



FACULDADE

**ViaSapiens**

A IDENTIDADE DO CONHECIMENTO

**FACULDADE VIASAPIENS – FVS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**PATRÍCIA FERREIRA DA ROCHA**

**ESTRATÉGIAS DE EMPRESAS VAREJISTAS DO SETOR ALIMENTÍCIO PARA  
ENFRENTAR A INFLAÇÃO: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE TIANGUÁ**

**TIANGUÁ/CE  
2024**

PATRÍCIA FERREIRA DA ROCHA

**ESTRATÉGIAS DE EMPRESAS VAREJISTAS DO SETOR ALIMENTÍCIO PARA  
ENFRENTAR A INFLAÇÃO: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE TIANGUÁ**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora da Faculdade ViaSapiens, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

**Orientadora:** Prof<sup>o</sup> Francisco Alves de Souza Neto, Me.

**TIANGUÁ/CE**

**2024**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da Faculdade ViaSapiens  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

F383e Ferreira da Rocha, Patrícia .  
Estratégias de empresas varejistas do setor alimentício para enfrentar a inflação : Um estudo no município de Tianguá: Estratégias para lidar com o aumento da inflação / Patrícia Ferreira da Rocha - 2024. 29 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Faculdade ViaSapiens, Bacharelado em Administração, . 2024

Orientação: Prof(a) Me. Francisco Alves de Souza Neto

Coorientação: Prof(a) Me. Francisco Alves de Souza Neto

1. Organização . 2. Planejamento . 3. Crise. 4. Monitoramento . 5. Economia. I. Título.

CDD 342.81

**PATRÍCIA FERREIRA DA ROCHA**

**ESTRATÉGIAS DE EMPRESAS VAREJISTAS DO SETOR ALIMENTÍCIO PARA  
ENFRENTAR A INFLAÇÃO: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE TIANGUÁ**

Artigo apresentado à Faculdade ViaSapiens, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 02 / 12 / 2024 .

**BANCA EXAMINADORA:**

*F<sup>co</sup> Alves de Souza Neto*

Orientadora: Prof<sup>o</sup> Me. Francisco Alves de Souza Neto

*Iara Tâmara Pessoa Paiva*

Membro: Prof<sup>a</sup> Me. Iara Tâmara Pessoa Paiva

*Antonio Manuel Cardoso Correia*

Membro: Prof. Esp. Antônio Manuel Cardoso Correia

## AGRADECIMENTO

Agradeço sinceramente ao meu orientador , professor FRANCISCO ALVES DE SOUZA pela orientação valiosa e pelo incentivo durante durante toda a elaboração deste trabalho. sou grata a minha família que sempre esteve ao meu lado , oferecendo apoio e compreensão nos momentos mais desafiadores.

Agradeço também aos meus colegas de curso que contribuíram com ideias e sugestões importantes. Por fim, agradeço a Viasapiens pelo suporte oferecido durante a realização deste TCC.

## RESUMO

Este projeto tem como objetivo analisar a relevância das estratégias adotadas por contadores e administradores no apoio aos empreendedores durante o processo de tomada de decisões, com base em análises detalhadas, visando minimizar perdas e prejuízos. A pesquisa enfoca como a contabilidade e a administração desempenham papéis fundamentais na eficácia e continuidade dos negócios, especialmente no setor de supermercados, onde as análises de gestores são essenciais. O estudo bibliográfico, que é uma habilidade indispensável nos cursos de graduação, representa o ponto de partida para diversas atividades acadêmicas. Esse tipo de pesquisa é obrigatório em investigações exploratórias, sendo crucial na delimitação do tema e no desenvolvimento do assunto. Para este estudo, foram realizadas interações sociais com diversos empreendedores, visando coletar dados e métodos aplicáveis à prática cotidiana de seus negócios, além de informações obtidas de gestores responsáveis por diferentes setores. A pesquisa identificou a necessidade de desenvolver estratégias e projetos voltados para a organização e análise de sistemas de monitoramento específicos, especialmente no controle de custos. Os resultados demonstram que a organização econômica tem um papel vital na capacidade de uma empresa enfrentar a inflação. Essas abordagens permitem que o negócio não apenas sobreviva, mas também prospere em períodos inflacionários. A análise evidenciou a importância das estratégias administrativas e das avaliações contábeis, que, em conjunto, proporcionam um equilíbrio e monitoramento eficaz da saúde financeira da empresa. O planejamento e a análise financeira são cruciais para garantir a sustentabilidade do negócio, oferecendo informações precisas sobre as finanças e permitindo que a administração supervisione adequadamente processos como compra, armazenamento e reposição de produtos.

**Palavras-chave:** Organização. Planejamento. Crise. Monitoramento. Economia

## **ABSTRACT**

This project aims to analyze the relevance of strategies adopted by accountants and administrators in supporting entrepreneurs during the decision-making process, based on detailed analyses to minimize losses and damages. The research focuses on how accounting and administration play key roles in the effectiveness and continuity of businesses, especially in the supermarket sector, where management analyses are essential. The bibliographic study, an indispensable skill in undergraduate courses, represents the starting point for various academic activities. This type of research is mandatory in exploratory investigations, being crucial in defining the theme and developing the subject. For this study, social interactions were conducted with several entrepreneurs to collect data and methods applicable to the daily practice of their businesses, along with information obtained from managers responsible for different sectors. The research identified the need to develop strategies and projects aimed at organizing and analyzing specific monitoring systems, particularly in cost control. The results demonstrate that economic organization plays a vital role in a company's ability to face inflation. These approaches enable the business not only to survive but also to thrive during inflationary periods. The analysis highlighted the importance of administrative strategies and accounting evaluations, which together provide a balance and effective monitoring of the company's financial health. Financial planning and analysis are crucial to ensuring the business's sustainability, offering accurate financial information and allowing the administration to properly oversee processes such as purchasing, storage, and product replenishment.

**Keywords:** Organization. Planning. Crisis. Monitoring. Economy

## LISTA DE GRÁFICOS/TABELAS/QUADROS/FIGURAS

FIGURA 1 - Aumento nos Custos Operacionais .....	14
FIGURA 2 - Impacto da Inflação .....	16
FIGURA 3 - Inflação e Volume de Vendas .....	17
FIGURA 4 - Mitigar os Impactos da Inflação .....	18
FIGURA 5 – Revisão dos Preços .....	19
FIGURA 6 - Programa de Fidelização .....	20
FIGURA 7 - Avaliação da Eficácia. ....	21
FIGURA 8 – Desafio. ....	22

## LISTA DE GRÁFICOS/TABELAS/QUADROS/FIGURAS

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>13</b>
<b>4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>13</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>25</b>
<b>APÊNDICE/ANEXO .....</b>	<b>26</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A inflação é um fenômeno econômico recorrente que afeta diretamente o cotidiano das pessoas e o funcionamento do comércio em geral. Caracterizada pelo aumento contínuo e generalizado dos preços, a inflação reduz o poder de compra dos consumidores, altera padrões de consumo e desafia a sustentabilidade financeira de empresas, especialmente no setor de supermercados. No contexto do município de Tianguá, onde a inflação tem impactado significativamente o mercado varejista alimentício, torna-se crucial compreender as implicações desse fenômeno para o comércio local e seus habitantes, Pereira (2022).

