

**ETEC- Escola Técnica de Sapopemba**  
**TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**Estratégias de Preço para Redução no Setor Alimentício Brasileiro:  
Impactos da Inflação e Abordagens Eficazes**

**São Paulo**  
**2024**

**ETEC- Escola Técnica de Sapopemba**  
**TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**Daniella Rayane Braga Silva**  
**Jhonatas Mendes de Moura**

**Estratégias de Preço para Redução no Setor Alimentício Brasileiro:**  
**Impactos da Inflação e Abordagens Eficazes**

Projeto de TCC para conclusão de módulo, a fim de adquirir habilitação técnica em administração, apresentado a Etec de Sapopemba.

Orientador: Luiz Pinheiro Junior

**São Paulo**

**2024**

## SUMÁRIO

Introdução.....	4
Capítulo 1: O que é Reduflação.....	8
Capítulo 2: Como a Inflação influencia a Reduflação.....	10
Capítulo 3: Reduflação no processo de produção.....	12
Anexos:.....	14
Considerações finais.....	17
Referência Bibliográfica.....	18

## Introdução

A inflação é um fenômeno econômico de grande relevância, representando o aumento generalizado e sustentado dos preços de bens e serviços em uma economia ao longo do tempo. Este fenômeno impacta diretamente o custo de vida e a capacidade de consumo das famílias, reduzindo o poder de compra da moeda. A inflação pode ser causada por diversos fatores, incluindo o aumento da demanda por bens e serviços, a elevação dos custos de produção, a expansão da oferta monetária e a desvalorização da moeda.

Quando a demanda por bens e serviços supera a oferta disponível, os preços tendem a subir. Da mesma forma, quando os custos de produção aumentam, as empresas repassam esses custos aos consumidores na forma de preços mais altos. A expansão da oferta monetária, por sua vez, pode levar a um excesso de dinheiro em circulação, o que também contribui para o aumento dos preços.

A desvalorização da moeda, por sua vez, torna os produtos importados cada vez mais caros, o que também pode induzir as indústrias a elevar os preços, uma vez que a maioria dos equipamentos utilizados para produzir em larga escala no mercado nacional brasileiro é de origem estrangeira.

Dessa forma, a manutenção, reposição ou investimento em mais equipamento é um custo adicional devido a uma série de impostos e tributos a serem pagos. A inflação também tem implicações para a política econômica. Os governos e os bancos centrais monitoram de perto a inflação e adotam medidas para controlá-la.

A Reduflação é um fenômeno que combina "redução" e "inflação", vem se tornando uma prática comum no mercado brasileiro, especialmente em setores essenciais como alimentação e higiene. Essa estratégia surgiu como uma resposta das empresas à inflação e ao aumento dos custos de produção, sem repassar diretamente esses custos aos consumidores. Em vez de aumentar os preços, as empresas optam por reduzir a quantidade de produto nas embalagens, mantendo o preço nominal. Esse fenômeno ganhou destaque no Brasil nos últimos anos, em resposta à inflação persistente e à pressão sobre as margens de lucro das empresas.

O presente artigo vem tratar sobre tal prática bem como as empresas precisam ajustar suas estratégias de preços e custos para manter a lucratividade em um ambiente de preços crescentes e, também como as empresas lidam com esse cenário, que acaba

por afetar diretamente a competitividade, especialmente aquelas que dependem de insumos importados ou que operam em mercados altamente competitivos.

A necessidade de adaptação em um ambiente econômico volátil é imperativa para a preservação da saúde financeira e competitividade no mercado. Portanto, estratégias eficazes são essenciais para as empresas gerenciarem seus recursos e operações para enfrentar esses desafios econômicos. Dentro desse cenário, a Reduflação, também conhecida como “Shrinkflation”, emergiu como uma prática crescente e notável no setor alimentício.

Reduflação refere-se à estratégia de reduzir o tamanho das embalagens, a quantidade de produto ou o número de unidades em um pacote, sem uma correspondente diminuição no preço. Em termos simples, enquanto o preço do produto permanece constante ou até aumenta, a quantidade que o consumidor recebe diminui. Esta abordagem tem se destacado como uma resposta das empresas aos desafios impostos pela inflação, permitindo-lhes minimizar os custos de produção e manter ou aumentar os lucros, mesmo diante do aumento dos preços das matérias-primas e dos custos operacionais.

