

Gestão comercial

Tiago Teixeira Brito
Douglas de Jesus Couto

Gabriella Maia Neves

Luiz Felipe Dutra

Fábio Miranda Carvalho

**Estratégias de vendas no comércio varejista: Influência no
comportamento do consumidor e na decisão de compra**

Relatório Final apresentado ao curso de gestão comercial da
Faculdade de Gestão e Inovação – FGI, como requisito
de acompanhamento e conclusão do projeto de
pesquisa.

Disciplina: Metodologia Científica e Produção de Textos

Professora: Cinthia Alencar Pacheco

Jataí – GO
2026.

RESUMO

O comércio varejista desempenha papel fundamental na economia, sendo responsável pela comercialização de produtos e serviços diretamente ao consumidor final. Nesse contexto, as estratégias de vendas são ferramentas essenciais para atrair clientes, aumentar a competitividade e impulsionar os resultados das empresas. O presente trabalho tem como objetivo analisar as principais estratégias de vendas utilizadas no comércio varejista e sua influência no comportamento do consumidor e na decisão de compra. A pesquisa foi realizada por meio de levantamento bibliográfico em artigos científicos disponíveis no Google Acadêmico, utilizando palavras-chave relacionadas ao tema. Os resultados demonstram que

ações de marketing, promoções, atendimento de qualidade e experiência do cliente são fatores determinantes para o sucesso das vendas e para a fidelização dos consumidores.

Palavras-chave: estratégias de vendas no varejo; comportamento do consumidor; decisão de compra; marketing no varejo; experiência do cliente.

INTRODUÇÃO

O setor varejista está em constante transformação devido às mudanças nos hábitos de consumo, ao avanço tecnológico e ao aumento da concorrência entre as empresas. Diante desse cenário, torna-se indispensável que os estabelecimentos comerciais desenvolvam estratégias capazes de atrair clientes e estimular a compra de produtos e serviços.

As estratégias de vendas representam um conjunto de ações planejadas para aumentar a competitividade das empresas e melhorar seus resultados financeiros. Além disso, influenciam diretamente o comportamento do consumidor, uma vez que fatores como promoções, atendimento personalizado, ambiente da loja e marketing digital podem impactar a decisão de compra.

Dessa forma, compreender como essas estratégias funcionam e quais são seus efeitos sobre os consumidores é fundamental para o desenvolvimento sustentável das organizações varejistas.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Analisar as estratégias de vendas utilizadas no comércio varejista e sua influência no comportamento do consumidor e na decisão de compra.

Objetivos Específicos

- * Identificar as principais estratégias de vendas utilizadas no varejo;
- * Compreender o comportamento do consumidor durante o processo de compra;
- * Verificar a influência do marketing na decisão de compra;
- * Avaliar a importância da experiência do cliente para a fidelização dos consumidores.

METODOLOGIA

A pesquisa possui caráter bibliográfico e exploratório, sendo realizada por meio da consulta a artigos científicos disponíveis na plataforma Google Acadêmico.

Foram utilizadas as palavras-chave: “estratégias de vendas no varejo”, “comportamento do consumidor”, “decisão de compra”, “marketing no varejo” e “experiência do cliente”.

Os critérios adotados para a seleção dos materiais incluíram publicações em língua portuguesa, preferência por estudos publicados nos últimos cinco anos e ordenação por relevância. Também foram considerados o número de citações e a pertinência dos artigos ao tema pesquisado.

REFERENCIAL TEÓRICO

As estratégias de vendas consistem em práticas utilizadas pelas empresas para aumentar sua participação no mercado e melhorar seus resultados comerciais. Segundo a literatura da área de marketing, essas estratégias envolvem ações como promoções, descontos, merchandising, marketing digital e programas de relacionamento com clientes.

O comportamento do consumidor é influenciado por fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Durante o processo de compra, os consumidores avaliam suas necessidades, buscam informações e comparam alternativas antes de tomar uma decisão.