Este artigo tem como objetivo analisar as estratégias adotadas por administradores e gestores para auxiliar os empresários do setor alimentício na tomada de decisões mais assertivas, com foco em minimizar perdas e prejuízos. Tais estratégias são fundamentais para garantir a eficácia e a continuidade dos negócios, sobretudo em momentos de instabilidade econômica. A pesquisa realizada baseia-se em estudos bibliográficos e em entrevistas com gestores do setor de supermercados, com o intuito de identificar métodos eficazes de gestão financeira e administrativa que possam ser aplicados em resposta à inflação.

A pesquisa revelou que grande parte dos consumidores de Tianguá tem sentido os efeitos diretos da inflação, com 85% dos entrevistados relatando uma significativa perda de poder aquisitivo nos últimos 12 meses. Diante desse cenário, muitos consumidores têm modificado seus hábitos de compra, priorizando supermercados que oferecem descontos e promoções como forma de economizar. Segundo Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2020) esse comportamento reflete a importância de estratégias voltadas à fidelização e retenção de clientes, como programas de desconto e ações que aliviem o impacto inflacionário.

O presente estudo destaca, portanto, a relevância das análises administrativas para o desenvolvimento de ações estratégicas que auxiliem tanto os empresários quanto os consumidores a enfrentar os desafios impostos pela inflação. O planejamento financeiro adequado, aliado à implementação de programas que favoreçam o equilíbrio econômico, pode ser a chave para a sustentabilidade e o sucesso das empresas varejistas de Tianguá em tempos de instabilidade financeira.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 O Impacto da Inflação nos Negócios e no Setor Varejista

A administração desempenha um papel fundamental no planejamento e controle das empresas, sendo essenciais para a tomada de decisões eficazes, especialmente em cenários de crise e incerteza econômica. Além disso, administradores são responsáveis pela formulação de estratégias que visam otimizar o uso dos recursos e maximizar a eficiência organizacional. Para Chiavenato (2021), a administração eficiente de uma empresa requer a integração de processos de planejamento, organização, direção e controle. Esses processos, aliados às informações geradas pela contabilidade, formam a base para a tomada de decisões que podem assegurar a continuidade do negócio, mesmo em cenários adversos, como em períodos de inflação.

A inflação é um dos maiores desafios para a gestão financeira das empresas, pois impacta diretamente os custos operacionais, os preços de venda e o comportamento dos consumidores. De acordo com Souza e Oliveira (2022), a inflação afeta tanto o lado da oferta quanto o da demanda: por um lado, os custos dos insumos e produtos aumentam, reduzindo as margens de lucro das empresas; por outro, os consumidores perdem poder de compra, o que afeta a demanda por bens e serviços.

No setor varejista, especialmente no ramo alimentício, os efeitos da inflação são ainda mais visíveis. O aumento no preço de alimentos e outros bens essenciais faz com que os consumidores busquem alternativas mais econômicas, como a compra de produtos em atacado ou a redução da frequência de compras. Segundo uma pesquisa realizada por Silva (2023), "cerca de 70% dos consumidores relataram mudanças em seus hábitos de consumo devido ao aumento dos preços, priorizando promoções e descontos em supermercados" (p. 14).

Para os empresários, lidar com a inflação requer o desenvolvimento de estratégias de mitigação que possam equilibrar a necessidade de manter a competitividade no mercado e, ao mesmo tempo, preservar as margens de lucro. Segundo Lopes e Almeida (2023), estratégias como o controle rígido de custos, a renegociação com fornecedores e a adoção de práticas de economia em larga escala têm se mostrado eficazes para minimizar o impacto da inflação no setor varejista.

Nos períodos de inflação, as estratégias administrativas tornam-se cruciais para a manutenção da saúde financeira das empresas. Para Padoveze (2021), a gestão financeira baseada em dados contábeis permite identificar rapidamente quais áreas da empresa estão

apresentando maior vulnerabilidade, possibilitando a implementação de ajustes antes que os problemas se tornem graves. A análise de fluxo de caixa, por exemplo, é uma ferramenta indispensável para monitorar as entradas e saídas de recursos, permitindo que os gestores tenham uma visão clara das necessidades financeiras e possam planejar ações corretivas.

Além disso, o planejamento estratégico a longo prazo é fundamental para a sobrevivência das empresas em cenários de inflação. Segundo Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2020), o planejamento estratégico envolve não apenas a formulação de objetivos claros, mas também a flexibilidade para ajustar esses objetivos de acordo com as mudanças no ambiente externo. Em tempos de inflação, isso pode incluir a redefinição de metas financeiras, a revisão de processos internos e a adaptação das estratégias de precificação e marketing para se alinhar ao novo comportamento dos consumidores.

Ainda no contexto das estratégias administrativas, a gestão de estoques é um ponto crítico durante a inflação. Segundo Pereira (2022), “a administração eficaz dos estoques em tempos de crise permite que a empresa não sofra tanto com os aumentos de preço de insumos, já que compras antecipadas podem assegurar valores mais baixos” (p. 45). Isso mostra que uma administração proativa pode garantir que o negócio continue operando de forma eficiente, mesmo em um cenário econômico instável.

## **2.2 O Papel dos Administradores no Apoio aos Empreendedores**

A atuação dos administradores no apoio aos empreendedores vai além da execução de funções técnicas, assumindo um papel estratégico e consultivo. O administrador moderno tem a responsabilidade de auxiliar os empreendedores na elaboração de estratégias que visem à eficiência operacional, crescimento sustentável e mitigação de riscos. De acordo com Silva e Oliveira (2022), "o administrador deve atuar como um parceiro estratégico do empreendedor, fornecendo análises e previsões que possibilitem uma gestão mais eficaz e adaptada às condições de mercado" (p. 32).

A administração estratégica permite que os empreendedores tenham uma visão mais ampla e de longo prazo do mercado, possibilitando a adaptação a diferentes cenários econômicos, como a inflação, crises financeiras e mudanças nas demandas dos consumidores. Segundo Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2020), o administrador, ao liderar o planejamento estratégico, desempenha um papel crucial ao avaliar tendências, identificar oportunidades e ameaças e desenvolver planos de ação para garantir a continuidade dos negócios. Em tempos

de inflação, por exemplo, essa função se torna ainda mais relevante, pois envolve decisões críticas sobre precificação, controle de custos e ajuste de operações.

Outro aspecto importante da administração no apoio aos empreendedores é a gestão de recursos. A eficiência no uso dos recursos financeiros, humanos e materiais de uma empresa pode ser um diferencial competitivo em mercados desafiadores. Segundo Kotler e Keller (2022), administradores que atuam com foco na maximização de recursos contribuem significativamente para a longevidade das empresas, desenvolvendo estratégias que reduzem desperdícios e aumentam a produtividade. Em períodos de crise, o administrador também desempenha o papel de gestor de mudanças, liderando iniciativas que visem a reestruturação organizacional, revisão de processos e realocação de recursos de maneira a garantir que a empresa continue competitiva e relevante no mercado.