O conceito de Reduflação, ou “Shrinkflation”, foi inicialmente discutido no livro “Econoclasts: The Rebels Who Sparked the Supply-Side Revolution and Restored American Prosperity” (2009), de Brian Domitrovic e Pippa Malmgren. Na obra, os autores abordam como as empresas ajustam suas práticas frente às pressões inflacionárias e exploram as adaptações necessárias para enfrentar a inflação.

Desde então, a prática de Reduflação tem sido objeto de estudos mais aprofundados, que examinam a implementação e as consequências dessa estratégia tanto para as empresas quanto para os consumidores. A prática não apenas altera a dinâmica do mercado, mas também reflete uma mudança significativa na maneira como as empresas tentam se adaptar às condições econômicas adversas.

Ulysses Reis, coordenador do Núcleo de Varejo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), define Reduflação como a prática de reduzir o tamanho ou a quantidade dos produtos nas embalagens sem diminuir o preço (Reis, 2022). Esta estratégia surge como uma resposta direta ao aumento dos custos de produção e à inflação.

No Brasil, a Reduflação tornou-se uma prática comum no setor alimentício, especialmente em um contexto econômico caracterizado por altas taxas de inflação e volatilidade econômica. O fenômeno é observado não apenas como uma solução temporária, mas como uma estratégia prolongada que impacta a percepção dos

consumidores sobre o valor dos produtos e como as empresas gerenciam suas operações. No setor alimentício brasileiro, a implementação da Reduflação se manifesta principalmente através da alteração no tamanho das embalagens e na formulação dos produtos.

As empresas ajustam as dimensões dos pacotes, diminuem a quantidade de produto por embalagem ou modificam a composição dos itens para reduzir os custos sem alterar o preço final cobrado ao consumidor. Por exemplo, uma embalagem de biscoitos que antes continha 200 gramas pode passar a conter 180 gramas, mantendo o preço. Essas alterações são estratégicas para preservar a margem de lucro das empresas, permitindo-lhes continuar operando em um mercado desafiador e competitivo.

A percepção dos consumidores é crucial, pois alterações na embalagem e na quantidade podem impactar a satisfação e a lealdade à marca, os quais são elementos fundamentais para a fidelização e sucesso a longo prazo das empresas.

Compreender como a Reduflação afeta o mercado e o comportamento do consumidor é essencial para a estabilidade econômica. A inflação, ao reduzir o poder de compra, força as empresas a encontrar formas inovadoras de ajustar seus preços e custos para manter a competitividade. A adoção de práticas eficazes de precificação, como a Reduflação, é vital para garantir a sobrevivência e a competitividade das empresas, bem como a satisfação dos consumidores.

Este estudo buscará identificar e analisar as estratégias que permitem às empresas minimizar custos sem comprometer significativamente a qualidade dos produtos e a percepção de valor pelos consumidores. Através dessa análise, espera-se contribuir para uma maior estabilidade econômica e para o desenvolvimento sustentável do setor alimentício, oferecendo percepções valiosas para a formulação de políticas empresariais e estratégias de mercado em contextos inflacionários.

## Capítulo 1: O que é Reduflação

A Reduflação (Shirinkflation) é um termo recente que vem ganhando destaque na economia, especialmente em cenários marcados por inflação elevada. Esse fenômeno refere-se à prática de diminuir a quantidade de produto oferecido ou alterar sua fórmula, mantendo o preço inalterado no mercado. Essa estratégia visa reduzir os custos de produção e, assim, preservar a base de consumidores e garantir a competitividade das empresas. No contexto da pesquisa aqui proposta, analisamos como as empresas do setor alimentício brasileiro ajustam suas estratégias de custos para lidar com momentos de alta inflacionária e avaliamos essas abordagens.

Além disso, discutimos como essas práticas impactam a gestão financeira e a concorrência no setor. O caso do suco de uva da marca Aurora é um exemplo interessante de como as empresas estão se adaptando às demandas do mercado e às pressões econômicas. A Aurora, conhecida por seus produtos de qualidade, decidiu substituir suas garrafas de vidro por embalagens cartonadas (TetraPak®), o que pode ser visto como uma estratégia de Reduflação. Essa mudança pode afetar a percepção do consumidor em relação ao produto. Pode-se observar que essas mudanças podem provocar um olhar diferente sob a percepção do consumidor final. Quando a quantidade ou a qualidade do produto é reduzida, isso pode gerar um sentimento de descontentamento, como se o consumidor estivesse sendo enganado.

