

O índice do mês de agosto de 2020 corresponde ao período da primeira semana de agosto de 2020 com a primeira semana de setembro de 2020, apresentando uma variação mensal com um aumento de 4,14%.

Observam-se as seguintes variações mensais nos grupos:

- **Grupo Alimentação Geral:** teve aumento de 8,24%, e dentro deste, o óleo foi o produto responsável pela maior variação positiva de 40,77% e sendo o feijão o item de maior variação negativa com 2,13%.
- **Grupo Hortifrutigranjeiros:** com um aumento de 7,34% e dentro deste grupo, o produto de maior variação positiva foi o tomate com 48,24%, e o alho com 38,27% de maior variação negativa.
- **Grupo Carne:** teve uma queda de 3,09% e dentro deste, a carne de frango apresentou a maior variação positiva de 4,35%, enquanto a carne bovina veio a apresentar a maior variação negativa de 5,68%.
- **Grupo Higiene:** com um aumento de 1,03% e dentro deste, o produto de maior variação positiva foi o sabonete com 12,50% e o produto de maior variação negativa foi o desodorante com queda de 2,58%.
- **Grupo Limpeza:** teve um aumento de 0,01% e dentro deste, o produto de maior variação positiva foi a esponja de aço com 13,84% e o produto de maior variação negativa foi o desinfetante com 5,75%.

Analisando-se as variações aferidas anteriormente, conclui-se que:

- **Grupo que mais aumentou:** Alimentação em geral 8,24%
- **Produto de maior elevação:** Tomate 48,24%.
- **Grupo de maior queda:** Carne 3,09%
- **Produto de maior queda:** Alho 38,27%.

Dois produtos do grupo alimentação geral, o arroz e o óleo, que possuem grande consumo pelas famílias em Ponta Grossa, respectivamente 99,82% e 95,07%, tiveram elevações de preços consideradas relevantes e atípicas, ou seja, o óleo com 40,77% e o arroz com 30,33% de aumento no período.

A equipe de pesquisadores do Núcleo de Economia Regional e Políticas Públicas - NEREPP apresenta o índice da Cesta Básica de Ponta Grossa que afere os preços das compras realizadas por meio do serviço de *delivery* dos supermercados, ou seja, caracterizando as compras online no respectivo período dos levantamentos, tendo ainda, como base, a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) de 2016.