Além disso, a gestão de pessoas é uma área em que os administradores podem apoiar os empreendedores de maneira significativa. Administradores experientes ajudam a criar um ambiente organizacional saudável e produtivo, promovendo o desenvolvimento contínuo das equipes e garantindo que a cultura organizacional esteja alinhada com os objetivos estratégicos da empresa. De acordo com Chiavenato (2021), a gestão de talentos é um dos pilares para a inovação e a resiliência organizacional, especialmente em tempos de mudança ou incerteza econômica.

Portanto, o papel do administrador como parceiro estratégico dos empreendedores é fundamental para o sucesso a longo prazo dos negócios. Ao liderar iniciativas de planejamento, gestão de recursos e desenvolvimento de talentos, o administrador não apenas assegura que a empresa esteja preparada para os desafios atuais, como também ajuda a moldar sua capacidade de adaptação para enfrentar os desafios futuros.

### **2.3 O Supermercado como Ambiente de Estudo para Estratégias de Negócio**

O setor de supermercados representa um ambiente ideal para a aplicação e análise de estratégias de negócios, principalmente em períodos de inflação. Por ser um setor de bens de consumo essenciais, os supermercados são diretamente impactados pelas flutuações de preços de insumos e pela variação no poder de compra dos consumidores. Como destaca Santos (2023), "os supermercados são altamente sensíveis às variações de preço, pois dependem diretamente do poder de compra dos consumidores e das flutuações nos custos dos insumos" (p. 88). Essa sensibilidade exige que os gestores desenvolvam estratégias inovadoras e ágeis para responder aos desafios impostos pelo mercado.

Em tempos de inflação, uma das estratégias mais eficazes utilizadas pelos supermercados é a gestão inteligente de estoques. Ao adotar um controle rigoroso dos estoques, os administradores podem minimizar o impacto de aumentos de preço e garantir a disponibilidade de produtos a preços competitivos. Segundo Pereira (2022), "a administração de estoques desempenha um papel crítico na lucratividade dos supermercados, especialmente durante a inflação, quando o custo de reposição dos produtos pode subir rapidamente" (p. 54). Além disso, compras antecipadas e a negociação de preços com fornecedores são práticas comuns para evitar a transferência integral dos aumentos de custo aos consumidores.

Outra estratégia comum é a implementação de programas de fidelidade e descontos, que ajudam a manter a base de clientes e atrair novos consumidores que buscam preços mais acessíveis. Segundo Costa (2023), "programas de fidelidade oferecem aos consumidores benefícios exclusivos, incentivando compras recorrentes e garantindo que os clientes prefiram aquele supermercado em detrimento de outros" (p. 92). Esses programas são especialmente eficazes durante períodos de inflação, pois permitem que os supermercados ofereçam promoções e vantagens sem comprometer suas margens de lucro.

A gestão de preços é outro aspecto essencial para os supermercados durante crises econômicas. Administradores devem equilibrar a necessidade de repassar os aumentos de custo com a manutenção da competitividade no mercado. Estratégias como a oferta de produtos com marcas próprias, que têm menor custo de produção, são frequentemente adotadas. Segundo Lopes e Almeida (2023), "o aumento da oferta de produtos de marca própria é uma estratégia de mitigação de custos que se tornou popular em supermercados durante períodos inflacionários" (p. 78). Essa prática permite que os supermercados ofereçam alternativas mais econômicas aos consumidores sem sacrificar a qualidade dos produtos ou a satisfação dos clientes.

Por fim, o marketing estratégico também desempenha um papel fundamental na adaptação dos supermercados aos desafios econômicos. Durante a inflação, os consumidores tendem a ser mais seletivos e sensíveis a promoções. Portanto, campanhas publicitárias focadas em ofertas especiais, descontos e programas de fidelidade são essenciais para atrair e reter clientes. De acordo com Santos (2023), "estratégias de marketing voltadas para o preço e a oferta de benefícios adicionais são fundamentais para manter a lealdade do consumidor durante crises econômicas" (p. 90). Dessa forma, os supermercados, como ambiente de estudo de estratégias de negócios, mostram-se um campo fértil para o desenvolvimento de práticas administrativas inovadoras, capazes de enfrentar desafios econômicos complexos.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é de natureza descritiva e exploratória. O caráter descritivo busca relatar as estratégias adotadas por contadores e administradores no apoio aos empreendedores durante o processo de tomada de decisões. A pesquisa exploratória, por sua vez, visa identificar e investigar de maneira aprofundada as estratégias utilizadas no setor de supermercados, especialmente em períodos de inflação.

Em termos de procedimentos, trata-se de uma pesquisa de levantamento e documental, na qual foram coletados dados através de questionários aplicados a empresários do ramo varejista alimentício no município de Tianguá, além da análise de documentos administrativos fornecidos por gestores dessas empresas.

Quanto à abordagem, a pesquisa foi de natureza qualitativa e quantitativa. A abordagem qualitativa foi utilizada para interpretar as respostas abertas dos questionários e analisar as percepções dos gestores sobre as estratégias utilizadas, enquanto a abordagem quantitativa foi aplicada para mensurar dados numéricos relacionados à inflação, poder de compra dos consumidores, e os resultados financeiros das empresas.

O processo de coleta de dados foi realizado entre os meses de janeiro e março de 2024, no município de Tianguá, Ceará, com uma amostra composta por 25 gestores de supermercados da região. O questionário foi distribuído presencialmente, contemplando perguntas sobre as práticas contábeis e administrativas, estratégias de controle de custos e ações para enfrentar a inflação. Além disso, a pesquisa incluiu entrevistas com contadores e administradores que atuam no setor.

A população-alvo foi composta por gestores de supermercados que representam tanto pequenas quanto médias empresas da região. Os respondentes foram selecionados com base em sua experiência no mercado local e no enfrentamento de períodos inflacionários.

Para a análise dos dados, foi utilizada a análise de conteúdo para as respostas qualitativas, buscando identificar padrões e práticas recorrentes nas estratégias adotadas pelos empresários. A análise quantitativa foi aplicada sobre os dados numéricos coletados, permitindo identificar o impacto econômico da inflação e a eficácia das estratégias financeiras adotadas. Os resultados obtidos foram cruzados e comparados com a literatura existente, o que permitiu uma avaliação detalhada da relevância e eficiência das estratégias de contabilidade e administração no setor varejista alimentício de Tianguá.