No exemplo citado anteriormente sobre o suco de uva da marca Aurora, é possível perceber muitos prós em relação à alteração da embalagem como por exemplo menores custos de embalagem por não transportar uma embalagem tão frágil como vidro, e menor custo de confecção da embalagem. No entanto, não podemos deixar de observar que essa transição não é isenta de controvérsias, pois alguns consumidores ainda associam o vidro a uma qualidade superior. É fundamental que as empresas busquem alternativas que não apenas ajudem a reduzir custos, mas que também preservem sua competitividade e a satisfação do consumidor.

A adoção de estratégias de Reduflação deve ser cuidadosamente avaliada, considerando não apenas os aspectos financeiros, mas também as implicações para a marca e a fidelidade do cliente. Assim, a gestão financeira se torna crucial, pois decisões que podem parecer economicamente vantajosas a curto prazo podem resultar em danos à reputação e à relação com os consumidores a longo prazo. Esse fenômeno não é novo; o Brasil já passou por essa situação várias vezes nos últimos anos. Em 2002, por exemplo, a portaria n. 81 do Ministério da Justiça estabeleceu regras para a diminuição da quantidade dos produtos. Essa regulamentação exige que os fornecedores informem claramente ao consumidor sobre quaisquer alterações quantitativas nos produtos embalados, garantindo transparência nas mudanças. Ao exigir que mensagens específicas sejam exibidas destacadamente na embalagem, a portaria busca proteger o consumidor contra práticas enganosas e reforçar a confiança nas marcas. Portanto, é essencial que as empresas não apenas cumpram essas normas legais, mas também considerem como as alterações na quantidade e qualidade dos produtos podem impactar a percepção do público.

## Capítulo 2: **Como a Inflação influencia a Redução**

A inflação, sendo o aumento geral e persistente dos preços de bens e serviços, resulta na perda do poder de compra da moeda, o que pode afetar amplamente a economia, assim, impactando negativamente a vida das pessoas e das corporações de forma constante, se configurando como um dos principais problemas econômicos a serem minimizados. No Brasil, a inflação é monitorada pelo Banco Central, sendo o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) o principal indicador utilizado para medir essa variação.

Em um cenário econômico caracterizado por flutuações constantes, a alta inflação representa um desafio significativo para diversos setores, especialmente para as indústrias alimentícias. Com o aumento dos custos de insumos, essas empresas enfrentam a necessidade de adaptar suas estratégias operacionais e comerciais para não apenas garantir a sobrevivência, mas também manter a competitividade no mercado.

A volatilidade dos preços afeta diretamente a formação de preços dos produtos, a margem de lucro e, por conseguinte, a sustentabilidade dos negócios. Além disso, as corporações sentem cada vez mais os efeitos da inflação ao longo do tempo, que se manifestam em diversas áreas, como o aumento dos custos de produção, manutenção de maquinário, confecção de embalagens, transporte e mão de obra. Essa elevação dos custos operacionais pode levar à necessidade de reajustes nos preços finais dos produtos, o que, por sua vez, pode resultar na diminuição da demanda por parte dos consumidores, criando um círculo vicioso que pode prejudicar a saúde financeira das empresas.

Portanto, é importante que as indústrias desenvolvam estratégias eficazes de gestão financeira e operacional, buscando não apenas formas de reduzir custos, mas também de inovar em produtos e processos. A adoção de tecnologias mais eficientes, a diversificação de fornecedores e a análise constante do mercado podem ser medidas importantes para mitigar os impactos da inflação e garantir a competitividade em um ambiente econômico desafiador.

Diante do contexto em que nos encontramos, o trabalho visa analisar como empresas do ramo alimentício brasileiro ajustam suas estratégias de custo em resposta a

períodos de inflação. Para tanto, serão abordados quatro objetivos específicos que guiarão nossa investigação, sendo eles:

Analisar como as indústrias no Brasil lidam com o período da alta inflação, desde a compra dos insumos necessários até o design de embalagens;

Estudar o conceito de Reduflação “Shirinkflation” e sua aplicação nos processos produtivos e na distribuição de produtos alimentícios;

Explorar as estratégias adotadas pelas indústrias para reduzir os custos de produção, considerando mudanças na formação e na logística;

Entender o impacto da Reduflação sobre o consumidor final e suas reações às alterações nos produtos.

