

COLETA DE PREÇOS

Edinaldo Vieira de SOUZA¹
Maria Lúcia Ribeiro da COSTA²

RESUMO: A Empresa Júnior Toledo – EJT surgiu em 1993 para a inserção de alunos dos cursos da graduação para entrarem, no mercado de trabalho, colocando em prática o que aprendem em sala de aula. A Empresa Júnior localiza-se na Rua Alvinho Gomes Teixeira, 240. A coleta de preços é realizada nos 8 maiores supermercados e hipermercados da cidade fazendo comparações de preços numa lista composta por 111 produtos. O índice de Preços Toledo (IPT) é realizado quinzenalmente em sete supermercados sorteados aleatoriamente segmentados por porte. Os produtos pesquisados fazem parte da cesta básica praticada no estado de São Paulo, com os índices utilizados pelos órgãos de “Pesquisa de Orçamento Familiar (POF)³ de SP e das pesquisas de Consumo Alimentar no município de SP (DIEESE)⁴” levando-se em conta o salário mínimo nacional. Foi realizada adaptação da cesta básica, para se adequar a nossa região. A empresa Júnior procura colaborar com toda a população e trazer conhecimento profissional aos alunos os quais irão se deparar freqüentemente na vida profissional. Quanto aos proprietários e gerentes dos estabelecimentos podem utilizar as pesquisas para levantar dados sobre a concorrência e buscar a melhor estratégia com base no histórico das pesquisas realizadas ao longo dos anos. As pesquisas contam com participação dos alunos dos cursos da graduação com suporte técnico dos professores. Foram realizadas 585 pesquisas com a participação de 302 alunos e com a colaboração de professores e coordenadores das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.

Palavras-chave: IPT; Coleta de Preços; Cesta Básica; Toledo.

1 INTRODUÇÃO

A Empresa Júnior Toledo A/C situada à Rua Alvinho Gomes Teixeira, nº 240, Vila Furquim, criada em 1993, é uma associação civil de utilidade pública que oferece aos alunos dos cursos de Administração de Empresas, Economia, Ciências Contábeis, Sistemas de Informação, Tecnólogo em Gestão Financeira das

¹ Discente do 3º ano do curso de Administração de empresa das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente e bolsista do projeto de extensão “Coleta de Preços e IPT”. e-mail edinaldo@unitoledo.br

² Docente e supervisora do projeto de extensão “Coleta de preços e IPT” das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail: malu@unitoledo.br

³ www.dieese.com.br

⁴ www.dieese.com.br

Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo, oportunidades da prática profissional. Esta prática é proporcionada por meio de diversos serviços como: Consultorias, Pesquisas, Projetos Sociais, Assessorias empresariais, estudos organizacionais e cursos. Os trabalhos são prestados pelos estudantes orientados pelos professores e supervisores com o objetivo de oferecer ao aluno uma visão ampla do mercado e da prática profissional além de proporcionar o desenvolvimento cultural, econômico, social e ético dos alunos, das organizações e da comunidade de Presidente Prudente e região.

A coleta de preços conta com uma lista de 111 produtos e distribuídos em 9 grupos sendo: 26 produtos de cereais e mercearia, 11 produtos matinais / doces, 12 produtos enlatados e condimentos, 14 produtos de frios e laticínios, 10 produtos carnes e embutidos, 10 bebidas, 17 artigos de limpeza, 11 produtos de higiene e 3 produtos diversos. O grupo de cereais e mercearia que contribui com 26% da lista por isso é considerado o de maior peso. A coleta foi desenvolvida, tendo como atividades à realização de pesquisas comparativas de preços, nos oito maiores supermercados e hipermercados de Presidente Prudente.

A Empresa Júnior Toledo – EJT realiza pesquisas em supermercados desde 1994. O Índice de Preços Toledo é realizado desde 2006 e divulgado a partir de 2007, após ter dados de um ano para comparação quinzenal, mensal e anual. Os dados coletados são analisados sob uma perspectiva econômica e comportamental, cuja síntese é publicada quinzenalmente no caso do IPT, mensalmente no caso da coleta de preços na imprensa local e no site da Faculdade “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.

As pesquisas de Coleta de preços busca fazer comparações de preços de um estabelecimento para outro e detectar as variações de um período para outro. O processo da realização da coleta de preços inicia-se pelo recolhimento dos dados brutos dos preços dos produtos nos estabelecimentos, sempre com pesquisadores e dias alternados, para que a pesquisa não seja comprometida com dados viciosos. Os produtos que compõem a lista, são iguais para todos os estabelecimentos, levando-se em conta como identificação o código de barras, com o interesse de mostrar a oscilação dos preços entre os estabelecimentos e as variações de preços de um período pesquisado para outros. Esta pesquisa serve como apoio a empresário, imprensa, supermercadistas e toda a comunidade, na comparação dos

preços entre os estabelecimento e também por meio do histórico de pesquisas dos períodos anteriores.

