	25

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Como mencionado anteriormente, existem variações de preço durante o mesmo mês, entretanto 49,5% das pessoas não notam a existência dessas variações, de acordo com o questionário aplicado. Em contrapartida, 70,3% das pessoas conseguem notar quando há variações de preços em produtos que costumam comprar rotineiramente.

Entretanto, quando se trata de comprar apenas os itens que estão em promoção, os consumidores não mostram interesse, visto que 58,4% responderam que não vão ao supermercado em dias que normalmente não iriam apenas para comprar os itens que estão em promoção.

Quadro 6 – Itens da cesta básica

Variáveis	Alternativas	Quantidade de respostas obtidas
Marque abaixo os itens que você considera mais importante quando vai fazer as compras. (Pode marcar mais de um produto)	Frutas (Banana)	87
	Carne	84
	Leite	71
	Arroz	69
	Legumes (Tomate)	68
	Café em pó	67
	Feijão	62
	Manteiga	56
	Batata	43
	Açúcar	39
	Banha/Óleo	24
	Pão francês	23
	Farinha	14

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

O quadro 5 contém a única pergunta do questionário em que poderia marcar mais de uma alternativa. Essa questão aborda todos os itens que compõem a cesta básica, onde ao qual pedido ao respondente que marcassem os alimentos que os mesmos julgam serem os mais importantes do ponto de vista de cada um deles.

De acordo com as respostas, a banana é um item imprescindível para os consumidores, enquanto a farinha é o item mais dispensável. Ocupando o segundo lugar de item mais importante está a carne, apesar de ter apresentado uma alta nos valores. Conforme o DIEESE (2020), houve um aumento em todas as capitais brasileiras, devido ao período intermédio entre uma safra e outra, ocasionando uma baixa disponibilidade de animais para abate.

O pão francês preencheu a vaga de segundo lugar dos itens que os consumidores consideram ter menos importância, seguido do óleo/banha, que inclusive teve uma alta nos seus preços em 16 capitais, devido à fatores como a alta demanda interna e externa, estoques domésticos de soja e derivados baixos e a alta do dólar, de acordo com o DIEESE (2020).

O leite, de acordo com os consumidores, é considerado o terceiro item mais importante no momento das compras, e em se tratando de valores, teve uma redução no seu preço médio quando relaciona-se ao primeiro mês da pesquisa, que foi setembro.

Os consumidores avaliaram os itens da cesta básica de acordo com suas preferências, indicando o que acham ter maior importância, e a intenção era exatamente essa, saber do próprio consumidor quais itens que eles consideravam mais importantes quando vão as compras. Dessa forma, foi possível avaliar que mesmo existindo uma lista de itens considerados oficiais que compõem a cesta básica, de acordo com a percepção dos consumidores não é necessário comprar todos eles, em um nível de itens mais importantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo identificar a relevância das variações dos preços da cesta básica na visão dos consumidores da cidade de João Pessoa, analisando suas variações em três períodos durante o mês, além de traçar o perfil do consumidor e analisar o ponto de vista baseado na percepção dos consumidores como objetivos específicos.

De acordo com os resultados apresentados, pode-se perceber que grande parte dos consumidores representando 96% dos respondentes, compreendem a importância do conhecimento financeiro para tomar boas decisões, contudo, quando se trata de uma simples ação como realizar uma pesquisa de preços antecipadamente em estabelecimentos distintos, os consumidores demonstraram um resultado negativo.

Quando se trata do preço da cesta básica, os fatores que são levados em consideração na decisão de compra do consumidor são ir ao supermercado durante a semana e em dias em que há promoções nos estabelecimentos, visto que nesses dias os produtos são comercializados com preços menores quando comparados ao que normalmente se compra em dias que não há promoções. E como foi constatado, os consumidores não têm preferência sobre qual é o melhor período para fazer as compras.

A partir dos resultados, pode-se concluir a existência de variações de preços de um mesmo produto durante um mesmo mês, entretanto, não foi possível identificar a correlação existente entre os supermercados, visto que as variações de preços não possuem um padrão que possa se relacionar entre si.

Por se tratar de uma questão mais voltada para a contabilidade social, este tema tem total importância para o meio, dado que essa divulgação de dados e suas variações de preços durante o mês auxiliam os consumidores a controlar seus gastos e assim ter um melhor desempenho com suas finanças, visto que esses são os produtos considerados de primeira necessidade para todos.

Para trabalhos futuros, sugere-se a continuidade de pesquisas de caráter socioeconômico na área, utilizando-se de uma amostra maior a fim de apresentar um aumento na qualidade dos resultados, identificando assim a razão pelo qual o preço de um mesmo produto sofre tantas variações durante um mesmo mês.