Com base nesses objetivos específicos, o grupo pretende investigar como as empresas do setor alimentício brasileiro se adaptam com estratégias de custos em tempos de alta inflação. Essa análise nos permitirá compreender o efeito das variações de custos na gestão financeira das empresas e sua competitividade no mercado.

A compreensão dessas dinâmicas é fundamental não apenas para as empresas que buscam se adaptar a condições econômicas desafiadoras, mas também para os consumidores que enfrentam mudanças em seus hábitos de consumo.

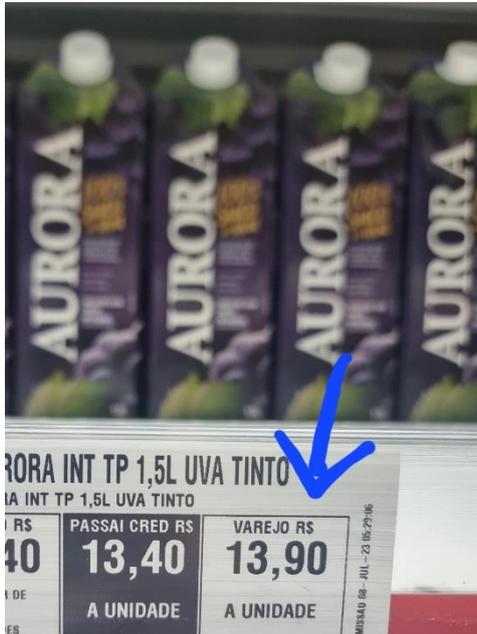
### Capítulo 3: Reduflação no processo de produção

Em períodos de alta inflação, as indústrias alimentícias enfrentam diversos dilemas complexos a fim de manter a sua competitividade no mercado e proteger a margem de lucro. A inflação, por se tratar da perda do valor da moeda, provoca o aumento nos custos no processo de produção, como matéria-prima, energia e mão de obra, o que, se mal administrado, pode comprometer a viabilidade econômica da organização. A fim de contornar essa situação, as indústrias tomam diversas medidas, como ajustes no preço de seus produtos, redução das margens de lucro e a pesquisa por outras alternativas para otimizar os seus custos sem afetar tanto a qualidade e demanda. Uma estratégia adotada pelas organizações que com o passar do tempo se torna cada vez mais comum em diversos setores por meio dos avanços da tecnologia é a automação de processos, que visa aumentar a produtividade reduzindo a dependência de trabalho manual, reduzindo custos operacionais como encargos trabalhistas e remunerações. Outra estratégia para redução de custos seria a negociação e renegociação de contratos com fornecedores para obter melhores condições de pagamento, descontos e prazo útil para a entrega, se aproveitando de volumes maiores de compra e parcerias de longo prazo. Negociar melhores condições com fornecedores é uma estratégia crucial, ao garantir que as empresas consigam preços mais competitivos, evitando repassar os custos extras para os consumidores. Outra prática seria procurar fornecedores com matérias-primas mais baratas, ou similares que mantenham a qualidade do produto, mas com custo mais baixo. As medidas citadas acima influenciam diretamente na estratégia de Estoque de segurança, como o próprio nome diz, se trata de um estoque extra que visa cobrir variações inesperadas na demanda ou no tempo de reposição. Em tempos de inflação, pode ser ajustado para antecipar aumentos de preço e garantir que os materiais sejam comprados a preços mais baixos antes que haja o aumento. Essas medidas ajudam a minimizar os impactos da inflação sobre o preço final dos produtos e a manter sua competitividade no mercado.

Uma das respostas mais relevantes para a inflação hoje em dia, principalmente onde os custos são altos e o aumento de preços não é uma opção viável por reduzir a competitividade da organização, é a Reduflação “Shrinkflation”. A Reduflação é uma solução que permite às empresas controlar custos sem alterar diretamente o preço de venda, o que é uma forma de “camuflar” o impacto da inflação. Essa alternativa é a