A Empresa Júnior Toledo busca com o IPT desenvolver índices econômicos financeiros para beneficiar toda a população e região, e também com isso insere os alunos da graduação da faculdade mais perto do ambiente empresarial, além de seu próprio benefício na época, com a divulgação dos seus serviços prestados tanto no ramo de pesquisas como consultorias. Já que a nossa região não possuía nenhuma instituição que medisse o índice de inflação da região, a Empresa Júnior aproveitou essa oportunidade para se inserir no mercado e criar um meio de beneficiar a toda comunidade, fazendo pesquisas e desenvolvendo indicadores econômicos. No Projeto Índices de Preços Toledo, os indicadores são baseados no *“salário Mínimo como prevê o decreto lei 399 de 30 de abril de 1938 e baseado pesquisa de Orçamento Familiar “POF” e Pesquisas de Consumo alimentar “DIEESE” índices praticados na cidade de São Paulo na cesta básica*⁵. Para isso realizou -se adaptação dos indicadores para se adequar a nossa região.

Um índice é basicamente o resultado do encadeamento de variações percentuais ao longo de um interregno de tempo de algo que se queira medir, por exemplo a inflação, juros, os custos de produção de determinado produto, etc. São muito utilizados porque facilitam o cálculo de variações percentuais acumuladas entre determinados períodos do tempo⁶.

2 DESENVOLVIMENTO

O levantamento de dados da pesquisa do IPT se realiza quinzenalmente em sete supermercados e hipermercados, da cidade, escolhidos aleatoriamente composta, por 35 produtos essenciais na cesta básica, para verificar o índice de inflação ou deflação praticado no período.

⁵ www.dieese.com.br

⁶ <http://br.answers.yahoo.com/question/ind...>

Já a coleta de preços é realizada mensalmente nos oito maiores supermercados, levando-se em conta a comparação e a variação dos preços dos produtos praticados nos estabelecimentos, a coleta é composta com uma lista de 111 produtos que serve como orientação econômica para os consumidores e também como parâmetros para processos licitatórios de prefeituras e os próprios empresários da região. A coleta de preços também é realizadas em períodos especiais como Páscoa, Natal e início das aulas para medir a oscilação dos preços entre os estabelecimentos que comercializam produtos direcionados para estes períodos e também a variação de preços de um ano para outro.

Com a coleta de preços pode-se detectar qual a variação de preços decorrente em determinado período, geralmente calculado mensalmente, com os produtos que englobam as pesquisas de coleta de preços distribuídos nos grupos; (cereais/mercearia, matinais/doces, enlatados/condimentos, frios/laticínios, carnes/embutidos, bebidas, artigos de limpeza, artigos de higiene, diversos), como veremos na tabela a seguir;

Tabela 1: Variação de preços de Dezembro/2008 à Maio/2009

Produtos	Nov/Dez 2008	Dez/Jan 2009	Jan/Fev 2009	Fev/Mar 2009	Mar/Abr 2009	Abr/Mai 2009
Cereais/mercearia	3,54%	-0,63%	-0,61%	2,15%	-1,03%	-0,41%
Matinais / doces	-0,17%	0,12%	0,24%	3,05%	0,04%	1,64%
Enlatados/condimentos	0,27%	2,13%	0,39%	1,08%	2,90%	3,27%
Frios/laticínios	-0,06%	-1,66%	0,31%	1,69%	-0,03%	1,83%
Carnes/embutidos	0,04%	-1,97%	-0,01%	-3,92%	2,23%	2,73%
Bebidas	-0,72%	4,89%	1,27%	-0,27%	2,86%	0,20%
Artigos de limpeza	3,54%	2,15%	-1,05%	0,37%	3,16%	1,99%
Artigos de higiene	0,08%	0,77%	1,31%	0,35%	2,43%	-0,58%
diversos	-5,11%	-0,21%	-3,53%	-2,41%	1,21%	6,89%

A tabela 1 demonstra a variação de preços no período de um mês, como por exemplo, o Grupo de Cereais e mercearia que teve uma variação de preços (neste caso alta) de 3,54% no período de novembro a dezembro de 2008.

Todos os grupos que compõem a tabela constam uma variação de preços de um período para outro, demonstrando tendência à inflação ou deflação. Este fato é ocasionado não só pela sazonalidade dos produtos, mas também pelas ferramentas que os estabelecimentos utilizam para divulgação dos seus produtos, pela concorrência e , todas essas ferramentas influenciam a economia.

Em *economia* **concorrência** corresponde à situação de um mercado em que os diferentes produtores/vendedores de um determinado bem ou serviço atuam de forma independente face aos compradores/consumidores, com vista a alcançar um objetivo para o seu negócio – lucros, vendas e/ou quota de mercado – utilizando diferentes instrumentos, tais como os preços, a qualidade dos produtos, os serviços após venda. É um estado dinâmico de um mercado que estimula as empresas a investir e a inovar com vista à maximização dos seus ganhos e ao aproveitamento ótimo dos recursos escassos disponíveis. Um mercado concorrencial é aquele cujo funcionamento é feito de acordo com o livre jogo da oferta e da procura, sem intervenção do Estado.⁷

A economia é uma balança natural que controla os preços naturalmente, ajudando a controlar a produção pelos produtores, que não querem ter prejuízo com a venda a um valor baixo, quando existe muita oferta do produto no mercado. Quando a demanda é pouca os preços tendem a subir e se for o contrário os preços tendem a cair, então a economia serve para controlar esses fatores e para uniformizar os preços praticados, tanto por produtores como vendedores para não terem prejuízo no final.