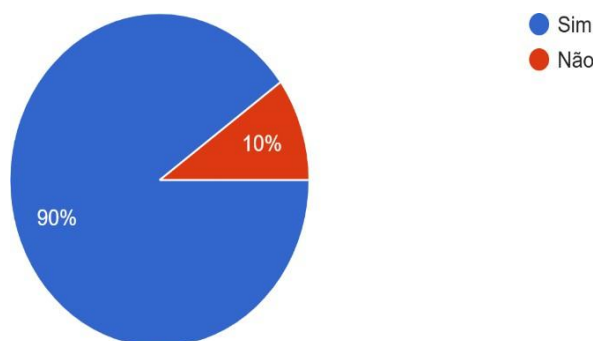
## 4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A etapa de análise de dados visa interpretar as informações coletadas para compreender as estratégias adotadas por empresas varejistas do setor alimentício no município de Tianguá diante do cenário inflacionário. Nesta seção, serão examinados os dados obtidos por meio de questionários e/ou entrevistas com gestores e funcionários de empresas do setor, com o intuito de identificar as ações implementadas para enfrentar o aumento nos custos, otimizar a operação e manter a competitividade no mercado local.

A análise será conduzida com foco em fatores como a variação de preços, a adaptação nas práticas de compra e venda, a gestão de estoques, e a percepção dos consumidores em relação às mudanças estratégicas. Esse estudo permite não apenas um entendimento sobre como a inflação impacta diretamente o setor varejista alimentício em Tianguá, mas também aponta as práticas que têm se mostrado mais eficazes para minimizar esses efeitos.

Quando questionado sobre a percepção de aumento nos custos operacionais devido à inflação é essencial para entender os desafios que as empresas varejistas do setor alimentício estão enfrentando no cenário econômico atual. A inflação gera pressões sobre os preços de insumos, transporte e energia, impactando diretamente os custos de operação e a lucratividade das empresas. Neste contexto, torna-se relevante investigar a percepção dos gestores sobre esse aumento de custos e as estratégias adotadas para minimizar seus efeitos no negócio e no relacionamento com o consumidor.

**Gráfico 1:** Aumento nos Custos Operacionais  
Você percebe um aumento nos custos operacionais devido à inflação?



**FONTE:** Autor.

Os dados revelam que 90% dos respondentes perceberam um aumento nos custos operacionais devido à inflação, o que reforça a magnitude do impacto econômico sobre o setor. Esse aumento de custos gera uma série de desafios para as empresas, que precisam equilibrar a manutenção de preços competitivos com a preservação de sua rentabilidade. Segundo Kotler (2000), “a sobrevivência e o sucesso de uma empresa dependem de sua capacidade de adaptação às condições do mercado, incluindo fatores econômicos como a inflação”. Dessa forma, o cenário exige das empresas uma resposta estratégica que não apenas aborde a questão dos custos, mas também busque alternativas inovadoras para manter a competitividade.

O alto percentual de respostas positivas sugere que as empresas enfrentam desafios financeiros que exigem estratégias de adaptação para lidar com o aumento dos custos. Esse cenário pode impulsionar o varejo a adotar medidas como a renegociação com fornecedores, otimização de processos internos, ajustes nos preços de venda e, em alguns casos, até redução de margens de lucro para manter a competitividade no mercado. A percepção generalizada desse aumento nos custos operacionais destaca a urgência de ações estratégicas e de gestão financeira eficientes para minimizar os impactos da inflação sobre a sustentabilidade do negócio.

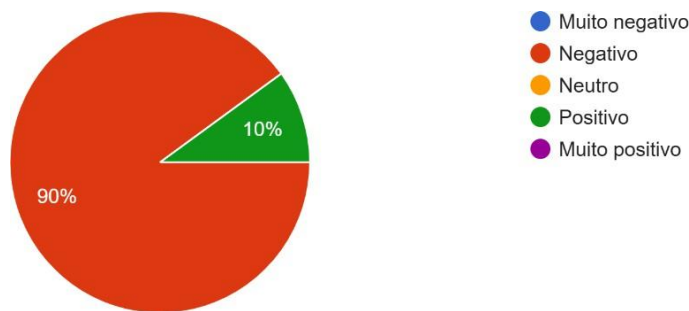
Ao perceber o aumento dos custos operacionais, as empresas podem adotar medidas como a renegociação com fornecedores, a implementação de programas de controle de desperdício e o investimento em tecnologias de automação para reduzir despesas e otimizar processos. Como destaca Porter (1986), "as empresas que adaptam suas estratégias de acordo com a dinâmica econômica conseguem garantir uma posição mais forte no mercado e suportar melhor os períodos de crise". O dado de 90% de percepção positiva entre os gestores mostra, assim, a necessidade de práticas de gestão proativas e adaptativas para lidar com a instabilidade econômica e os custos crescentes, criando condições para que o setor alimentício varejista em Tianguá continue a prosperar mesmo em um cenário inflacionário.

Ao avaliar o impacto da inflação sobre o poder de compra dos clientes permite entender como o cenário econômico afeta o consumo e a demanda por produtos alimentícios no setor varejista. Com a elevação dos preços, os consumidores tendem a reajustar suas preferências e priorizar itens essenciais, o que pode alterar significativamente o comportamento de compra e a lucratividade das empresas. Por meio dessa análise, é possível observar o nível de dificuldade que a inflação impõe sobre os clientes e, em consequência, sobre a dinâmica do mercado.

Os dados indicam que 90% dos respondentes avaliam o impacto da inflação sobre o poder de compra de seus clientes como negativo, enquanto apenas 10% consideram o efeito como positivo. Esse cenário evidencia uma percepção quase unânime dos gestores sobre a

redução da capacidade dos clientes de manter o mesmo nível de consumo diante do aumento generalizado dos preços. A redução do poder de compra é um reflexo direto da inflação, pois, como aponta Samuelson e Nordhaus (2010), "a inflação afeta diretamente o valor real da renda, diminuindo o poder de compra dos consumidores".

**Gráfico 2: Impacto da Inflação**  
**Como você avalia o impacto da inflação sobre o poder de compra dos seus clientes?**



**FONTE:** Autor.

A percepção negativa generalizada sobre o impacto da inflação sugere que os clientes estão enfrentando dificuldades para manter seu consumo habitual, o que leva a uma maior seletividade e ao ajuste de orçamentos domésticos. Em contrapartida, a presença de uma resposta positiva (10%) indica que algumas empresas podem ter conseguido manter clientes de alto poder aquisitivo ou estão em um nicho menos afetado pelas flutuações de preço. Segundo Kotler e Keller (2006), “a compreensão das mudanças no comportamento de compra e adaptação às preferências do consumidor são cruciais para o sucesso em tempos de instabilidade econômica”.