redução do tamanho ou quantidade do produto, enquanto o preço se mantém o mesmo (e por vezes até aumentando). As organizações aplicam a Reduflação reajustando o conteúdo dos produtos oferecidos, diminuindo o peso de uma embalagem, modificando a fórmula ou reduzindo a quantidade de unidades em um pacote, porém o preço se mantém constante. Essa prática é feita para proteger as margens de lucro, uma vez que, com a inflação, as organizações não possuem uma alternativa que não seja ajustar o que disponibilizam ao consumidor. Para reduzir custos, as organizações também podem adotar outras estratégias. A revisão de processos internos é essencial para eliminar desperdícios e aumentar a eficiência, o que pode envolver a modernização das operações ou a implementação de práticas mais sustentáveis e de baixo custo. Além disso, a terceirização de serviços é uma prática cada vez mais comum, permitindo que as empresas concentrem seus esforços nas atividades mais estratégicas, enquanto delegam tarefas mais operacionais para fornecedores externos. O que é muito vantajoso na questão do transporte de mercadorias, que muitas vezes podem realizar essas tarefas com mais economia de escala e redução de custos como manutenção de veículos. O impacto da Reduflação sobre o consumidor final é, no entanto, significativo. Embora o preço do produto permaneça aparentemente o mesmo, o consumidor percebe que está recebendo menos pelo valor pago. A redução no tamanho ou na quantidade do produto compromete a relação custo-benefício, o que pode gerar frustração, especialmente se o consumidor não perceber a mudança de imediato. Esse efeito pode afetar a satisfação do cliente e, conseqüentemente, sua lealdade à marca. A longo prazo, isso pode levar à perda de competitividade no mercado, já que os consumidores podem começar a procurar alternativas com melhor custo-benefício. A percepção de que estão sendo enganados com o mesmo preço por menos produto pode impulsionar uma mudança de comportamento, afetando as decisões de compra e a reputação da empresa. Portanto, a Reduflação, embora útil para as empresas, impõe um desafio ao manter a confiança do consumidor, que passa a ficar mais atento às variações na qualidade e nas quantidades dos produtos. Isso exige das empresas um equilíbrio cuidadoso entre manter a rentabilidade e preservar a satisfação do cliente, criando um dilema constante na gestão de preços e produtos.

## Anexos:



Fotos publicadas pelo internauta “ShamanSmoke” em 28 de Julho de 2023 (Disponível em... [https://www.reddit.com/r/brasil/comments/15c3aue/mas\\_uma\\_jogada\\_de\\_redufla%C3%A7%C3%A3o/#lightbox](https://www.reddit.com/r/brasil/comments/15c3aue/mas_uma_jogada_de_redufla%C3%A7%C3%A3o/#lightbox))



Foto publicada pelo internauta “lelo\_moto” em 25 de abril de 2023 (Disponível em... [https://www.reddit.com/r/brasil/comments/12yy7je/redufla%C3%A7%C3%A3o\\_na\\_farofa\\_%C3%A9\\_sacanam/](https://www.reddit.com/r/brasil/comments/12yy7je/redufla%C3%A7%C3%A3o_na_farofa_%C3%A9_sacanam/))

**ReclameAQUI**

Veja também [todas as reclamações](#) [não respondidas](#) [respondidas](#) [finalizadas](#)

**MUDANÇA DA COMPOSIÇÃO E REDUÇÃO DA EMBALAGEM DA FAROFA YOKI DE MILHO TEMPERADA** Resolvido

Yoki-Kitano - General Mills  
 Sorocaba - SP 17/09/2023 às 12:14 ID: 172198889

[Mercearia](#) [Farinhas e farofas](#) [Má qualidade](#)

Essa reclamação foi publicada há mais de 1 ano [Ver todas Reclamações](#)

Sempre consumi produto da marca yoki, porém de um tempo pra cá vem caindo a qualidade de seus produtos, teve redução de embalagem e mudança da composição que me desanimou, pois o sabor não é mais o mesmo. Passou de 500g para 400g, uma redução gritante na embalagem do mesmo.

**Resposta da empresa** 22/09/2023 às 16:46

Olá, Fábio! Tudo bem?

Sinto muito pelo ocorrido com o produto e peço desculpas pela demora no retorno.

Para que possamos te ajudar da melhor forma com sua manifestação, enviamos uma mensagem em seu e-mail.

Permanecemos à sua inteira disposição através do nosso telefone 0800 725 1036 em dias úteis das 8h às 17h, ou se preferir, através do e-mail [sac.yoki@genmills.com](mailto:sac.yoki@genmills.com)

Atenciosamente,  
 Serviço de Atendimento ao Consumidor General Mills

**Consideração final do consumidor** 02/10/2023 às 17:24

a composição foi mudada, entao mesmo enviando uma farofa nova nao terá a composicao antiga, nao foi resolvido.

