

# Futuro promissor e cheio de mudanças para o varejo da Capital

Tecnologia, conveniência e envolvimento são três palavras que podem ajudar a entender como será a configuração do varejo no futuro. De acordo com um levantamento realizado pela Matéria Prima Pesquisa + Ação com exclusividade para a CDL Porto Alegre, os próximos anos serão intensos e trarão mudanças significativas para o setor. A pesquisa faz parte das comemorações da entidade pelos 50 anos de atuação, celebrados em agosto de 2010. "A CDL tem ainda um caminho longo pela frente, por isso, pensamos em oferecer às nossas associadas uma pesquisa que aponte os próximos anos do varejo. Assim podemos nos preparar para os desafios que estão por vir", explica Vilson Noer, presidente da CDL Porto Alegre.

A primeira tendência apontada no estudo permite afirmar que algum processo do varejo, será virtual. Se a compra for realizada em ambiente físico, com a presença de produtos e vendedores, o pagamento não será feito em moeda de metal, papel ou plástico, mas sim através de um sinal digital enviado de telefone celular autorizando a movimentação de valores entre a conta do consumidor e a do varejista. Mas ainda há a possibilidade de a compra ser feita de forma totalmente virtual, não como hoje acontece, mas usufruindo da realidade aumentada, permitido ao consumidor "sentir" virtualmente seu objeto de compra.

A tecnologia ao alcance das mãos permitirá ver consumidores escaneando códigos de barras no interior da loja, olhando para os preços e fazendo comparativos para esse item instantaneamente, on-line, dirigindo-se aos vendedores para negociar a compra pelo menor preço e as melhores condições. Uma tendência é a implementação de RFIDs (etiquetas com microtransmissores de rádio). Analistas prevêem o surgimento de uma "internet de objetos", onde mercadorias de todos os tipos poderão ser monitoradas em escala global. As definições para a nova tecnologia já estão na enciclopédia livre wikipedia: os leitores de RFID podem ser instalados em aparelhos que fazem parte do dia-a-dia das pessoas, como os celulares. Colocando um destes celulares em frente a um produto com RFID obtém-se seu preço, por exemplo, assim como suas especificações. O celular também pode ser usado para compras, através da leitura do RFID de um determinado produto. A companhia de cartão de crédito efetua o pagamento através da autorização do celular.

A base da pesquisa é uma análise exploratória, qualitativa com dez entrevistas a especialistas no setor, incluindo varejistas, pesquisadores,



Comércio de rua será valorizado aponta pesquisa da CDL

consultores e representantes do setor público. Além destes dados, coletados em fontes primárias, foi feita uma extensiva coleta em dados secundários de forma a subsidiar as tendências macroambientais.

## Poder do Consumidor

Consumidores estarão usando aplicativos móveis para comunicar o bom, o mau, o que gostaram e o que não gostaram sobre sua experiência de varejo em tempo real. Através de redes sociais como o Twitter, consumidores podem postar que uma loja tem uma boa promoção, acelerando suas vendas; outro cliente posta em seu blog sobre o serviço terrível que acabou de receber, fazendo que consumidores migrem para outras lojas ou centros comerciais.

Em termos de tendências para o varejo mundial, nossos entrevistados também apontam para o papel da web como facilitadora ou definidora de compras. As redes sociais estão ajudando a dar um maior poder ao consumidor. "Os clientes vão dominar a informação, muito mais do que as lojas. Eles saberão tudo sobre a loja através da Internet. Num horizonte de 5 a 10 anos, o consumidor ficará poderoso, em qualquer ramo que seja, pois ele saberá tudo sobre a concorrência e sobre o produto que quer comprar; saberá muito mais do que a loja saberá sobre ele", descreve Edmour Saiani, consultor na área de varejo.

Este consumidor cada vez mais

exigente e poderoso influencia sobre como os Centros Comerciais e vendedores terão que agir no futuro, adaptando processos e ambientes ao que os clientes esperam.

## Shopping X Loja de Rua

É unanimidade dentre os experts entrevistados que os shoppings não vão extinguir o comércio de rua, sendo que "haverá espaço para todos os tipos de venda: comércio de rua, hipermercados, shoppings e vendas on-line", segundo Atílio Manzolli Júnior, diretor comercial da Manlec.

O comércio de rua também parecer ter espaço nas lojas de bairro, Marcus Paim, consultor de varejo e comunicação, aponta uma tendência muito clara que é o "resgate da lojinha da esquina, grandes redes fazendo lojas compactas e Express. Por quê? Por que todo o modelo baseado no deslocamento e no uso do automóvel começa a ser questionado pela variável tempo e deslocamento, variável trânsito na cidade, variável conveniência, o resultado é que se descobre que as pessoas até pagam mais pela conveniência".

