

# “DNA do Varejo” Em busca de sintonia com o mercado

Município sedia  
Convenção Estadual  
do Comércio Lojista  
para entender os  
anseios dos novos  
consumidores

JARAGUÁ DO SUL

Da Redação

A partir de hoje, 1,3 mil lojistas de Santa Catarina vão dedicar as atenções a um processo de reflexão do setor comercial. O tema da 44ª Convenção Estadual do Comércio Lojista que abre hoje no Centro Cultural Scar, de Jaraguá do Sul, tem como foco o “DNA do Varejo”.

A ideia é fazer com que os empresários desse segmento ampliem seus conhecimentos para melhorar a gestão, tornando o varejo ainda mais forte e em sintonia com as necessidades do consumidor e do mercado.

A programação se concentrará em temas que cercam o comércio nos tempos atuais. O eixo do debate envolve o comportamento e consumo das gerações Y (nascidos após 1980) e Z (nascidos após 1998), o comércio eletrônico, a responsabilidade social e ambiental, legislação (regulamentação, carga tributária, monopólio e

globalização, entre outros).

O presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Jaraguá do Sul, Neivor Bussolaro, disse que o comércio é uma atividade econômica humana que trouxe muitas transformações para a sociedade, o que justifica debater o que há de mais importante e estratégico para o comércio em uma época de muitas transformações sociais e de comportamento. “Graças ao comércio surgiram as cidades, consideradas as maiores das invenções humanas. E foi em busca de novos produtos e novos mercados que as expedições descobriram e exploraram regiões desconhecidas do planeta”, acrescenta.

O presidente da Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas (FCDL), Sérgio Alexandre Medeiros, disse que a programação vai produzir muitas ideias e reflexões, para serem colocadas em práticas pelos lojistas. “Nenhuma atividade econômica é tão humana quanto o comércio e estudá-lo significa estudar a essência do comportamento humano”, argumentou.

Os avanços tecnológicos as transformações do mercado e a necessidade de atender mais e melhor o cliente levam os lojistas, cada vez mais, a se preparar para enfrentar o desafio de bem administrar seus negócios, valorizando a gestão, a criatividade e o comprometimento de toda a equipe.

## Quem vai participar do evento

O evento reunirá nomes de grandes especialistas do varejo, como Fernando Lucena (consultor e presidente do Grupo Friedman, com experiências internacionais), Roque Pellizzaro Junior (economista, advogado e presidente da Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas) e Giuliano Donini (presidente da Marisol). A mediação será do jornalista Carlos Stegemann.

Também integram a grade palestras de Ricardo Amorim,

Allan Barros, Leila Navarro e Roberto Shinyashiki. Além do conteúdo temático, a convenção vai oferecer aos participantes visitas técnicas a empresas locais (Weg, Marisol, Duas Rodas e Sol Paragliders), e de confraternização no London Pub.

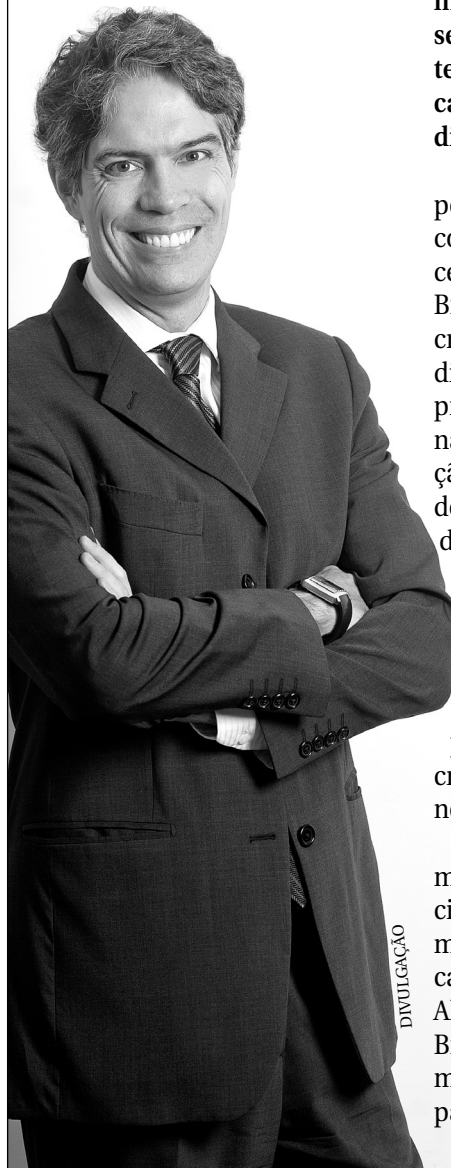
O encerramento ocorre com apresentações artísticas e jantar típico com uma mini-Schutzenfest com a participação da Banda Cavalinho (Blumenau) no pavilhão de eventos.

