

Projeto de Pesquisa

Editais:	Editais _01_/2013
Tema do Projeto:	Admiradores do Preço
Participantes:	Professora MS. Gécica Germana Fonseca Discente: Merimácia
Grupo de Pesquisa CNPq:	
Linha de Pesquisa:	Finanças e Marketing
Centro/Departamento Acadêmico:	Administração

Resumo: Devido ao crescimento do município da Serra nos últimos anos faz – se necessário uma pesquisa mensal para melhor informar aos moradores sobre as oscilações de preços dos itens da cesta básica. Em face do exposto, este projeto tem como foco norteador desenvolver uma pesquisa mensal sobre os itens da cesta básica no município da Serra-ES em quatro supermercados.

Palavras chave: cesta básica; pesquisa; mercado

1 Introdução

A Pesquisa de Mercado é uma ferramenta importante para que todos obtenham informações valiosas sobre o mercado se está inserido. Quanto maior o conhecimento sobre o mercado, preços, produtos, concorrentes, melhor será a administração da renda por parte dos consumidores. Neste sentido, este projeto de pesquisa tem como objetivo estudar o comportamento dos preços da cesta básica no município da Serra. O crescimento do município da Serra é notório por isso então se faz necessário uma pesquisa com o intuito de informar aos consumidores as políticas de preços praticadas nos supermercados locais.

Enfim espera-se ao final deste projeto promover uma melhoria na informação da população do município através da divulgação dos dados em mídia eletrônica e impressa.

2 Objetivos

2.1 Objetivo Geral:

- O projeto tem como objetivo principal divulgar aos consumidores capixabas o valor dos produtos da cesta básica, a pesquisa será feita nos supermercados do município da Serra – ES. A periodicidade da pesquisa será mensal. Ocasionalmente os outros itens de consumo de acordo com as datas sazonais também serão pesquisados como períodos natalinos, brinquedos, ovos de páscoa, etc.

2.2 Objetivos Específicos:

- Conscientizar a comunidade sobre as diferentes práticas de preços existentes para os mesmos produtos
- Estimular a compra de forma consciente
- Alertar ao consumidor com relação aos possíveis abusos de preços praticados

3 Problema de Pesquisa

Os supermercados do município da Serra apresentam diferentes políticas de preços para os mesmos itens da cesta básica?

4 Metodologia

A pesquisa de campo é uma fase que é realizada após o estudo bibliográfico, para que o pesquisador tenha um bom conhecimento sobre o assunto, pois é nesta etapa que ele vai definir os objetivos da pesquisa, as hipóteses, definir qual é o meio de coleta de dados, tamanho da amostra e como os dados serão tabulados e analisados. As pesquisas de campo podem ser dos seguintes tipos

(MARCONI & LAKATOS, 1996):

a) Quantitativas–Descritivas: investigação empírica, com o objetivo de conferir hipóteses, delineamento de um problema, análise de um fato, avaliação de programa e isolamento de variáveis principais (MARCONI & LAKATOS, 1996). É uma pesquisa quantitativa, que usa técnicas de coleta de dados, que podem ser: entrevistas, questionários, formulários, etc.

b) Exploratórias: tem como finalidade aprofundar o conhecimento do pesquisador sobre o assunto estudado. Pode ser usada, para facilitar a elaboração de um questionário ou para servir de base a uma futura pesquisa, ajudando a formular hipóteses, ou na formulação mais precisa dos problemas de pesquisa (MATTAR, 1996). Também visa clarificar conceitos, ajudar no delineamento do projeto final da pesquisa e estudar pesquisas semelhantes, verificando os seus métodos e resultados. Como método de coleta de dados, utiliza questionários, entrevistas, observação participante, etc. O projeto de pesquisa proposto terá como objetivo a pesquisa exploratória e quantitativas – descritivas.

4.1 Tipos de Amostras

Antes de citar qual amostra escolhida para a realização da pesquisa, é necessário descrever os tipos existentes. Uma amostra pode ser probabilística (casual), quando a escolha dos elementos da amostra é aleatória, ou não probabilística (não casual), quando a escolha dos elementos não é feita aleatoriamente. No presente estudo foi escolhida a amostra não aleatória intencional que é definida como: a amostra é escolhida intencionalmente pelo pesquisador (MARCONI & LAKATOS, 1996; OLIVEIRA, 1997), como a escolha dos quatro supermercados (EPA, Extrabom, Carone e OK)

4.2 Técnicas de Coleta de Dados

Numa pesquisa exploratória podem ser utilizados questionários, entrevistas, observação participante e análise de conteúdos, etc.. Segundo OLIVEIRA (1997), a escolha do método e técnica utilizada, depende do objetivo da pesquisa, dos recursos financeiros disponíveis, da equipe e elementos no campo da investigação. A pesquisa utilizará questionário e formulário. O questionário é um conjunto de perguntas, que a pessoa lê e responde sem a

presença de um entrevistador. Os itens a serem pesquisados são os itens da cesta básica, incluindo alimentação, higiene e limpeza.(conforme Anexo A)

5 Trabalho de Cronograma

Atividades	Ju n	Jul	Ago	Set	Ou t	Nov	Dez	Ja n	Fe v	Mar	Ab r	Ma i
Elaboração do projeto	x											
Entrega do projeto		x										
Coleta de Dados			x	x	x	x	x		x	x	x	x
Apresentação e discussão dos dados			x	x	x	x	x		x	x	x	x
Entrega de Relatório			x	x	x	x	x		x	x	x	x

6 Referências

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

AGUIAR, Marco Antonio Souza. Manual básico de pesquisa de mercado. São Paulo: Edição

Sebrae, 1998.

Anexo A

Item	Preço
Arroz	
Feijão	
Açúcar	
Café	
Óleo de soja	
Farinha de Mandioca	
Leite	
Sabão em pó	
Manteiga	
Pão de sal	
Sabão em barra	
Detergente	
Sabonete	
Creme Dental	
Shampoo	
Papel higiênico	
Carnes	
Ovos	
Frangos/Peixes	