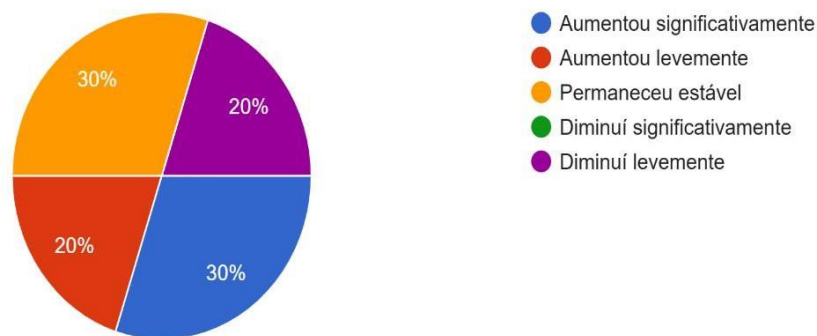
Assim, com base nos dados, fica evidente que a maioria dos varejistas do setor alimentício em Tianguá vê a inflação como uma força negativa que reduz a capacidade dos clientes de adquirir produtos, impactando a demanda e o faturamento das empresas. Isso reforça a necessidade de estratégias que busquem mitigar os efeitos do aumento de preços, como promoções, ofertas de produtos mais acessíveis e programas de fidelidade, para auxiliar os consumidores a enfrentar o cenário inflacionário sem comprometer sua satisfação e lealdade ao varejo.

Já com relação a análise do impacto da inflação sobre o volume de vendas das lojas varejistas oferece insights importantes sobre como as mudanças nos preços influenciam o consumo e a demanda do mercado. Diante do aumento dos custos operacionais e da diminuição

do poder de compra dos consumidores, o volume de vendas tende a refletir a sensibilidade dos clientes a essas variações, seja por aumento na procura de alternativas mais econômicas ou por uma redução nas compras em geral.

Os dados indicam que 50% dos respondentes (20% "aumentou significativamente" e 30% "aumentou levemente") perceberam um aumento no volume de vendas, enquanto 20% afirmaram que as vendas permaneceram estáveis e outros 30% notaram uma leve diminuição. Esse resultado sugere que a inflação teve um impacto diverso nas lojas, com uma tendência de crescimento para algumas, enquanto outras mantiveram-se estáveis ou experimentaram leve redução nas vendas. Segundo Kotler (2000), em tempos de inflação, "as empresas precisam entender e adaptar-se aos comportamentos de consumo em mudança, encontrando oportunidades de atender às novas necessidades dos clientes, como economia e conveniência".

**Gráfico 3: Inflação e Volume de Vendas**  
**A inflação afetou o volume de vendas em sua loja?**



**FONTE:** Autor.

O aumento observado por uma parte significativa dos entrevistados pode ser um reflexo da demanda por produtos essenciais e da busca por alternativas que os consumidores consideram mais econômicas no varejo local. A estabilidade das vendas para 20% dos respondentes sugere uma relativa resiliência de determinados nichos de mercado, possivelmente impulsionada por clientes que mantêm suas compras apesar da inflação. Por outro lado, a leve diminuição relatada por 30% dos entrevistados indica que alguns consumidores estão reduzindo o volume de suas aquisições, possivelmente devido à necessidade de ajustar o orçamento.

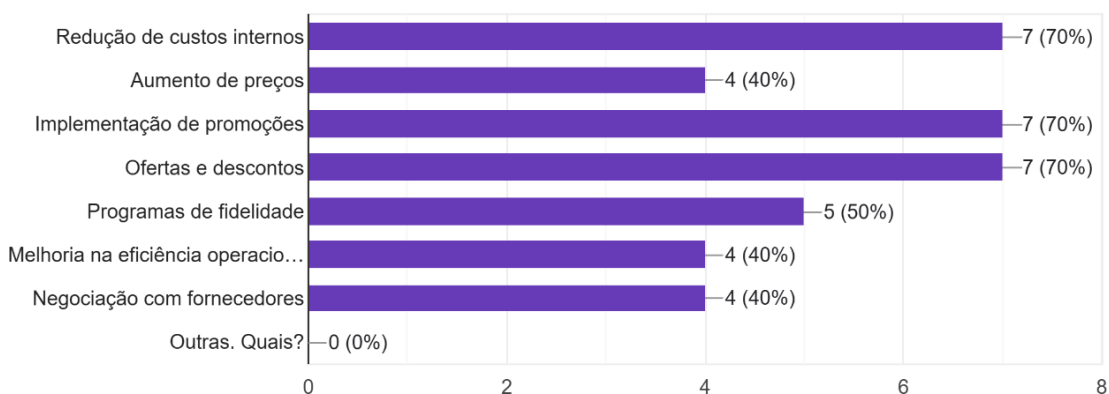
Esses resultados ressaltam que, embora a inflação tenha gerado impactos variados, o setor varejista alimentício em Tianguá tem mantido uma demanda que, em muitos casos, até

crece. Isso reforça a importância de as empresas ajustarem suas estratégias para captar clientes em diferentes contextos econômicos, conforme sugerem Porter e Kramer (2006), que enfatizam a relevância de se adaptar ao ambiente econômico para maximizar as oportunidades de venda.

A identificação das estratégias adotadas para mitigar os impactos da inflação permite compreender como os varejistas do setor alimentício estão se ajustando ao aumento de custos e à redução do poder de compra dos consumidores. Diante do contexto inflacionário, as empresas buscam implementar ações para manter a competitividade e a sustentabilidade financeira, ajustando-se às novas necessidades de mercado e às demandas dos clientes. Analisar essas práticas é essencial para entender quais são as medidas mais eficazes na preservação de margens de lucro e no atendimento às expectativas dos consumidores.

Os dados mostram que as estratégias mais adotadas pelos varejistas para enfrentar a inflação foram a redução de custos internos (70%), a implementação de promoções (70%), e as ofertas e descontos (70%), indicando uma forte tendência para medidas que buscam controlar os gastos e oferecer incentivos diretos ao consumidor. Essas práticas refletem o esforço das empresas em minimizar os efeitos do aumento de custos e manter a atratividade dos produtos para os clientes, que estão cada vez mais sensíveis aos preços. Conforme Kotler e Keller (2006), "em tempos de crise econômica, as empresas devem priorizar estratégias que agreguem valor ao cliente e mantenham a percepção de benefício".

**Gráfico 4: Mitigar os Impactos da Inflação**  
**Quais das seguintes estratégias você tem adotado para mitigar os impactos da inflação?**



**FONTE:** Autor.

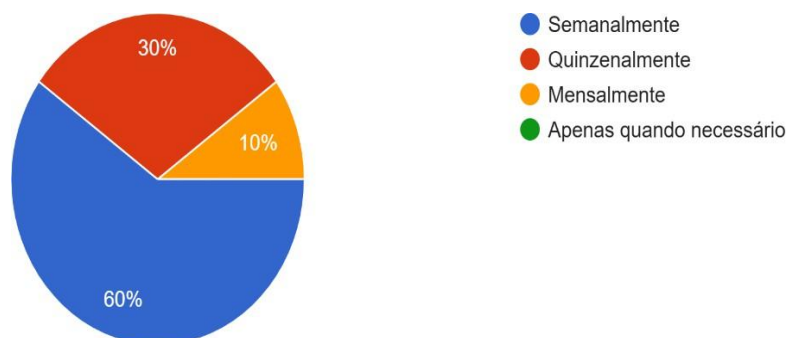
Além dessas, 50% dos respondentes indicaram a adoção de programas de fidelidade, uma medida que visa fortalecer o relacionamento com os clientes e incentivar a lealdade em

meio a um cenário de preços elevados. Essa estratégia é uma resposta importante à perda de poder aquisitivo dos consumidores, oferecendo-lhes vantagens ao realizar compras frequentes e estabelecendo um vínculo duradouro com a loja. A melhoria na eficiência operacional (40%) e a negociação com fornecedores (40%) foram também mencionadas, indicando a busca por ajustes internos e parcerias que contribuam para a sustentabilidade financeira e a otimização dos processos.