O problema foi resolvido? Resolvido

Voltaria a fazer negócio? Sim

Nota do atendimento 5

Imagens capturadas pelo autor em... 01/12/2024, (Disponível em... [https://www.reclameaqui.com.br/yoki-kitano-general-mills/mudanca-da-composicao-e-reducao-da-embalagem-da-farofa-yoki-de-milho-temper\\_vxSL\\_Crwple-pjHh/](https://www.reclameaqui.com.br/yoki-kitano-general-mills/mudanca-da-composicao-e-reducao-da-embalagem-da-farofa-yoki-de-milho-temper_vxSL_Crwple-pjHh/))

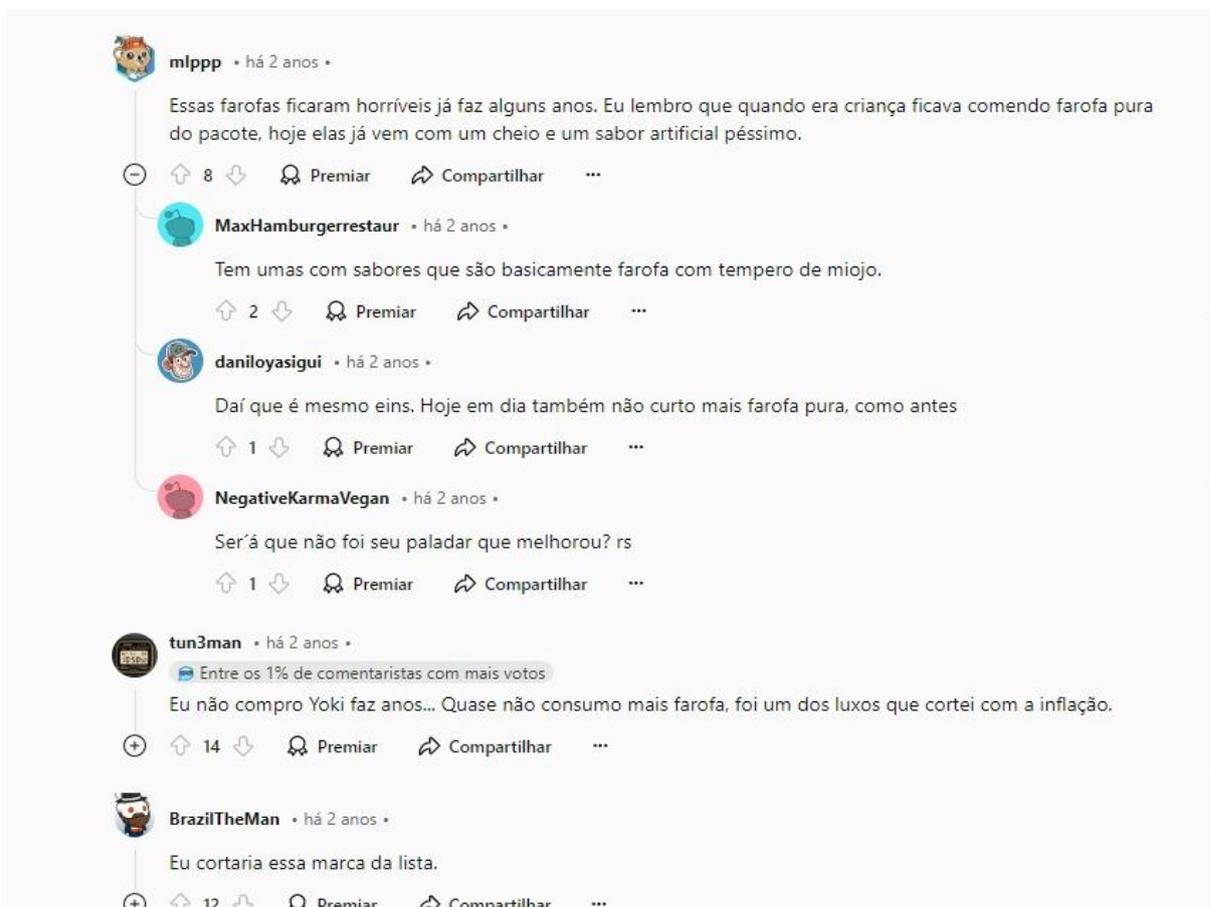


Foto capturada pelo autor em 01/12/2024, na aba de comentários da publicação do internauta "lelo\_moto" em 25 de abril de 2023 (Disponível em... [https://www.reddit.com/r/brasil/comments/12yy7je/redufla%C3%A7%C3%A3o\\_na\\_farofa\\_%C3%A9\\_s\\_acanagem/](https://www.reddit.com/r/brasil/comments/12yy7je/redufla%C3%A7%C3%A3o_na_farofa_%C3%A9_s_acanagem/))

