

SUBMISSÃO / RESUMO-EDITAIS (PROPEGI/PROEC/PROGRAD) -
TRABALHOS LOCAIS - PESQUISA

**GESTÃO DE ESTOQUE E PROMOÇÕES EM SUPERMERCADOS: COMO
EQUILIBRAR COMPRAS, OFERTA E DEMANDA?**

Marielly Rio Tinto Silva (marielly.riotinto@upe.br)

Ana CecjLia De Barros Gomes (ana.barros@upe.br)

Luanda Regina Reis Lima (luanda.lima@upe.br)

Ang,Lica Porto Calvacanti De Souza (angelica.porto@upe.br)

A gestão de estoques em supermercados exige planejamento estratégico e uso de tecnologias que possibilitem maior precisão no controle de mercadorias. Grandes redes utilizam softwares integrados de gestão, relatórios e indicadores de giro, permitindo monitorar em tempo real entradas, saídas e níveis de produtos. Mesmo assim, situações de ruptura ou excesso de estoque ainda ocorrem, sendo enfrentadas com renegociação junto a fornecedores, ajustes de cronogramas de entrega e realização de promoções específicas para liberar espaço e evitar perdas. As promoções, por sua vez, são definidas por múltiplos fatores: negociações comerciais com fornecedores, datas comemorativas e também pela necessidade de reduzir estoques elevados. O objetivo é: aumentar o fluxo de clientes e acelerar o giro de itens de menor saída. Enquanto grandes

eventos sazonais, como Natal e Páscoa, são planejados com antecedência, outras ofertas surgem de forma mais reativa, como resposta à baixa demanda ou à proximidade de vencimento. O equilíbrio entre estoque e demanda torna-se ainda mais desafiador em produtos sazonais, que concentram vendas em períodos curtos e exigem compra antecipada em grandes volumes. Promoções muito atrativas podem esgotar rapidamente os estoques, levando os supermercados a adotar medidas preventivas, como limitar a quantidade por cliente e negociar reposições emergenciais. Entre os principais desafios da gestão destacam-se a dificuldade de prever a demanda com precisão, a limitação de espaço físico e o risco de comprometer margens de lucro em ofertas agressivas. Apesar disso, observa-se que as promoções exercem impacto positivo no desempenho geral, pois aumentam o fluxo de consumidores, fortalecem a competitividade e contribuem para a sustentabilidade do negócio. Dessa forma, equilibrar compras, ofertas e demanda não é apenas uma necessidade operacional, mas uma estratégia central para a eficiência e a continuidade das organizações supermercadistas.

Palavras-chave: gestão de estoque; oferta e demanda; supermercado.