SISTEMA DE INFORMAÇÃO COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO NO PROCESSO DE DECISÃO DO CONSUMO ALIMENTAR E INCLUSÃO SOCIAL

AUTORES: Rafaela da Conceição Custódio (Autor), Maria da Dôres Saraiva de Loreto (Orientador)

PALAVRAS-CHAVE: Sistema de informação; Consumo alimentar; Processo decisório.

RESUMO:
Inserido dentro da temática dos direitos humanos, o presente projeto faz parte do Programa Interdisciplinar de Estudos para a inclusão social da Universidade Federal de Viçosa/MG, que visa à reflexão e desenvolvimento de ações para a inclusão social. A relevância da temática desse projeto está vinculada a sua associação com o ensino, pesquisa e extensão do Curso de Economia Doméstica, cuja filosofia está centrada em tornar os indivíduos/famílias proativos, para que possam refletir sobre suas ações na vida cotidiana, como é o caso de decisão de compra de alimentos, visando o "empoderamento" das pessoas, em termos de: acesso às informações controle sobre recursos e decisões, estado de inclusão social, envolvimento e participação, capacidade de organização e, consequentemente, melhoria de qualidade de vida. O projeto em questão buscou disponibilizar um sistema de informações aos consumidores de Viçosa/MG, que consiste em um conjunto de componentes associados à coleta, processamento, armazenagem e distribuição de informações para apoiar a tomada de decisão.Foi feito um programa para armazenamento, análise e monitoramento de dados, concernentes ao comportamento dos menores preços de 54 itens da cesta básica alimentar nos principais supermercados e hortifrutigranjeiros locais, enfatizando as variações mensais e acumuladas no ano, bem como os menores e maiores preços praticados nos diferentes estabelecimentos, visando orientar os consumidores.Essas informações foram consideradas relevantes pelos consumidores locais, como pode ser constatado no levantamento junto a 123 consumidores, em diferentes estabelecimentos, quando destacaram a importância da pesquisa de preço, uma vez que interfere na escolha de onde comprar, influencia na decisão de compra, identifica falhas, entre outros. Conclui-se que o binômio informação/conhecimento é essencial no processo decisório, pela qual o consumidor opta por adquirir um produto ou serviço, considerando diversas variáveis ou percepções.

Instituição de Ensino: Universidade Federal de Viçosa

ISBN: 978-85-93416-00-2