

NOME: BIANCA FERREIRA GARCIA

TÍTULO: AMPLIAÇÃO DOS ITENS COMERCIALIZADOS EM UMA PEQUENA EMPRESA UTILIZANDO A ESTATÍSTICA NA TOMADA DE DECISÃO

AUTORES: RODRIGO NEY MILLAN, BIANCA FERREIRA GARCIA, BIANCA FERREIRA GARCIA, RODRIGO NEY MILLAN, EDER ANGELO MILANI, JOSNEY FREITAS SILVA

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: AMOSTRAGEM, MIX DE PRODUTOS, PESQUISA DE MERCADO

#### RESUMO

Com a evolução da Estatística juntamente com o avanço no processamento de dados, as ferramentas estatísticas estão se tornando cada vez mais indispensáveis para auxiliar a tomada de decisões em empresas. Alguns métodos e procedimentos básicos de estatística podem ajudar os administradores de pequenas e médias empresas a quantificar a necessidade de estoque e identificar novos produtos que atendam aos anseios dos clientes. Assim, constituem decisões imprescindíveis à manutenção da permanência e do crescimento da empresa perante o mercado. A realização de uma Pesquisa de Mercado para ampliação do mix de produtos possibilita ao administrador tomar decisões com base em informações obtidas por meio de métodos científicos. A presente pesquisa tem por objetivo realizar uma pesquisa de mercado para ampliação do mix de produtos e apresentar os resultados obtidos para o administrador da pequena empresa, assim auxiliando-o na tomada de decisão. Um questionário com 21 questões foi elaborado juntamente com o proprietário da empresa a fim de verificar a viabilidade e a futura demanda por produtos que até o momento não estão disponíveis para venda. Será realizada uma amostragem probabilística adotando o método sistemático. O formulário será aplicado aos consumidores a partir de um tablet via internet através de um formulário do Google. A análise dos dados coletados será dividida em duas etapas, sendo a primeira a análise univariada, tal como: elaboração de tabelas de frequências absoluta e relativa, criação de gráficos, cálculo de medidas resumo de posição e de dispersão. Na segunda etapa, será realizada uma investigação para verificar se existe associação entre duas variáveis, a partir da análise das tabelas de frequências de dupla entrada e dos cálculos e análise dos coeficientes de contingência e de correlação.