



O ÍNDICE DE CUSTO DA CESTA BÁSICA EM ANÁPOLIS, NO PERÍODO DE FEVEREIRO Á JUNHO DE 2015

Laene Bueno Santos¹
Joana D'arcBardella Castro²

De acordo com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2009), a cesta básica nacional é suficiente para o sustento de uma família de dois adultos e duas crianças durante o período de um mês, sendo formada por 13 produtos alimentícios principais e suas respectivas quantidades de acordo com cada região. Sendo Anápolis representada pela região 1 (Estados de São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Goiás e Distrito Federal). Entretanto não há uma definição “padrão” da composição da cesta básica, mas será utilizada por esse projeto a cesta básica definida pelo DIEESE (2009).

As variações de preços representam uma modificação no poder de compra do consumidor que é influenciado pela inflação ou deflação. Contudo há duas principais correntes mais utilizadas, a inflação por excesso de demanda agregada em relação a produção disponíveis de bens e serviços, ou permanecendo a demanda inalterada à um aumento de custos de insumos importados que eleva o preço final do produto produzido (LUQUE;VASCONCELOS, 2004). Ambas as hipóteses podem alterar os preços dos 13 alimentos que compõem a cesta básica nacional.

Portanto a inflação eleva os preços dos bens e serviços, com isso altera o consumo. Há diferentes desenhos de consumo. O consumo como o ato de consumir, gastar ou usar mercadorias e serviços com a finalidade de satisfazer as necessidades e desejos humanos buscando uma identidade (BARBOSA, 2004), já consumismo é a aquisição desmedida de produtos (ASHLEY, 2005), levado muitas das vezes pela facilidade de crédito. Na contra

¹ Acadêmica de Ciências Econômicas da Universidade Estadual de Goiás. Anápolis - Goiás. *E-mail:* laenebueno@gmail.com

² Doutora em Economia pela UnB. Professora da Universidade Estadual de Goiás. Anápolis – Goiás.



mão, vem o consumeirismo que tem como objetivo a conscientização dos males do consumo alienado (GIGLIO, 2002).

Com os dados de índice da cesta básica de Anápolis, divulgado pelo NEPE, e o índice da cesta básica de Goiânia divulgado pelo DIEESE, foi realizada uma comparação das variações dos índices da cesta básica entre Goiânia e Anápolis, no período de fevereiro a junho de 2015.

Tabela 2 - Variação do preço da cesta básica de Anápolis e Goiânia, de fev. á jun.2015.

	Fev/Mar	Mar/Abr	Abr/Mai	Mai/Jun
Goiânia	-0,66%	1,3%	5,9%	-5,01%
Anápolis	0,06%	-5,23%	0,25%	0,36%

Fonte: dados da pesquisa. Dados do DIEESE.

Comparando as variações ocorridas, é apurada a maior diferença de março para abril, um aumento de (1,3%) na Cesta Básica de Goiânia e (-5,23%) nos preços de Anápolis. A menor variação ocorreu de fevereiro para março sendo para Goiânia (-0,66%) e para Anápolis (0,06%) (tabela 2).

Portanto, as variações ocorridas no preço da Cesta Básica de Anápolis em comparação a capital Goiânia são muito menores de - 0,14%, o que demonstra que á outras variáveis determinantes que influenciam o índice, que podem ser explicadas pela concorrência mercadológica, facilitada no escoamento das mercadorias, proximidade entre duas capitais uma estadual e outra federal, poder aquisitivo da população. Esses motivos não são tratados nesse estudo, mas que podem ser acrescentadas a outros estudos futuros sobre o tema.

PALAVRAS-CHAVE: Anápolis. Cesta Básica. Preço.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, Patrícia Almeida *et al.* **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BARBOSA. Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

DIEESE. **Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos**. São Paulo. Metodologia da Cesta Básica Nacional: Versão Preliminar. 2009. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/metodologia/metodologiaCestaBasica.pdf>> acesso em: 13 de julho de 2015.



ANAIS - Seminário de Pesquisa, Pós-Graduação, Ensino e Extensão do CCSEH – SEPE
Os desafios para a formação do sujeito e os rumos da pesquisa e da extensão universitária na atualidade - 26 a 28 de agosto de 2015.

GIGLIO, Ernesto. **O comportamento do consumidor e a gerência de marketing**. São Paulo: Pioneira, 1996.

LUQUE, Carlos Antonio Teoria, (2004), Macroeconômica: evolução e Situação atual *et al.*; **Manual da Economia** / Amauri Patrick Gremaud. *et al.*; Organizadores Diva Benevides Pinho, Marco Antonio Sandoval de Vasconcelos. – 5º Ed. – São Paulo: Saraiva, 2004.

NEPE. **Núcleo de Pesquisa Econômicas**. UEG – UNUCSEH Anápolis.
<http://www.nepe.unucseh.ueg.br/conteudo/2878_boletim> acesso em: 15 de julho de 2015.