Por outro lado, a aumentar preços foi uma estratégia aplicada por apenas 40% dos respondentes, sugerindo que, embora alguns reajustes sejam inevitáveis, as empresas tendem a evitar repassar integralmente o aumento dos custos ao consumidor, possivelmente para não comprometer as vendas e a competitividade no mercado. De acordo com Porter (2016), "a eficiência e as estratégias de valor agregado são essenciais para que as empresas possam competir eficazmente, especialmente em condições econômicas adversas". Assim, os dados reforçam que os varejistas estão priorizando a adoção de medidas que equilibrem o controle de custos e o atendimento às expectativas do consumidor, em vez de aumentos diretos nos preços, evidenciando uma estratégia cautelosa para enfrentar a inflação sem perder participação no mercado.

A frequência de revisão dos preços dos produtos em resposta à inflação reflete a adaptabilidade dos varejistas em lidar com a volatilidade econômica e os aumentos nos custos operacionais. Revisar os preços com regularidade é uma medida essencial para manter a rentabilidade e responder de forma dinâmica às oscilações no mercado, minimizando o impacto sobre a margem de lucro e garantindo a competitividade. A análise dessa prática oferece insights sobre como o setor alimentício varejista em Tianguá está se ajustando às condições inflacionárias.

**Gráfico 5: Revisão dos Preços**  
**Com que frequência você revisa os preços dos produtos em resposta à inflação**



**FONTE:** Autor

Os dados indicam que 60% dos respondentes revisam os preços semanalmente, enquanto 30% realizam essa revisão quinzenalmente e apenas 10% mensalmente. A predominância de revisões semanais reflete a necessidade de adaptação contínua dos preços, sugerindo que os varejistas sentem uma pressão constante para ajustar os valores em linha com as mudanças rápidas nos custos. Como salienta Kotler (2000), “a flexibilidade na adaptação de preços é essencial para manter a competitividade e assegurar que as operações da empresa se ajustem às variações de mercado”.

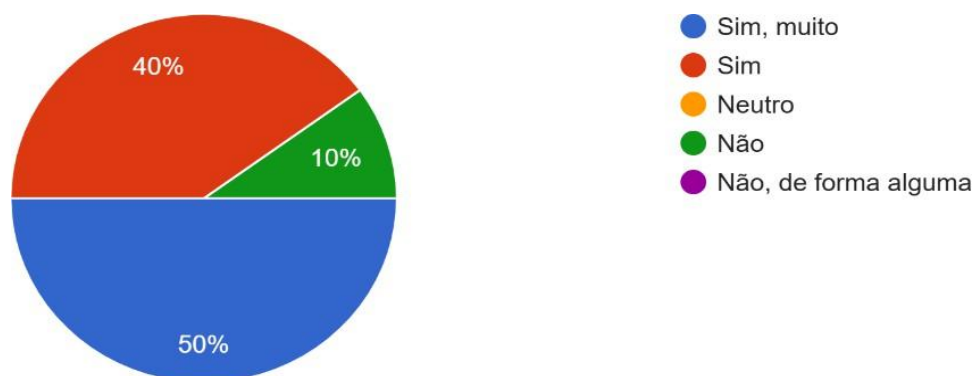
A revisão quinzenal, adotada por 30% dos entrevistados, indica uma estratégia um pouco menos frequente, mas ainda reativa às condições inflacionárias. Já a menor parcela, 10%, realiza revisões mensais, o que pode sugerir uma estabilidade maior nos custos desses estabelecimentos ou uma opção estratégica para oferecer aos clientes preços menos voláteis, o que pode transmitir maior confiança. Essa prática menos frequente, no entanto, pode representar riscos caso os custos continuem a subir rapidamente.

Em conjunto, os dados indicam que os varejistas alimentícios em Tianguá priorizam uma postura de monitoramento regular dos preços para manter o alinhamento com os custos operacionais e garantir competitividade. A inflação gera um cenário de incerteza que exige respostas ágeis, como discutido por Porter (1986), que enfatiza a importância da adaptação rápida ao ambiente econômico para assegurar a resiliência e a lucratividade no mercado.

Avaliar o impacto dos programas de fidelidade na retenção de clientes durante períodos de inflação é crucial para entender como essas iniciativas podem influenciar a preferência e lealdade dos consumidores em tempos de pressão financeira. Em um contexto de aumento de preços, os programas de fidelidade podem funcionar como uma estratégia diferenciada para fortalecer o vínculo com os clientes, oferecendo incentivos que ajudem a manter as vendas.

**Gráfico 6:** Programa de Fidelização

**Você considera que os programas de fidelidade ajudam a reter clientes durante períodos de inflação?**



**FONTE:** Autor

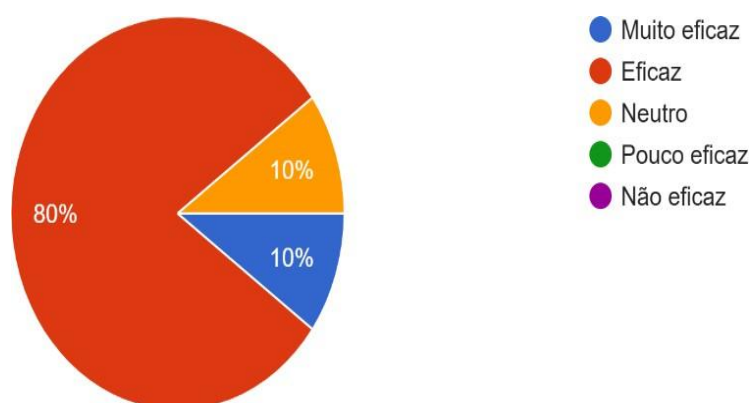
Os dados mostram que 50% dos entrevistados consideram que os programas de fidelidade ajudam "muito" na retenção de clientes, enquanto 40% acreditam que eles ajudam, ainda que de forma menos intensa. Esse alto nível de aceitação sugere que a maioria dos varejistas percebem os programas de fidelidade como uma ferramenta valiosa para manter clientes durante períodos de inflação, reforçando o relacionamento com o público ao oferecer vantagens exclusivas. Segundo Kotler e Keller (2006), "os programas de fidelidade são fundamentais para criar valor para o cliente, especialmente em mercados competitivos e economicamente desafiadores".

Apenas 10% dos entrevistados afirmaram que os programas de fidelidade não ajudam na retenção de clientes, uma visão minoritária que indica que, para a maioria, essas iniciativas ainda desempenham um papel relevante na manutenção do fluxo de consumidores. Isso reforça a ideia de que, ao oferecer recompensas e benefícios, os varejistas conseguem atrair clientes que buscam maximizar o valor das compras durante períodos de instabilidade econômica.