REFERÊNCIAS

- BERRIOS, Luis Alberto; SANTOS, Joao Almeida. SALÁRIO MÍNIMO vs. CESTA BÁSICA DIEESE: UMA RELAÇÃO DÍSPARE. **Revista de Administração do Unisal**, [S.l.], v. 6, n. 9, jun. 2016. ISSN 1806-5961. Disponível em: <http://www.revista.unisal.br/sj/index.php/RevAdministracao/article/view/471>. Acesso em: 23 jan. 2020.
- BEUKE, R. **Precificação**: sinergia do marketing e das finanças. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Página 18.
- BRASIL. **Decreto-Lei Nº 399, DE 30 DE ABRIL DE 1938 - Publicação Original**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-399-30-abril-1938-348733-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 04 jan. 2020.
- CARRARA, A. F.; CORREA, A. L. O regime de metas de inflação no Brasil: uma análise empírica do IPCA. **Revista de Economia Contemporânea**. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 441-462, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/125413>. Acesso em: 10 jan. 2020.
- CARVALHO, Malena Cordeiro da Silva. **A importância da formação de preço**. São Francisco de Barreiras, 2015.
- CENCI, Jaci José; PEREIRA, Iselda; BARICHELLO, Rodrigo. **Educação financeira, planejamento familiar e orçamento doméstico**: um estudo de caso. Tecnológica. Faculdades UCEFF, v. 3, n. 2 (2015).
- CRUZ, A. H. et al. A educação financeira como estratégia de análise do perfil do jovem consumista. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, VI. 2017, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: UNINOVE, 2017. p. 3. Disponível em: <https://singep.org.br/6singep/resultado/171.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2021.
- CONTO, Samuel Martim et al. O Comportamento de Alunos do Ensino Médio do Vale do Taquari em Relação às Finanças Pessoais. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 8, n. 2, 2015. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/39803/o-comportamento-de-alunos-doensino-medio-do-vale-do-taquari-em-relacao-as-financas-pessoais-->. Acesso em: 26 jun. 2021.
- CORREIA, Thamirys de Sousa; LUCENA, Wenner Glaucio Lopes; GADELHA, Kalyne Amaral Di Lorenzo. A Educação Financeira como um diferencial nas decisões de consumo e investimento dos estudantes do curso de Ciências Contábeis na grande João Pessoa. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 9, n. 3, 2015. Disponível em:

<https://periodicos.ufba.br/index.php/rcontabilidade/article/view/12902>. Acesso em: 23 abr. 2021.

DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Salário mínimo nominal e necessário**. Disponível em:

<https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>. Acesso em: 24 mar. 2021.

DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Metodologia da Cesta Básica de Alimentos**. Disponível em:

<https://www.dieese.org.br/metodologia/metodologiaCestaBasica.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2020.

DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **A desoneração dos produtos da Cesta Básica**. Disponível em:

<https://www.dieese.org.br/notatecnica/2013/notaTec120DesoneracaoCestaBasica.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2020.

DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos Tomada especial de preços de outubro de 2020**. Disponível em:

<https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/2020/202010cestabasica.pdf>. Acesso em: 24 maio 2021.

DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Pesquisa Nacional da Cesta Básica de Alimentos Tomada especial de preços de outubro de 2020**.

Disponível em:

<https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/2020/202011cestabasica.pdf>.

Acesso em: 09 jun. 2021.

ELIAS, Juliana. **Cesta básica já toma quase 60% do salário mínimo, pior proporção em 15 anos**. CNN Brasil. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/01/20/cesta-basica-ja-toma-quase-60-do-salario-minimo-pior-proporcao-em-15-anos>. Acesso em: 23 fev. 2021.

ESCOLA, Equipe Brasil. **Salário Mínimo**. Brasil Escola. Disponível em:

<https://brasilecola.uol.com.br/economia/salario-minimo.htm>. Acesso em: 23 fev. 2021.

FERNANDES, L. M.; DIAS, G. H. Fatores determinantes do custo da cesta básica de alimentos no município de Divinópolis no período de 2009 – 2010. [Editorial].

Revista Meditare: Revista Acadêmica dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação da FAGED, p. 89-98, jul./set., 2011. Disponível em:

<https://propi.ifto.edu.br/ocs/index.php/jice/8jice/paper/viewFile/8349/3955>. Acesso em: 23 fev. 2021.

FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. **Diversidade cultural no Brasil**. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/brasil/a-diversidade-cultural-no-brasil.htm>. Acesso em: 23 fev. 2021.

