

PARENTE, Juracy. (2000). *Varejo no Brasil — Gestão e estratégia*. São Paulo: Atlas, 388p.

*João Maria Goulart Dubus**

Varejo no Brasil — Gestão e Estratégia é um livro de Marketing e de Estratégia com foco na atividade varejista — tanto de alimentos quanto de não-alimentos — atividade esta que corresponde hoje a aproximadamente 10% do PIB brasileiro, o que por si só demonstra sua importância em nossa Economia.

Juracy Parente é Doutor pela London Business School (Universidade de Londres) e Mestre pela Cornell University (New York) onde também foi professor-visitante no Departamento de “Food Marketing”. Executivo do Grupo Pão de Açúcar durante cerca de 15 anos nas áreas de Marketing, Pesquisa de Mercado e Gestão Comercial é atualmente Diretor da Parente — Varejo e Pesquisa e professor de Varejo na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas.

O autor apresenta a teoria de administração varejista de maneira didática ao mesmo tempo que, ao se utilizar de vários casos e exemplos brasileiros, consegue ilustrar de maneira clara a aplicação prática dos conceitos apresentados

* João Maria Goulart Dubus é administrador de empresas, pós-graduado em Marketing e professor da Faculdade São Luís.

sobre estratégia empresarial (bons exemplos são as estratégias de posicionamento dos supermercados Pão de Açúcar e Barateiro e a estratégia de expansão das Casas Pernambucanas), comportamento do consumidor, segmentação de mercado, pesquisa de mercado, administração de preços (com destaque para o comportamento dos consumidores brasileiros em relação à variável preço), administração do mix de produtos (bem exemplificado pelo posicionamento de mercado de algumas lojas de confecções femininas de São Paulo), gestão de estoques, compras e abastecimento, administração dos programas de propaganda, promoção de vendas e publicidade (destaque para um bem apresentado quadro-resumo-comparativo das vantagens e desvantagens das atividades de propaganda, promoção de vendas e publicidade) e decisões quanto à localização e à apresentação de loja, layout e exposição de produtos.

Em complemento à teoria mercadológica varejista, o autor também teve o cuidado de apresentar os principais pontos sobre administração financeira e de recursos humanos na gestão varejista.

O capítulo final do livro trata de qualidade total e melhoria contínua, introduzindo um novo conceito de eliminação de desperdícios baseado no “Modelo Conway (de William Conway) de Melhoria Contínua e de Eliminação de Desperdícios”.

Obra indispensável para profissionais de Varejo no Brasil é também indicada para profissionais de Marketing em geral e estudantes de cursos de graduação e de pós-graduação em Marketing e Varejo.