Esses resultados confirmam a importância de os varejistas manterem programas de fidelidade como parte de suas estratégias, pois esses programas não só contribuem para o aumento das vendas em tempos de crise, mas também geram um senso de valor e exclusividade para o cliente. Como destaca Porter (1986), em ambientes de incerteza econômica, oferecer benefícios adicionais é uma maneira eficaz de preservar e fortalecer a lealdade do consumidor.

A avaliação da eficácia das estratégias adotadas para lidar com a inflação é um indicador chave de como os varejistas percebem o sucesso de suas medidas em mitigar os efeitos dos aumentos de custos e garantir a sustentabilidade de suas operações. Em períodos de alta inflação, a capacidade das empresas de adaptar suas práticas pode ser essencial para preservar a competitividade e atender às expectativas dos consumidores.

**Gráfico 7: Avaliação da Eficácia**  
**Como você avalia a eficácia das estratégias adotadas para lidar com a inflação?**

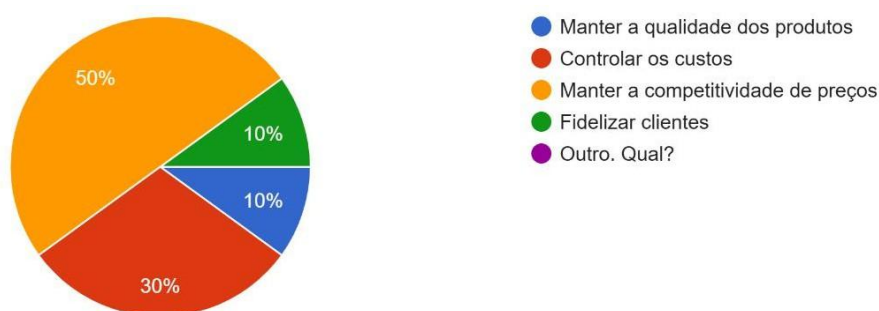


**FONTE:** Autor

Identificar o maior desafio enfrentado pelos administradores de supermercados em períodos de inflação é essencial para compreender os obstáculos principais que impactam a sustentabilidade e a competitividade das operações. Em um ambiente econômico instável, desafios como a manutenção da qualidade dos produtos, controle de custos, competitividade de preços e fidelização de clientes tornam-se aspectos críticos para a sobrevivência dos negócios.

**Gráfico 8: Desafio**

**Na sua opinião, qual é o maior desafio enfrentado pelos administradores de supermercados em períodos de inflação?**



**FONTE:** Autor

Os dados revelam que 50% dos entrevistados apontaram a manutenção da competitividade de preços como o maior desafio em tempos de inflação, enquanto 30% identificaram o controle de custos e 10% consideraram a manutenção da qualidade dos produtos. Essa ênfase na competitividade de preços reflete a pressão para ajustar os valores ao poder de compra dos clientes sem comprometer a margem de lucro, uma questão amplamente abordada por Porter (1986), que destaca que "a capacidade de permanecer competitivo em preço é crucial para sobreviver em um mercado sensível a preços".

Com 30% das respostas indicando o controle de custos como o principal desafio, fica claro que as despesas operacionais e os ajustes frequentes nos preços dos fornecedores são uma preocupação significativa. A inflação pressiona os administradores a otimizar processos e reduzir gastos para manter os preços acessíveis e suportar os aumentos nas despesas de operação. Kotler e Keller (2006) reforçam a importância de uma gestão de custos eficaz para equilibrar a rentabilidade com a oferta de preços competitivos.

A manutenção da qualidade dos produtos, escolhida por 10% dos participantes, mostra-se também relevante, pois os administradores buscam evitar que o impacto dos cortes orçamentários afete a percepção de valor dos clientes em relação à qualidade dos itens oferecidos. Essa escolha indica que, mesmo em um cenário de restrições, a qualidade continua sendo uma prioridade, o que pode ser uma estratégia importante para fidelizar clientes e garantir uma experiência positiva de compra.

Essa análise confirma que os administradores de supermercados em Tianguá veem a competitividade de preços como um fator determinante para manter a clientela durante períodos de inflação, mas enfrentam também grandes desafios em equilibrar custos e qualidade para sustentar a operação.

Os dados revelam que 80% dos entrevistados classificaram suas estratégias como "eficazes", enquanto 10% avaliaram como "muito eficaz" e outros 10% como "neutro". Essa predominância de respostas positivas indica uma confiança geral dos varejistas na eficácia das ações implementadas para contornar os desafios da inflação, sugerindo que medidas como ajustes de preços, redução de custos, promoções e fidelização estão conseguindo estabilizar as operações e manter o interesse dos clientes. Kotler e Keller (2006) argumentam que a eficácia estratégica em períodos de crise econômica está diretamente ligada à capacidade das empresas de responder rapidamente e com flexibilidade às pressões do mercado.

O fato de não haver respostas indicando que as estratégias foram "pouco eficazes" ou "não eficazes" demonstra que os varejistas consideram suas ações apropriadas para enfrentar a inflação. Essa percepção positiva pode estar relacionada ao uso de múltiplas abordagens combinadas, como programas de fidelidade e promoções frequentes, para manter o público-alvo e assegurar um fluxo constante de clientes, apesar do ambiente inflacionário.

A confiança expressa pela maioria dos respondentes nas estratégias adotadas reflete uma visão otimista e pragmática, onde os ajustes internos e os incentivos ao consumidor são percebidos como respostas eficazes ao contexto econômico desafiador.

A análise dos dados coletados demonstra que os administradores de supermercados em Tianguá estão enfrentando diversos desafios impostos pela inflação, mas têm adotado estratégias variadas e eficazes para mitigar seus efeitos. A revisão constante dos preços, a implementação de programas de fidelidade, e a negociação com fornecedores são algumas das principais abordagens utilizadas para manter a competitividade e garantir a satisfação dos clientes. Apesar da pressão sobre os custos e a necessidade de ajustes frequentes, a maioria dos respondentes acredita que suas estratégias têm sido eficazes, com destaque para a competitividade de preços como o principal desafio. Além disso, a fidelização de clientes e a adaptação constante ao mercado se mostram cruciais para o sucesso nesse cenário econômico instável.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar as estratégias adotadas pelos administradores de supermercados no município de Tianguá para enfrentar os desafios impostos pela inflação, com ênfase em como essas ações impactam a competitividade, a retenção de clientes e a sustentabilidade dos negócios. A partir da análise das respostas obtidas, foi possível perceber que os gestores têm se mostrado resilientes e adaptáveis, adotando medidas que visam manter o equilíbrio entre a manutenção de preços competitivos e a preservação da qualidade dos produtos, aspectos essenciais para a fidelização de clientes.

