

VAREJO

O setor de varejo no Brasil tem experimentado momentos de incerteza mesclados com outros de grande expansão. Com a crescente profissionalização do setor varejista e a entrada de empresas do exterior no Brasil, esse mercado tem recebido um grande influxo de profissionais vindos de outros setores e países. A necessidade de formação e aperfeiçoamento dos profissionais do varejo em todo o mundo tem demandado a produção de materiais didáticos e de

divulgação do conhecimento gerado na academia. As indicações bibliográficas abaixo podem ser úteis para aqueles interessados em conhecer melhor a base teórica dos estudos sobre o setor e aspectos importantes para o seu funcionamento e para a competitividade das empresas de varejo brasileiro. As obras foram selecionadas pelo professor **Heitor Takashi Kato**, da Escola de Negócios da PUC-PR.



RETAILING MANAGEMENT. *Michael Levy e Barton Weitz. 8. ed. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2011. 704 p.* Escrito por dois dos mais tradicionais estudiosos do tema, o livro é utilizado nos MBA das melhores escolas americanas. Importante para conhecer os aspectos essenciais da administração do varejo, ilustrados por casos baseados na experiência de grandes e pequenas empresas varejistas americanas e internacionais que ajudam o leitor a aplicar os conceitos. O foco da obra são as questões estratégicas e táticas, com ênfase em finanças e gestão de loja.



VAREJO NO BRASIL: Gestão e estratégia. *Juracy Parente. São Paulo: Atlas, 2000. 394 p.* O melhor livro sobre o varejo no Brasil, escrito por um dos pesquisadores mais respeitados na área. O livro conta com alguns casos e exemplos do mercado nacional, o que ajuda o leitor brasileiro a ter uma melhor contextualização do conteúdo transmitido. É um dos livros mais utilizados nos cursos nas universidades do Brasil. Permite ao leitor ter uma visão abrangente das decisões que o varejista brasileiro tem que enfrentar no seu dia a dia.



VAREJO PARA A BAIXA RENDA. *Juracy Parente, Tania M. Vidigal Limeira e Edgard Barki (Org.). Porto Alegre: Bookman, 2008. 197 p.* O livro é direcionado ao varejo para a população de baixa renda, que constitui a maior parcela do mercado brasileiro e países emergentes. É formado por capítulos dedicados a aspectos específicos do varejo, escritos por vários autores acadêmicos. O mercado de baixa renda apresenta grandes desafios para os varejistas, mas algumas empresas têm conseguido prosperar, como ilustrado nos casos apresentados no livro.



VAMOS ÀS COMPRAS! A ciência do consumo nos mercados globais. *Paco Underhill. Rio de Janeiro: Campus, 2009. 317 p.* A obra é um relato divertido sobre o processo de compra dos consumidores, que se inicia mesmo antes de eles entrarem nas lojas. O método de pesquisa utilizado pelo autor foi a observação, que lhe permitiu entender e descrever como os consumidores se movimentam e o grau de atenção que empregam no processo de escolha de produtos dentro das lojas. Essencial para pesquisadores, profissionais de pesquisa de mercado e gerentes de marketing das empresas de varejo.



SHOPPING CENTERS: De centro de abastecimento a produto de consumo. *Fernando Garrafa. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. 180 p.* O autor faz uma revisão histórica da origem dos shopping centers, desde os primeiros modelos de centros de compra até os modernos shopping centers que conhecemos. O livro é produto de um trabalho acadêmico na área da Arquitetura, que analisa o shopping center como produto de consumo, trazendo um olhar um pouco diferente sobre o fenômeno, o que o torna muito útil para o pesquisador interessado na evolução desse formato varejista.