**Considerações finais**

Compreende-se mediante a pesquisa que as estratégias de preço são respostas eficazes às pressões da inflação sendo essas que impõem a responsabilidade por manter a viabilidade econômica da organização, entretanto elas devem chegar a um ponto de equilíbrio entre reduções de custos e preservação de qualidade a fim de manter a satisfação do consumidor. Sendo algo que as empresas devem se adaptar constantemente, assim, mantendo a competitividade, fidelidade do cliente e estabilidade econômica.

## Referências Bibliográfica

- 1- SILVA, Salmer Jhaison Teixeira. **Os fenômenos da “redução” e da “fakeção” por fabricantes de alimentos: uma análise sob a ótica do Direito do Consumidor.** Universidade Federal do Rio Grande do Norte. 08-Dez-2022. (Disponível em... <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/50112>) (Acesso em 18/06/2024);
- 2- BARBOSA, Wellington Jornalista do Jornal Estado de Minas. **Depois de 85 anos, Sonho de Valsa não é mais bombom.** Jornal Estado De Minas.15/06/2023 (Disponível em...[Depois de 85 anos, Sonho de Valsa não é mais bombom - Nacional - Estado de Minas](#)) (Acesso em 17/06/2024).
- 3- BENVENISTE, Alexis Jornalista da BBC Worklife. **Redução: porque produtos menores com preços iguais vieram para ficar.** BBC News. Publicado em 26 setembro 2023. (Disponível em... <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cv2kdj08deeo>),(Acesso em 17/06/2024);
- 4- AMARO, Mariana Editora de Negócios do InfoMoney. **Dúzia de dez? Entenda o que é a ‘redução’, a redução de quantidade ou qualidade dos produtos.** Infomoney. Publicado em 06/07/2022 (Disponível em... <https://www.infomoney.com.br/consumo/duzia-de-dez-entenda-o-que-e-a-reducao-a-reducao-de-quantidade-ou-qualidade-dos-produtos/>),(Acesso em 20/06/2024);
- 5- Banco Central do Brasil, **O que é inflação?**. Governo Federal da República Democrática do Brasil. (Disponível em...[O que é inflação](#) ),(Acesso em 21/06/2024)
- 6- NASSIF, Tamara jornalista do CNN Brasil Business, em São Paulo. **Menor quantidade de produto pelo mesmo preço: entenda o que é “redução”.** CNN Brasil. Publicado em 27/06/2022 (Disponível em... <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/mercado/menor-quantidade-de-produto-pelo-mesmo-preco-entenda-o-que-e-reducao/>),(Acesso em 20/06/2024);
- 7-Vinícola Aurora Marketing, **Aurora lança suco de uva integral em embalagem da TetraPak® de 1,5 litro.** Publicado em 16/08/2022 (Disponível em...<https://blog.vinicolaaurora.com.br/2022/08/16/aurora-lanca-suco-de-uva-integral-em-embalagem-da-tetrapak-de-15-litro/>) (Acesso em 07/10/2024)

8- **Projeto de Lei nº 6122, de 2023, altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor)**, para dispor sobre o direito do consumidor à informação na hipótese de redução da quantidade ou peso de produto embalado. (Disponível em...[PL 6122/2023 - Senado Federal](#) ).(Acesso em: 07/10/2024).

9- Associação Comercial de SP, **O que é inflação e como ela afeta as finanças da sua empresa?** (Disponível em... <https://acsp.com.br/publicacao/s/o-que-e-inflacao-e-como-ela-afeta-as-financas-da-sua-empresa/>)(Acesso em: 04/11/2024).

10-Equipe TOTVS, **Efeitos da inflação nas empresas: como proteger seu negócio.** Atualizado em 15 março, 2023 (Disponível em... <https://www.totvs.com/blog/gestao-varejista/efeitos-da-inflacao-nas-empresas/> )(Acesso em: 04/11/2024).

11- DOMITROVIC, Brian, MALMGREN, Pippa. **Econoclasts: The Rebels Who Sparked the Supply-Side Revolution and Restored American Prosperity**” (2009). EUA: Intercollegiate Studies Institute, 2009.