

ECONOMIA CRIATIVA NO SETOR SUPERMERCADISTA

Daniele de Sousa Santana ¹; Juliana Cruz Mandulão ²; Geórgia Patrícia da Silva Ferko ³

Ciências Sociais Aplicadas

RESUMO

A economia criativa (EC) é uma junção da criatividade e a economia, na constante busca por inovação em diversos segmentos da dinâmica econômica e possui como principal ferramenta o capital intelectual. Tendo em vista a relevância da EC no contexto socioeconômico, faz-se necessário analisar quais as formas criativas que se apresentaram no setor produtivo durante a pandemia do novo coronavírus. Esta pesquisa tem como objetivo identificar as referidas formas no setor supermercadista, para manter o mercado consumidor, especificamente em Boa Vista-RR. Quanto aos procedimentos metodológicos, trata-se de uma pesquisa qualitativa, com busca de informações junto aos gerentes dos supermercados de grande porte. Dos 13 supermercados participantes da pesquisa, apenas dois (filiais) não apostaram na criação das lojas e atendimento virtual, proporcionando a compra sem sair de casa. Identificou-se que clientes que compraram online aumentaram o volume de compras e houve uma maior demanda por bebidas e alimentos para consumo imediato. Com essa pandemia, os supermercados aumentaram seu faturamento, tendo a maioria deles contratado novos funcionários. As contratações se deram, em maior escala, para o atendimento das partes de compras diretas e online, e para o pessoal que separa as compras e gerencia os pedidos até a entrega ao cliente final. Identificou-se a criação de grupos virtuais, o uso de mídias sociais para reforçar a competição entre eles. O autosserviço também apresentou melhor resultado que os anos anteriores. Os gerentes reforçaram que tiveram que recorrer a empresas especializadas que integrassem os processos de vendas físicas e on-line. Para eles, está sendo um grande desafio acompanhar as novas formas de fazer varejo, com a expansão das compras via apps. Outro ponto destacado para adaptação foi a necessidade de gerenciar processos, pessoas, produtos por aparelho mobile em tempo real. Os aumentos das vendas exigiram também operação rápida e respostas precisas. E como tudo é novo, estão aprendendo com a prática. Entre os supermercados, chama-se a atenção à oferta de pizza, aos domingos. A pandemia penalizou os setores da economia em intensidade diferente. Para os supermercados, o momento é de grandes oportunidades. Por fim, conclui-se que a economia criativa oferece ao mercado mecanismos que colaboram com seu funcionamento. O mercado consumidor se beneficia da competitividade entre os mercados, uma vez que ele tem o poder de escolha, assim como a busca de satisfação de suas necessidades. Faz-se necessário analisar como a competitividade entre esses estabelecimentos influencia na decisão de compra pelos consumidores.

Palavras chave: Economia Criativa. Competitividade. Supermercados.

¹ Discente PETiano(a) Bolsista do Grupo PET Aplicando Ciências Sociais – PET ACS do Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Roraima – danisouza3316@gmail.com.

² Discente PETiano(a) Bolsista do Grupo PET Aplicando Ciências Sociais – PET ACS do Curso de Administração da Universidade Federal de Roraima – julia_mandulao@hotmail.com.

³ Tutor(a) do Grupo PET Aplicando Ciências Sociais – PET ACS, Docente do Curso de Administração da Universidade Federal de Roraima - geoufpe@yahoo.com.br.