GAMA et al. **Formação de Preços na Cooperativa Agropecuária CALU: o Dilema da Produção do Leite**. REPeC, Brasília, v. 12, n. 1, art. 1, p. 6-21, jan./mar. 2018. Disponível em: <http://www.repec.org.br/index.php/repec/article/view/1574/1314>. Acesso em: 04 fev. 2020.

GIVISIEZ, Gustavo Henrique Naves; DE SOUZA, Murilo Arruda Sabino; LEANDRO, Assis Rangel. Indicadores Regionais De Preços Ao Consumidor: Índice Da Cesta Básica Municipal. **Trabalho apresentado**, n. 4º, 2010. Disponível em: <https://livrozilla.com/doc/902779/%C3%ADndice-da-cesta-b%C3%A1sica-municipal--universidade-federal-f...>. Acesso em: 23 jan. 2020.

HOLLAND, M.; MORI, R. **Dinâmica da Inflação no Brasil e os Efeitos Globais**. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3216/1/td_2003.pdf. Acesso em: 26 mar. 2021.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Famílias com até 2 salários gastam 61% do orçamento com alimentos e habitação**. Disponível em: <https://censo2021.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/25606-familias-com-ate-dois-salarios-gastam-61-do-orcamento-com-alimentos-e-habitacao.html>. Acesso em: 23 mar. 2021.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MENDES, Juliana de Souza. **Educação financeira para uma melhor qualidade de vida**. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Pós-Graduação em Matemática Financeira Aplicada aos Negócios da Universidade do Sul de Santa Catarina. Tubarão, 2015.

MODERNELL, Álvaro. **Afinal, o que é educação financeira?** Disponível em: <https://ucho.info/2011/09/08/afinal-o-que-e-educacao-financeira/>. Acesso em: 29 fev. 2020.

OLIVEIRA, S. K.; SANTOS, V. M.; SANTINI, M. M.; SUZIN, P. T.; BOSCHI, G. C. Influência da inflação nos produtos da cesta básica no primeiro semestre de 2013. In: **Anais VII Seminário de Iniciação Científica Curso Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha**, 2013. Faculdade da Serra Gaúcha. Caxias do Sul, RS. Disponível em: <http://ojs.fsg.br/index.php/anaiscontabeis/article/viewFile/450-459/781>. Acesso em: 01 de mar. 2021.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies**. 2016. Disponível em: <http://www.oecd.org/>. Acesso em: 02 jan. 2020.

PAULA, Ana Cristina Lattaro de; SOARES, Bruna Maria; BONFIM, Marisse Dizaró. A variação do custo da cesta básica para o consumidor. **Revista de Iniciação**

Científica da Libertas. São Sebastião do Paraíso, v.1, n.1, p.56-71, dez. 2011. Acesso em: 04 fev. 2020.

PENSO LOGO INVISTO. **Estudo da OCDE Compara Letramento Financeiro em 30 Países.** Disponível em: <http://pensologoinvisto.cvm.gov.br/estudo-da-ocde-compara-letramento-financeiro-em-30-paises/>. Acesso em: 02 jan. 2020.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L.; RABASCO, Esther. **Microeconomia.** Pearson Italia, 2013.

POPULAÇÃO. Maiores Bairros de João Pessoa. Disponível em: https://populacao.net.br/os-maiores-bairros-joao-pessoa_pb.html. Acesso em: 15 jul. 2021.

ROCHA, Kátia Luciane Souza; ROCHA, Jefferson Marçal da. A análise da evolução do custo da cesta básica no Rio Grande do Sul através da modelagem matemática. **Experiências em Ensino de Ciências**, v. 3, n. 3, p. 71-79, 2008.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à Economia.** 20. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SAITO, André Taue; SAVOIA, José Roberto Ferreira; PETRONI, Liége Mariel. A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE). In: SEMEAD, 9., 2006, São Paulo. **Anais do IX SEMEAD.** São Paulo: Semead 2006.

SILVA, Amarildo Melchiades; STAMBASSI, Andrea. **A Noção De Planejamento Financeiro Na Formação Continuada De Professores Em Educação Financeira Escolar.** Disponível em: <https://www.ufjf.br/coloquioedumat/files/2017/10/A-NOCAO-DE-PLANEJAMENTO-FINANCEIRO-NA-FORMACAO-CONTINUADA-DE-PROFESSORES-EM-EDUCACAO-FINANCEIRA-ESCOLAR.pdf>. Acesso em: 08 mar. 2021.

SILVA, Bruno Alves da. **Educação financeira: sua influência no comportamento de compra dos estudantes do CCSA da UEPB-Campus I.** 2014. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/11075/1/PDF%20-%20Bruno%20Alves%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2021.