Além disso, o marketing desempenha papel relevante na comunicação entre empresa e consumidor. A utilização de redes sociais, publicidade digital e campanhas promocionais contribui para aumentar a visibilidade da marca e estimular o consumo.

Outro aspecto importante é a experiência do cliente. Empresas que oferecem atendimento de qualidade, ambiente agradável e soluções eficientes tendem a conquistar maior satisfação e fidelidade dos consumidores.

Título do Artigo	Autor(es)	Ano	Principais contribuições
comportamento do consumidor no varejo	VIEIRA, francisco	2019	apresenta uma revisão empírica sobre os hábitos e perfis de compra, detalhando o processo de tomada de decisão do cliente dentro do ambiente varejista
alinhamento estratégico no varejo: estudo de caso (dissertação de mestrado FUMEC)	SOUZA, paula regina de	2018	investiga a gestão e o relacionamento com o cliente no comércio tradicional, analisando os fatores determinantes para sobrevivência e competitividade das empresas de varejo,
como a satisfação do cliente influencia na frequência de compra de uma varejista no Brasil	ARAUJO. Valéria L.A.; GUERBAUDO MORGADO. mauricio G.	2023	demonstra a relação estatística e empírica entre os índices de satisfação gerados pelo atendimento e o aumento na real da frequência de recompra do consumidor
Marketing digital estratégias de vendas com varejo digital (revista ID on line)	PINHEIRO, Aurelio de macedo, Maria E.C	2021	analisa o impacto da transição dos canais físicos para as mídias digitais e redes sociais, avaliando como o marketing online molda o novo comportamento de compra
Marketing no varejo (capítulo do livro)	LAS CASAS, alexandre L.; BARBOZA, Valdemirson A.	2007	discorre sobre o cenário contextual das transações varejistas, definindo as funções de administrador, o impacto das variáveis controláveis e incontrolláveis e as tendências de automação, comércio eletrônico e franquias.

Fonte: Elaboração dos autores, 2026.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos artigos consultados demonstrou que as estratégias de vendas exercem forte influência sobre o comportamento do consumidor. Entre as práticas mais citadas destacam-se as promoções de preços, os programas de fidelidade e o uso do marketing digital. Os estudos também apontam que consumidores valorizam cada vez mais a experiência proporcionada pelas empresas durante a compra. Um atendimento eficiente e personalizado pode ser decisivo para a concretização da venda. Outro resultado observado refere-se à importância das ferramentas digitais. Redes sociais e plataformas online tornaram-se canais estratégicos para divulgação de produtos, relacionamento com clientes e aumento das vendas. Dessa forma, verifica-se que as organizações varejistas precisam investir continuamente em estratégias inovadoras para acompanhar as mudanças do mercado e atender às expectativas dos

consumidores.

CONCLUSÃO

As estratégias de vendas são fundamentais para o sucesso das empresas do comércio varejista. O estudo demonstrou que fatores como marketing, promoções, atendimento de qualidade e experiência do cliente influenciam diretamente o comportamento do consumidor e sua decisão de compra.

Além disso, a utilização de ferramentas digitais tem ampliado as possibilidades de relacionamento entre empresas e consumidores, tornando o processo de vendas mais eficiente e dinâmico.

Conclui-se que o investimento em estratégias adequadas contribui não apenas para o aumento das vendas, mas também para a fidelização dos clientes e para o fortalecimento da competitividade empresarial.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2019.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2019.

SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2020.

Google Acadêmico. Estratégias de vendas no varejo. Disponível em: <https://scholar.google.com/scholar?q=estratégias+de+vendas+no+varejo>. Acesso em: 02 jun. 2026.

Google Acadêmico. Comportamento do consumidor no varejo. Disponível em: <https://scholar.google.com/scholar?q=comportamento+do+consumidor+varejo>. Acesso em: 02 jun. 2026.