Os maiores desafios para os shoppings nos próximos 20 anos devem ser, segundo o The Future Foundation, aumentar a relevância do mix de lojas para atender as tendências de comportamento e consumo, criar uma sensação de lugar diferenciado, atrair novos consumidores, como homens e idosos, por exemplo.

## Carreira & Negócios

### Dicas para o Sucesso

Por André Vinícius



**Atendimento: Sorria para o cliente** – Quando você atende o seu cliente com um sorriso no rosto, demonstra simpatia e passa a idéia de que você está muito feliz em atendê-lo. Claro que há as exceções. Se o cliente está enfurecido ou se você trabalha em uma funerária, talvez não seja uma boa idéia sorrir ?

**Marketing: Orientação para o cliente** – Muitas empresas ainda não se deram conta de que as estratégias de marketing devem ser voltadas sempre para o cliente e não para o produto como acontecia antigamente. Quem pensa em cliente, sobrevive e vai pra frente.

**Vendas: Utilize o preço a seu favor** – O preço alto de seu produto ou serviço pode ser usado como ponto positivo na hora de vender. Se o seu preço é superior, é sinal de o produto é melhor. O mais importante é fazer com que o cliente perceba o valor que o seu produto tem.

**Liderança: Liderança participativa** – A liderança ganha força quando as decisões são tomadas em equipe. Claro que o líder deverá ter a palavra final, mas a participação dos colaboradores incentiva a criatividade e estimula o envolvimento de toda equipe.

**Carreira: Especialista x Generalista** – Um profissional especialista é o que sabe muito de uma única área de atuação. O profissional Generalista é o que sabe bem em todas as áreas. Em pequenas e micro empresas o Generalista tem muito mais utilidade e oportunidade pois pode ser aproveitado em inúmeras situações, aumentando assim a sua empregabilidade.

**Literatura: Marketing 3.0 - As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano** – O novo modelo de marketing - Marketing 3.0 - trata os clientes não como meros clientes, mas como os seres complexos e multifacetados. Estes, por sua vez, estão escolhendo produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades de participação, criatividade, comunidade e idealismo. Autor: Philip Kotler, Editora: Campus.

**Break-even point: (ponto de equilíbrio):** nível de produção ou de volume de vendas em que o empreendimento ou negócio se equilibram.

**Frase: Fracasso** - "O fracasso de uma empresa começa quando ela vai sendo demitida por seus clientes. Ninguém mais faz pedidos, os consumidores nem se dão mais ao trabalho de reclamar". (Roberto Shinyashiki)

(\*) Consultor, professor e palestrante em vendas, atendimento, liderança, marketing empresarial e digital, tecnologia, carreira, desenvolvimento pessoal e motivação.

Envie perguntas, opinião, críticas, dúvidas, sugestões e solicitações através do e-mail: [andre@andrevinicius.com](mailto:andre@andrevinicius.com) Para conhecer um pouco mais sobre André Vinícius acesse o site [www.andrevinicius.com](http://www.andrevinicius.com) Siga-me no twitter: @professorandre

### CLINICA SANTANA

Medicina do Trabalho  
Clínica Geral  
Exames: Admissionais;  
Demissionais; Periódicos  
PPRA -NR 9 PCMSO-NR 7  
Perícias/Laudos

Rua Silva Jardim 174  
Bairro Auxiliadora / Porto Alegre  
[www.clinicasantanars.com.br](http://www.clinicasantanars.com.br)  
51-3388-1742

**bicho bonito**  
A sua PET SHOP na  
Galeria Moinhos de Vento  
Banho a partir de ..... R\$ 15,00  
filhotes de várias raças  
Pet Book - álbum fotográfico do seu pet  
ABERTO DE SEGUNDA A SÁBADO  
Independência 1211 Gal. Moinhos de Vento - LJ 29  
[www.meubichobonito.com.br](http://www.meubichobonito.com.br) - Fone: 39 079 379

### ZAMBONI CONTABILIDADE

Sua contabilidade precisa de ajuda? A gente faz pra você.

Rua Jerônimo Coelho, 85/302 - Centro  
Fone 51 3221-7701 Fone/Fax 51 3227-2828  
E-mail: [zamboncontabilidade@terra.com.br](mailto:zamboncontabilidade@terra.com.br)