## Entrevista “O Brasil foi condenado a crescer”

Uma das estrelas da 44ª Convenção Estadual do Comércio Lojista, o economista Ricardo Amorim estará em Jaraguá do Sul para falar sobre o tema “Economia e Política”. A palestra dele acontece amanhã à noite. Participante do programa “Manhattam Connection”, do canal por assinatura Globo News, e presidente da Ricam Consultoria, ele concedeu, por e-mail, uma entrevista ao jornal OCP para avaliar o cenário econômico atual e fez projeções para o comércio no País.

“

**Cada vez mais a competição será global. Isto é ótimo para o consumidor que, com a concorrência, conseguirá preços mais reduzidos.**



DIVULGAÇÃO

O Correio do Povo – Na abordagem sobre Economia e Política, tema da palestra. O resultado do crescimento econômico é fruto de uma política que vem se aperfeiçoando anualmente?

Ricardo Amorim - A economia brasileira vem se beneficiando de dois processos paralelos. Por um lado, desde 1994, com o Plano Real, a política econômica brasileira vem, sim, em geral, sendo aperfeiçoada, apesar de erros que também vem sendo cometidos no meio do caminho. Por outro, há cerca de 10 anos, o Brasil também tem se beneficiado significativamente de mudanças na economia mundial que tem sido determinantes no processo de desenvolvimento brasileiro. Essas mudanças têm sido tão determinantes que costumo brincar que o Brasil foi condenado a crescer. Na palestra, vou explicar quais são estas mudanças, como elas nos beneficiam, como elas fizeram o crescimento brasileiro dobrar de velocidade, porque elas continuarão, quais as oportunidades geradas em cada setor da economia brasileira e como cada um pode aproveitar estas oportunidades.

OCP- Facilidades de crédito para o consumo estão direcionadas toda a hora para o mercado. O quanto isso pode ser perigoso para um País que tem uma população com pouca educação para a gestão do dinheiro?

Amorim - Crédito exige responsabilidade tanto de quem concede quanto de quem recebe. Um dos desafios para o Brasil é evitar que, agora que há crédito disponível, haja um endividamento exagerado que gere problemas no futuro. Até agora, não vejo isso, apesar da elevação recente da inadimplência e do comprometimento de renda da população com prestações. Oscilações da inadimplência, desde que não exageradas, são normais, em função das oscilações do ciclo econômico e, em função da crise europeia e seus impactos globais, o crescimento no Brasil se reduziu nos dois últimos anos.

O crescimento do comprometimento de renda com financiamentos é absolutamente normal à medida que a taxa de juros cai e o país fica mais estável. Além disso, o endividamento no Brasil ainda é incomensuravelmente menor do que na maior parte do resto do mundo. Por

fim, exatamente porque estamos em um ciclo de redução de taxas de juros, é improvável que haja uma bolha de crédito prestes a estourar no Brasil. Bolhas de crédito estouram quando as taxas de juros sobem e, por consequência, novos financiamentos ou financiamentos existentes feitos com taxas de juros variáveis, tornam-se mais caros e, em muitos casos, possíveis de serem pagos. No Brasil, está acontecendo exatamente o contrário.

OCP - Na sua visão, o comércio brasileiro consegue estar afinado com as necessidades do consumidor, ou ainda há muito para crescer em relação a mais informações sobre os desejos dos clientes para oferecer bons produtos e preços atraentes?

Amorim - Informação é a base para qualquer boa decisão. Neste sentido, quanto melhor o comércio conhecer o consumidor, mais ele será capaz de oferecer o que o mercado busca. Recentemente, este processo de conhecimento do cliente tem tido dificuldade pela emergência de dezenas de milhões de novos consumidores que surgiram com a ascensão da nova classe média. Isso tem favorecido muito as vendas no país, mas que representou uma importante mudança do perfil do mercado. Só nos últimos seis anos, o Brasil ganhou 57 milhões de novos consumidores nas classes A, B e C. Ganhamos uma Itália inteira de novos compradores.

OCP - No mercado de hoje, com um clic na internet o consumidor deixa de ir à loja da esquina para comprar um produto da Europa, Ásia, EUA ou África. Na sua visão, o mercado nacional está maduro para essa realidade ou ainda engatinhamos nesse assunto?

Amorim - Cada vez mais a competição será global. Isto é ótimo para o consumidor que, com a concorrência, conseguirá preços mais reduzidos. Mas significa um desafio para o comércio, que precisará ser cada vez mais eficiente para oferecer preços competitivos. Provavelmente isso significará a formação de empresas cada vez maiores, à medida que aqueles que forem capazes de oferecer produtos de qualidade a bons preços se beneficiarão de mercados cada vez mais amplos. Por outro lado, aqueles que não conseguirem fazer isso, correm o risco de deixarem de existir ao longo do processo.