



A CONFIANÇA E AS CARÊNCIAS DOS GESTORES DO SETOR VAREJISTA DE SANTA ROSA ¹

Adriano Wagner², Ariosto SpareMBERGER², Luciano Zamberlan², Marciela Zamin³, Pedro Luís BüTTENBENDER², Romualdo Köhler⁴

A globalização, fenômeno que afeta a sociedade de modo geral é, na sua essência, um acontecimento derivado da contínua e irrefreável evolução tecnológica que se manifesta nas mais diversas áreas do conhecimento. O acesso a informação, uma das conquistas possibilitada pelo advento e expansão da tecnologia da informação/comunicação, é um dos fatores que impulsiona a disseminação de idéias e inovações e torna o mundo uma aldeia global em que valores, costumes e, principalmente, aspectos econômicos das mais diversas regiões do mundo, causam efeitos nas economias e nas organizações. As organizações de varejo, no seu papel de aproximar os provedores de bens e serviços de seus consumidores, sentem efeito direto dessas mudanças. Novos formatos de varejo, novas tecnologias e novos produtos vêm causando impactos contínuos e profundos sobre as operações de varejo, que por sua vez, precisam entender o comportamento de compra do consumidor, bem como suas necessidades, desejos e expectativas e reinventar seu negócio para fazer frente às mudanças que se apresentam. O setor terciário da economia, ao qual estão vinculadas as atividades do comércio de bens e serviços, é de grande importância para Santa Rosa, sendo responsável por aproximadamente 40% do PIB do município. Neste contexto o varejo, responsável pela venda de bens e serviços ao consumidor final, é um setor que tem apresentado avanços significativos, mas que ainda carece de maior profissionalização em alguns aspectos relacionados à gestão. Segundo Lewy e Weitz (2000), o varejo é um conjunto de atividades de negócios que adiciona valor a produtos e serviços vendidos aos consumidores para seu uso pessoal e familiar. Também, na visão destes autores, um varejista é um negociante que vende produtos e serviços de uso pessoal ou familiar aos consumidores. Um varejista é o último negociante de um canal de distribuição que liga fabricantes a consumidores. Os varejistas encarregam-se de negociar e efetuar funções que aumentem o valor dos produtos e serviços vendidos aos consumidores. O PROGEV – Programa de Extensão em Gestão de Varejo, vinculado ao Curso de Administração da UNIJUÍ, desenvolveu um estudo com o objetivo de caracterizar e avaliar o setor varejista de Santa Rosa. Foram coletadas informações de 150 empresas e tal levantamento contribuiu para traçar um perfil do varejo do município. Num primeiro momento foram obtidos dados de um grupo de empresas para caracterização do setor. Dentre as particularidades observadas, destaca-se que o varejo santa-rosense é formado de empresas jovens, pois 52% delas possuem até 5 anos desde sua fundação. Há predomínio de micro empresas (57%), sendo que a maioria delas possui até 4 funcionários (79%). Apenas 3,3% informaram possuir um site na Internet e 73,7% não possuem e-mail da empresa. Dentre os proprietários dos estabelecimentos varejistas, 26% possuem ou estão cursando o ensino superior e 4% já fizeram pós-graduação. Num segundo momento foram coletados dados acerca das principais carências que estas empresas tinham com relação à qualificação de sua atividade varejista. Dentre os diversos aspectos citados pelos gestores, os que mais se



destacaram foram os seguintes: legislação tributária e fiscal (26,6%), técnicas de vendas (23,6%), planejamento estratégico (23,1%), liderança e motivação (21,1%), crédito e cobrança (20,6%), marketing (19,1%), gestão de pessoas (18,1%), promoção de vendas (17,6%), tendências no varejo (17,1%), decoração de loja e vitrine (16,6%), propaganda e publicidade (15,6%), fluxo de caixa (15,1%), comportamento do consumidor (15,1%), gestão financeira (14,1%), administração de vendas (14,1%), técnicas de negociação (13,1%). O estudo também procurou avaliar o grau de otimismo que os empresários possuem com relação às suas atividades. Dessa forma foi desenvolvido o Índice de Confiança do Empresário Varejista (ICEV). Para a composição deste índice considera-se o sentimento do empresário através de seis questões que avaliam as condições atuais e as expectativas futuras de sua própria empresa, do setor de atividade ao qual está inserida e da economia brasileira de uma forma geral. Obtidas tais informações, os índices são ponderados e cria-se um indicador geral de confiança, sendo que um número inferior a 50 pontos indica pessimismo e superior a 50, otimismo. O índice geral foi de 65,8 pontos, o que demonstra que os gestores do setor varejista estão otimistas quanto aos seus negócios. Segundo alguns empresários, este sentimento é motivado, principalmente, por uma perspectiva favorável da safra agrícola para este ano. Percebe-se que há uma necessidade veemente de capacitação dos agentes envolvidos com o varejo. Esta necessidade evidente expõe uma oportunidade de atuação mais específica da universidade na sociedade em que se insere, pois consolida a característica biunívoca da extensão e propicia um movimento de busca do saber pelo desenvolvimento do conhecimento de maneira participativa, em sintonia com a realidade social.

¹ Projeto de Extensão em Gestão de Varejo - PROGEV

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

³ Bolsista PIBEX

⁴ Professor e Pesquisador do DECon - Departamento de Economia e Contabilidade da UNIJUÍ