



CONEXÃO UNIFAMETRO 2021

XVII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

FAST PRICE: O USO DA TECNOLOGIA COMO FERRAMENTA DE APOIO CONTRA O CRESCIMENTO DOS PREÇOS NO BRASIL

Thiago Felipe de Sousa Castro

Graduando em Análise e Desenvolvimento de Sistemas – UNIFAMETRO
Endereço: Rua Conselheiro Estelita, 264 – Centro, Fortaleza – CE, 60010-260
E-mail: thiagofelipesc@gmail.com

Felipe Gomes de Melo Vale

Graduando em Análise e Desenvolvimento de Sistemas – UNIFAMETRO
Endereço: Rua Conselheiro Estelita, 264 – Centro, Fortaleza – CE, 60010-260
E-mail: felipe.vale@aluno.unifametro.edu.br

Fábio Henrique Fonseca de Sousa

Mestre em informática aplicada – Universidade de Fortaleza – UNIFOR-CE
Docente do curso de Sistema de informação - UNIFAMETRO
Endereço: Rua Conselheiro Estelita, 264 – Centro, Fortaleza – CE, 60010-260
E-mail: fabio.sousa@professor.unifametro.edu.br

Área Temática: Desenvolvimento de Produtos e Projetos
Encontro Científico: IX Encontro de Iniciação à Pesquisa



CONEXÃO UNIFAMETRO 2021

XVII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

Introdução: de acordo com a Pesquisa de Orçamento Famílias (POF), feita entre os anos de 2017/2018 e divulgado pelo IBGE, as famílias brasileiras com as menores rendas acabam destinando cerca de 22% da sua renda apenas para conseguir se alimentar. Este cenário foi agravado com a situação que vivemos no país, assim comprometendo ainda mais a qualidade de vida de milhões de brasileiros. Com toda certeza fazer economia do supermercado é uma das tarefas mais complicadas para as famílias, criar o hábito de elaborar lista de compras, definir limite de gastos, estipular uma periodicidade e conhecer os preços são bons hábitos para conseguir economizar nas compras. Mas, e quando apesar de cumprir todas as dicas, o orçamento ainda não é suficiente para alimentar minimamente saudável uma família? Por isso, economizar nas compras de casa é essencial nos tempos atuais, com a crise que vivemos se torna cada vez mais difícil agregar qualidade com preço baixo. A economia vem desde o preço final do produto até o deslocamento do cliente até o supermercado onde possui cada item, afinal, o preço do uber ou o combustível para ir até o local também é um gasto incluso no orçamento. Dado o cenário atual, a tecnologia pode entrar como uma ferramenta determinante de apoio para diminuir os impactos da crise econômica que vem se instaurando no Brasil e agregar valor na vida das pessoas auxiliando-as no planejamento e execução de ações com foco em economia

Objetivo: este trabalho tem como propósito trazer à tona a dura realidade enfrentada por grande parte dos brasileiros que é a diminuição do poder de compra da moeda brasileira por conta do crescimento cada vez mais vertical da inflação, apresentar uma proposta de solução que visa agregar valor na vida dos usuários atuando como uma ferramenta de apoio à tomada de decisões na hora da compra e mostrar que, com o auxílio da tecnologia, a realidade econômica da população pode ser um pouco mais tranquila.

Metodologia: foram realizadas pesquisas para avaliar as taxas dos principais índices que regem os preços dos itens básicos de consumo no Brasil (Selic e IPCA). Também foram elaboradas pesquisas de campo para validar se a dor retratada é realmente existente e se a solução proposta realmente agregaria valor. Para uma avaliação mais profunda de aceitação por parte dos usuários, serão criados protótipos e posteriormente um MVP (Minimum Viable Product) do aplicativo

Resultados e Discussão: a pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas (FGV/Ibre), pelo pesquisador Daniel Duque, concluiu que, durante a pandemia, houve um aumento da pobreza nos 23 estados e no Distrito Federal, os estados mais afetados foram Rio de Janeiro que saltou de 16,9% em 2019 para 23,8% em 2021, isso é quase um quinto da população total do estado. Mas a maior alta, foi no Distrito Federal, que a população pobre foi de 12,9% para 20,8% no mesmo período.



CONEXÃO UNIFAMETRO 2021

XVII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

Além disso, o crescimento da extrema pobreza no país aumentou em 18 capitais das 27, esse aumento deve-se não só aos problemas econômicos causados pela pandemia do novo coronavírus como também a crise política que se instaura no Brasil, que gerou alta da inflação e o aumento do desemprego. Dessa maneira, é possível observar que a alta dos preços dos alimentos gera uma grande dificuldade para famílias com rendas mais baixas de se alimentar de maneira saudável e digna. O aplicativo FastPrice entra nessa realidade servindo como uma ferramenta de apoio a tomada de decisões, onde o usuário poderia, antes mesmo de sair de casa, comparar os preços dos supermercados próximos a sua localização e verificar onde seria mais viável de comprar. O aplicativo irá apresentar a opção de pesquisa dos preços tanto via produto específico no qual o cliente deseja comprar, quanto pela sua localização de acordo com os supermercados mais próximos. Será possível tanto listar todos os itens de um estabelecimento, quanto pesquisar apenas o que procura. É apresentado também as promoções do dia de cada um dos locais, assim ficando bem evidente onde será mais fácil economizar. Além disso, terá a opção de uma área vip no aplicativo que, com um pequeno valor, o usuário terá vantagens como: antecipação de promoções anteriores, descontos exclusivos para assinantes e dentro outras vantagens. Com a visibilidade dos preços gerada pelo aplicativo, o consumidor terá uma grande arma na hora de fazer suas compras e, segundo o estudo divulgado pelo grupo Kantar, a média de promoções aplicadas pelos varejistas brasileiros é de 25%, tendo algumas variações como por exemplo o setor alimentício que tem como média 28%. Portanto, considerando um gasto mensal de R\$ 1000, utilizando o aplicativo, o usuário poderia economizar, em média, 250 reais por mês. **Considerações finais:** analisando a dificuldade financeira que as famílias da capital e regiões metropolitanas passam, o aplicativo pode ajudar de maneira eficiente não só quem teve seu orçamento prejudicado nessa crise, como também famílias que apesar de não ter sua renda reduzida, teve seu poder de compra diminuída com a alta dos produtos.

Palavras-chave: Supermercado; Produtos; FastPrice.



CONEXÃO UNIFAMETRO 2021

XVII SEMANA ACADÊMICA

ISSN: 2357-8645

Referências:

SANTOS, Thamires. ECONOMIA NO SUPERMERCADO. educamaisbrasil.com.br, 2020. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/educacao-financeira/economia-no-supermercado>>. Acesso em: 01 de outubro de 2021.

CARRANÇA, Thais. Auxílio emergencial: Com benefício reduzido em 2021, Brasil terá 61 milhões na pobreza. bbc.com, 2021. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56843399>>. Acesso em: 01 de outubro de 2021.

IVAN VENTURA. **NOVAREJO**. Estudo divulgado pela Kantar traçou o perfil das promoções no Brasil. E há uma má notícia: varejistas estão exagerando nos descontos. consumidormoderno.com, 2017. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2017/06/21/varejo-vende-itens-acima-descontos-ideal/>>. Acesso em: 9 out. 2021.