As estratégias mais adotadas pelos entrevistados incluem o aumento de preços, a implementação de promoções, a negociação com fornecedores e a revisão constante dos preços dos produtos. Essas ações, combinadas com programas de fidelidade, são vistas como eficazes na mitigação dos impactos da inflação, permitindo que os supermercados mantenham sua competitividade, apesar da pressão sobre os custos operacionais.

Um dos principais desafios identificados foi a necessidade de manter a competitividade de preços, o que reflete a intensa pressão do mercado sobre o poder de compra dos consumidores. Além disso, o controle de custos, embora também considerado um desafio importante, foi apontado como uma área de foco para os gestores, que buscam otimizar operações sem comprometer a qualidade dos produtos oferecidos.

Apesar das dificuldades impostas pela inflação, os resultados deste estudo indicam que os administradores de supermercados em Tianguá estão conseguindo encontrar soluções adequadas para enfrentar esse cenário econômico adverso. A adaptação às novas realidades de mercado, a busca por estratégias inovadoras e a ênfase na fidelização dos clientes são aspectos que têm contribuído para a continuidade dos negócios em um período de instabilidade econômica.

Por fim, este estudo contribui para uma melhor compreensão das práticas adotadas pelos varejistas do setor alimentício em períodos de inflação, fornecendo insights valiosos para a gestão de empresas varejistas em contextos semelhantes. No entanto, é importante destacar que o cenário econômico é dinâmico e que, para garantir a eficácia das estratégias a longo prazo, os gestores precisarão continuar acompanhando as tendências de mercado e ajustando suas práticas conforme as novas demandas e desafios surgirem.

## REFERÊNCIAS

CAVALCANTI, R. **O Impacto da Inflação no Comércio Varejista: Análise e Estratégias de Supermercados**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://www.atlas.com.br>. Acessado em: 15 nov. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021. Disponível em: <https://www.elsevier.com/books/gestao-de-pessoas/chiavenato/9788535270434>. Acessado em: 15 out. 2024.

COSTA, Lucas. **Programas de fidelidade e sua influência no comportamento do consumidor em supermercados durante períodos de inflação**. Revista de Gestão Empresarial, v. 14, n. 2, p. 88-95, 2023. Disponível em: <https://www.revistas.ufrgs.br/gestaoempresarial/costa2023>. Acessado em: 13 set. 2024.

FRANCO, José; ALMEIDA, Maria. **Contabilidade gerencial e administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 2021. Disponível em: <https://www.atlas.com.br/livros/contabilidade-gerencial/9788535272114>. Acessado em: 10 set. 2024.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de marketing**. 16. ed. São Paulo: Pearson, 2022. Disponível em: <https://www.pearson.com.br/livros/administracao-de-marketing/9788543024733>. Acessado em: 18 ago. 2024.

LOPES, Amanda; ALMEIDA, Renato. **Marcas próprias e a mitigação de custos em supermercados: um estudo de caso**. Revista Brasileira de Administração, v. 11, n. 3, p. 75-83, 2023. Disponível em: <https://www.revistas.unesp.br/rba/lopes2023>. Acessado em: 22 set. 2024.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2020. Disponível em: <https://www.bookman.com.br/safari-de-estrategia/mintzberg2020>. Acessado em: 5 out. 2024.

PEREIRA, Daniela. **Gestão de estoques como ferramenta de controle em supermercados**. Revista de Logística e Supply Chain, v. 9, n. 1, p. 50-60, 2022. Disponível em: <https://www.revistalogistica.com/pereira2022>. Acessado em: 29 set. 2024.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986. Disponível em: <https://www.campus.com.br>. Acessado em: 12 set. 2024.

SANTOS, Roberto. **Supermercados em tempos de inflação: desafios e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2023. Disponível em: <https://www.editorasaraiva.com.br/supermercados-inflacao-santos2023>. Acessado em: 7 ago. 2024.

SILVA, João; OLIVEIRA, Patrícia. **O papel estratégico do administrador em pequenas empresas**. Revista de Administração Contemporânea, v. 26, n. 4, p. 28-40, 2022. Disponível em: <https://www.revistadaad.com.br/silva2022>. Acessado em: 12 set. 2024.

## APÊNDICE/ANEXO

### QUESTIONÁRIO

Questionário de Pesquisa: Impacto da Inflação e Estratégias Adotadas por Administradores em Supermercados

Instruções: Este questionário tem como objetivo entender o impacto da inflação no comportamento dos consumidores e as estratégias adotadas por administradores em supermercados para mitigar os efeitos econômicos. As suas respostas serão tratadas de forma anônima e confidencial.

#### Parte 1: Perfil do Respondente

##### 1. Qual a sua posição na empresa?

- Gerente
- Diretor
- Proprietário
- Outro. Qual? \_\_\_\_\_

##### 2. Quantos anos de experiência você possui na área de administração de supermercados?

- Menos de 1 ano
- 1 a 3 anos
- 4 a 6 anos
- Mais de 6 anos

##### 3. Quantos funcionários sua empresa possui?

- Menos de 10
- 10 a 50
- 51 a 100
- Mais de 100

#### Parte 2: Percepção sobre a Inflação

##### 4. Você percebe um aumento nos custos operacionais devido à inflação?

- Sim
- Não

##### 5. Como você avalia o impacto da inflação sobre o poder de compra dos seus clientes?

- Muito negativo
- Negativo
- Neutro
- Positivo
- Muito positivo

##### 6. A inflação afetou o volume de vendas em sua loja?

- Aumentou significativamente
- Aumentou levemente
- Permaneceu estável
- Diminuí significativamente
- Diminuí levemente

#### Parte 3: Estratégias Administrativas

**7. Quais das seguintes estratégias você tem adotado para mitigar os impactos da inflação? (Marque todas as que se aplicam)**

- Redução de custos internos
- Aumento de preços
- Implementação de promoções
- Ofertas e descontos
- Programas de fidelidade
- Melhoria na eficiência operacional
- Negociação com fornecedores
- Outras. Quais? \_\_\_\_\_

**8. Com que frequência você revisa os preços dos produtos em resposta à inflação?**

- Semanalmente
- Quinzenalmente
- Mensalmente
- Apenas quando necessário

**9. Você considera que os programas de fidelidade ajudam a reter clientes durante períodos de inflação?**

- Sim, muito
- Sim
- Neutro
- Não
- Não, de forma alguma

**10. Quais ferramentas de gestão financeira você utiliza para monitorar a rentabilidade e os custos da sua empresa? (Marque todas as que se aplicam)**

- Planilhas financeiras
- Software de gestão (ERP)
- Consultoria financeira
- Outros. Quais? \_\_\_\_\_

#### **Parte 4: Avaliação das Estratégias**

**11. Como você avalia a eficácia das estratégias adotadas para lidar com a inflação?**

- Muito eficaz
- Eficaz
- Neutro
- Pouco eficaz
- Não eficaz

**12. Na sua opinião, qual é o maior desafio enfrentado pelos administradores de supermercados em períodos de inflação?**

- Manter a qualidade dos produtos
- Controlar os custos
- Manter a competitividade de preços
- Fidelizar clientes
- Outro. Qual? \_\_\_\_\_