



DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DO SETOR VAREJISTA DE VESTUÁRIO DE SANTA ROSA¹

Ariosto Sparemberger², Dieny Paula Vargas Jasiowka³, Francieli Calgaro⁴, Luciano Zamberlan⁵, Marciela Zamin⁶

O presente estudo teve por objetivo caracterizar o setor varejista de vestuário do município de Santa Rosa, identificando as suas principais potencialidades e limitações. Diante de um cenário competitivo os gestores precisam desenvolver e aprimorar suas práticas administrativas. Buscando contribuir com informações acerca do setor realizou-se uma pesquisa exploratória com dados secundários e posteriormente procedeu-se uma pesquisa conclusiva descritiva com o intuito de caracterizar o varejo de vestuário do município. A coleta de dados da pesquisa descritiva se deu através da utilização de um questionário semi-estruturado, aplicado a uma amostra classificada como não-probabilística por conveniência, constituída por 62 respondentes, gestores de lojas de vestuário do centro de Santa Rosa e do Bairro Cruzeiro, proporcionando uma caracterização da amostra, bem como um diagnóstico das práticas administrativas de seus gestores. Após a tabulação e análise dos dados, verificou-se que a maioria das empresas participantes da amostra é de micro (50%) e pequeno porte (43,5%), 64,15% possuem de um a três colaboradores, e seus principais fornecedores encontram-se em Santa Catarina (48,39%) e São Paulo (46,77%). Também foi possível perceber que a maioria (57,8%) das empresas de vestuário de Santa Rosa costuma efetuar seus pagamentos junto aos fornecedores de forma parcelada (três vezes), e 46,3% repassam os produtos aos seus clientes com prazos para pagamento de até quatro vezes, sendo que 56,60% definem seus preços baseados no preço de aquisição. Na pesquisa verificou-se que apenas 53,22% são informatizadas, sendo que as principais áreas informatizadas nestas empresas são: controle de clientes (81,82%), contas a receber (75,76%), relatório de vendas (69,70%), controle de estoque (66,67%), contas a pagar (66,67%), controle de fornecedores (63,64%), emissão de nota/cupom fiscal (51,51%) e fluxo de caixa (51,51%). A localização consiste em uma das decisões mais importantes para um varejista. Entre os critérios de localização mais utilizados pelos lojistas entrevistados estão: visibilidade da loja (53,23%), trânsito de pedestres (46,77%), valor do aluguel (41,94%), estrutura existente (41,94%), consumidores (40,32%), entre outros. Entre os recursos de mídia utilizados pelas empresas para fazer propaganda, 96,77% utilizam rádio. A decoração das lojas e vitrines é realizada em 91,9% das lojas entrevistadas pelos próprios funcionários e 66,1% das lojas modificam suas vitrines semanalmente. As empresas oferecem aos seus clientes alguns serviços adicionais aos produtos, como, empacotamento para presente, sacolas personalizadas, provadores, vitrines, crediário próprio, horário diferenciado, ajustes e consertos, propaganda, trocas de mercadorias, entregas, aceitação de pedidos por telefone, entre outros. Há uma preocupação das empresas em zelar pelo bom atendimento ao cliente. A pesquisa também buscou saber a opinião dos varejistas acerca das principais dificuldades e necessidades enfrentadas pelo setor na região. Entre as mais citadas estão: (1) clima – nem sempre as estações estão bem definidas; crise na agricultura – a estiagem ocorrida no verão e muito frio (geadas) na época



errada durante o inverno acabou ocasionando uma frustração na agricultura e como a economia regional está diretamente ligada a esta, reduziu-se muito a circulação de dinheiro em todos os setores; (2) desemprego – também pode ser uma consequência das frustrações na agricultura, pois houve um empobrecimento geral na economia e algumas empresas tiveram de demitir funcionários; (3) falta de incentivos dos governos municipal, estadual e federal – de acordo com os entrevistados, talvez algumas das dificuldades enfrentadas pelo setor poderiam ser amenizadas se os governantes se preocupassem mais em oferecer incentivos aos comerciantes; (4) informalidade – muitos gestores reclamaram da informalidade e da pirataria, segundo eles há pouca fiscalização por parte da prefeitura e órgãos competentes causando revolta entre os varejistas, já que estes pagam seus impostos em dia enquanto os informais não são cobrados por isso; (5) aluguéis – muitos gestores reclamaram do alto preço cobrado pelos espaços alugados; (6) tributação – a tributação cobrada das empresas, segundo os gestores, é abusiva tornando ainda mais complicada a sobrevivência das mesmas; mão-de-obra – segundo os gestores a falta de mão-de-obra qualificada é outra dificuldade enfrentada pelo setor; (7) concorrência – existe muita concorrência, muitas empresas atuando no mesmo setor e em uma área pequena em relação ao número de empresas (relatos dos lojistas); (8) capital de giro – a falta de capital de giro é um problema enfrentado por muitos varejistas, principalmente as empresas de micro e pequeno porte e pode ter se agravado ainda mais em função da crise na agricultura; (9) renda – segundo os gestores entrevistados, a renda da população mal dá para satisfazer as necessidades básicas, as despesas com energia elétrica, água, telefone, aluguel, alimentação, usam boa parte da renda das pessoas sobrando pouco para gastar com vestuário; (10) inadimplência – esta é uma dificuldade citadas pela maioria dos varejistas e muitas das variáveis citadas anteriormente podem estar causando aumento no número de inadimplentes; (11) estacionamento rotativo – alguns gestores relataram que a implantação do estacionamento rotativo pago, no centro da cidade, diminuiu muito o movimento nos estabelecimentos, pois as pessoas evitam de ir sem necessidade pois não querem pagar para estacionar seus veículos; (12) falta de fornecedores locais – a falta de fornecedores na região torna-se uma dificuldade na medida que comprar produtos de outros estados acarretam muitos custos, em função da diferença de impostos, fretes, viagens, entre outros. Através do estudo foi possível verificar que os agentes do setor varejista de vestuário de Santa Rosa carecem de apoio para que possam profissionalizar seus métodos de gestão.

1 Projeto de bolsista PIBIC/UNIJUÍ

2 Professor e Pesquisador do DEAd - Departamento de Estudos da Administração da UNIJUÍ

3 Bolsista PIBIC/UNIJUÍ

4 Bacharel em Administração

5 Professor e Pesquisador do DEAd - Departamento de Estudos da Administração da UNIJUÍ

6 Bolsista PIBEX/UNIJUÍ