A variação nos preços é normal devido a influências econômicas que ocorrem no período como por exemplo: sazonalidade, concorrência , marketing. A sazonalidade influencia os principais produtos agrícolas que são também os mais consumidos como o arroz, o feijão, o açúcar, a farinha de trigo e de mandioca, as carnes, o leite e seus derivados. Estes produtos tem seus preços altamente influenciados pela sazonalidade que, devido a entre safra e o clima desfavorável geram uma produção menor, ou também quando uma commodity é substituída por outra. Um exemplo regional é a cana de açúcar que está tomando lugar das pastagens e outras commodities como feijão, arroz, mandioca, entre outros. “Hoje

⁷ [http://pt.wikipedia.org/wiki/Concorr%C3%Aancia_\(economia\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Concorr%C3%Aancia_(economia))

em dia 70% desses produtos é produzido por pequenos produtores”⁸, com isso alavancou os preços dessas commodities, para produtores com os insumos para produção que se valorizou e reflete para consumidor final, e aí a balança econômica entra em ação, porque muita oferta e pouca demanda os preços caem e muita demanda pouca oferta os preços sobem, essa é a balança da economia, para reequilibrar as coisas. A concorrência também influencia muito nos preços praticados, nos supermercados, cada um procura fazer algo novo para chamar a atenção do consumidor, seja melhores produtos ou promoções, e isso traz algumas vantagens para os consumidores que se prestam atenção e pesquisam, podem economizar muito. O marketing influencia, seja em propagandas, arrumação nas gôndolas, atrativos para chamar a atenção do consumidor para divulgação de novos produtos, ou seja induz as pessoas a comprarem.

A sazonalidade, a concorrência, o marketing, juntos influenciam muito nos preços praticados para o consumidor final. Cada uma contribui com uma pequena parcela, seja sazonalidade onde tudo começa, que é influenciada pelo clima e preços dos insumos para produção, a concorrência para chamar a atenção do consumidor, seja colocação dos produtos nas prateleiras como também as promoções, o marketing pela divulgação e despertar o interesse do cliente, induzindo as pessoas a gastarem mais. A Concorrência entre os estabelecimentos influenciam significativamente para a oscilação dos índices de inflação e deflação praticados em determinado período: Veja um pouco da variação na tabela abaixo.

Tabela 2: Variação de preços praticados entre os estabelecimentos pesquisados

Meses	Ano	Menor preço	Maior preço	Variação em %
Dezembro	2008	378,29	505,57	33.65%
Janeiro	2009	382,76	502,28	31.23%
Fevereiro	2009	363,48	501,14	37.87%
Março	2009	380,23	496,41	30.56%
Abril	2009	378,93	492,28	29.91%
maio	2009	388,48	500,25	28.77%

⁸ Jornal oeste notícias

Como se pode observar na tabela acima os preços variam muito, entre o maior e menor preço, influenciado pelos três fatores: a sazonalidade, a concorrência e o marketing. Com isso os consumidores devem estar atentos a estes fatores e pesquisar para fazer suas compras de forma inteligente, fazendo uma lista dos produtos necessários antes de sair de casa, comparar os preços de um supermercado para outro e economizar.

3 CONCLUSÃO

Com as pesquisas de Coleta de Preços e Índice de Preços Toledo, a Empresa Júnior-EJT, em parceria com a Faculdade Antonio Eufrásio de Toledo busca beneficiar a toda população de Presidente Prudente e região, criando parâmetros de comparações e variações entre os preços praticados nos supermercados da cidade , como eles se comportam frente à concorrência, marketing e sazonalidade dos produtos.

Os empresários se beneficiam dos resultados podendo pesquisar o histórico dos anos anteriores e definir qual as novas tendências de mercado, e escolher o melhor caminho para chamar a atenção do consumidor e avaliar a concorrência.

As pesquisas também proporcionam aos alunos uma vivencia na prática do que aprendem em sala de aula, e as dificuldades que podem encontrar na vida profissional, ajudando as pessoas a tomarem as melhores decisões na hora de comprar para economizar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://br.answers.yahoo.com/question/ind...>

www.dieese.com.br

FACULDADES INTEGRADAS “ANTONIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”. **Normalização de apresentação de monografias e trabalhos de conclusão de curso.** 2007 – Presidente Prudente, 2007, 110p.

jornal Oeste noticias

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Concorr%C3%Aancia_\(economia\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Concorr%C3%Aancia_(economia))