SILVA, G.B; ECKARDT, M. Cesta básica de Paraíso do Tocantins: análise de fatores determinantes na composição do valor. **Revista de Administração da UEG**, Goiás, v.8, n.1, jan/abr.2017. Disponível em: https://www.revista.ueg.br/index.php/revista_administracao/article/view/5070. Acesso em: 12 fev. 2020.

SILVA, Pedro Augusto Tavares et al. **Análise da cesta básica no município de Santana do Ipanema e sua relação com o desenvolvimento.** 2015. Disponível em: <http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/3434?locale=en>. Acesso em: 18 abr. 2020.

SILVA, Rafaela De Lima et al. Educação financeira como influenciadora de decisões. **Anais V CONEDU**. Campina Grande: Realize Editora, 2018. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br/artigo/visualizar/47129>. Acesso em: 01 maio 2021.

SILVA, Sandro Pereira. **Trajetória histórica da segurança alimentar e nutricional na agenda política nacional**: projetos, descontinuidades e consolidação. Texto para discussão. Rio de Janeiro. Ipea, 2014.

TOMBINI, Débora Aparecida. SAQUET, Marcos Aurélio. **Migração e relação Campo-Cidade**. Disponível em: <https://www3.uepg.br/seet/wp-content/uploads/sites/5/2014/08/MIGRA%c3%87%c3%83O-E-RELA%c3%87%c3%83O-CAMPO-CIDADE.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2021.

APÊNDICE A

Questionário para pesquisa

Prezado (a) entrevistado (a),

Este questionário é uma parte fundamental para a conclusão da minha monografia para a conclusão do Curso de Ciências Contábeis na Universidade Federal da Paraíba. Venho solicitar a V.S.^a cerca de 5 minutos para o preenchimento deste questionário que irá ajudar na compreensão da pesquisa que estou desenvolvendo acerca do tema “**Análise das variações no preço da cesta básica e a percepção do consumidor**”. Desde já, agradeço.

1- Gênero:

☐ Masculino ☐ Feminino ☐ Prefiro não dizer

2- Faixa etária:

☐ Até 25 anos ☐ Entre 25 e 35 anos

☐ Entre 36 e 45 anos ☐ Entre 46 e 55 anos ☐ Acima de 55 anos

3- Grau de escolaridade:

☐ Ensino fundamental ☐ Ensino médio

☐ Ensino superior ☐ Pós graduado ☐ Não alfabetizado ☐ Outro:

4- Quantas pessoas moram com você?

☐ Nenhuma ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Acima de 5

5- Você acha que a educação financeira é importante para tomar boas decisões relacionadas à como gerenciar melhor o seu dinheiro?

☐ Discordo totalmente ☐ Discordo parcialmente

☐ Não concordo nem discordo ☐ Concordo parcialmente ☐ Concordo totalmente

6- Você prefere ir ao supermercado durante a semana ou aos finais de semana?

☐ Durante a semana ☐ Finais de semana

7- Qual melhor período para se fazer as compras?

☐ Início do mês ☐ Meio do mês ☐ Final do mês ☐ Não tenho preferência

8- Quanto você costuma gastar quando vai ao supermercado? Considere os valores abaixo em reais R\$.

☐ 0 a 100,00 ☐ 100,00 a 200,00 ☐ 200,00 a 300,00 ☐ 300,00 a 400,00

☐ 400,00 a 500,00 ☐ 500,00 a 600,00 ☐ 600,00 a 700,00 ☐ 700,00 a 800,00

☐ 800,00 a 900,00 ☐ Acima de 1.000,00

9- Você costuma pesquisar o preço do produto antes de comprar?

☐ Sim ☐ Não

10- Você consegue notar quando há uma variação de preço em um produto que você costuma comprar sempre?

☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

11-Você acha que há variação nos preços quando você vai ao supermercado em períodos diferentes do mês? Ex: No início do mês é mais barato e no final do mês é mais caro.

☐ Sim ☐ Não ☐ Não reparo

12-Você prefere fazer as compras em dias que há promoções ou isso não interfere no seu julgamento?

☐ Sim ☐ Não ☐ Não me importo com isso

13- Você vai ao supermercado comprar apenas itens que estão na promoção, apesar de não ser o dia que você normalmente faz as compras?

☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

14-Marque abaixo os itens que você considera mais importante quando vai fazer as compras. Pode marcar mais de um produto.

☐ Carne ☐ Leite ☐ Feijão ☐ Arroz ☐ Farinha ☐ Batata ☐ Legumes (Tomate)

☐ Pão Francês ☐ Café em pó ☐ Frutas (Banana) ☐ Açúcar ☐ Banha/Óleo

☐ Manteiga