

Luiza Trajano ensina a todos: 'Aprendemos a crescer na crise'

Em entrevista ao **A Cidade** durante passagem pela cidade, a presidente do **Magazine Luiza** – rede com 756 lojas no país – vê no atual cenário econômico brasileiro uma boa oportunidade para fazer negócios **ECONOMIA B1 E B2**

'Aprendemos a crescer na crise'

Presidente de um dos maiores grupos varejistas do Brasil, Luiza Helena Trajanq ainda enxerga no atual cenário econômico brasileiro uma oportunidade de crescimento nos negócios. "O Magazine Luiza foi uma empresa que aprendeu a crescer na crise", disse ontem a empresária, em entrevista ao A Cidade, durante evento em Ribeirão Preto. Fundada em Franca, há 58 anos, a rede tem hoje 756 lojas e nove centros de distribuição espalhados por 16 estados brasileiros. Formada em Direito e Administração de Empresas, Luiza é presidente do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) e coleciona prêmios de reconhecimento de sua gestão, como ser eleita a 4ª executiva mais importante da América Latina, pela Revista América Economia. Para ela, a insegurança dos consumidores é o que realmente pode impactar o varejo e a situação reflete mais fatores políticos do que econômicos.





OTIMISMO A empresária Luiza Helena Trajano diz que é preciso encontrar formas de solucionar crise

Índice de confiança do consumidor é decisivo

Para Luiza Trajano, sentimento é o que mais afeta varejo, mas setor tem capacidade para superar crise

GABRIELA VIDES
gvides.vr@o3brnaucltda.com.br



Em evento realizado ontem pelo Lide Ribeirão-grupo que reúne líderes empresariais Luiza Helena Trajano, presidente do Magazine Luiza, falou sobre os rumos do setor varejista em meio ao cenário econômico recessivo no país, com inflação, juros e dólar em alta e baixa confiança do consumidor.

No cenário atual, o que mais prejudica o varejo é o dólar em alta, os juros, a inflação ou a volta do IPI?

O IPI não influencia, pois já vem voltando gradativamente e a diferença é muito pequena. O que influencia no varejo diretamente é o emprego, a ren-

Nossa luta é para subir o índice de confiança do consumidor e contribuir para que o país volte a crescer, pois merecemos.

Existe uma onda negativa, um fator político maior do que o econômico, em que o cliente fica com receio e se afasta das compras.

da e crédito. Este último está mais apertado, não porque a inadimplência está alta, mas sim porque os bancos estão restringindo. A renda vem crescendo e acredito que continue. E o emprego está estável.

Então, o que tem influenciado negativamente o setor?

O que está mais atrapalhando é o índice de confiança do consumidor. No varejo isso atrapalha muito mais do que o PIB. Mas a queda do índice de confiança que aconteceu agora é uma coisa que atrapalha muito. Mas, nós já estamos acostumados, até porque o varejo se reprograma muito rapidamente. Ele é por si um segmento lutador, que está acostumado com a crise. Agora, foi um trimestre mais difícil e a nossa luta é para subir o índice de confiança do consumidor e lógico, contribuir para que o país volte a crescer, pois merecemos.

Como empresária, o que faz para driblar essa situação?

O Magazine Luiza é uma empresa que aprendeu a crescer na crise. Lógico que viemos de dois anos muito mais fáceis, mas sempre buscamos alternativas. Somos uma empresa de cabeça em solução de crise. Aliás, eu brinco que fico mais preocupada quando não tem crise do que quando tem. Não que eu queira crise, mas acho que a companhia sem ela se acomoda.

Muitos consumidores deixaram de comprar bens duráveis para priorizar os de primeira necessidade. O varejo sentiu essa queda?

O que sentimos é uma falta de volume de clientes. Então, tentamos aproveitar ao máximo os consumidores que voltam. Não acho que ele deixou de comprar eletrodomésticos para comprar outras coisas, e sim, que ele está com medo da crise. Existe uma onda negativa, um fator político maior do que o econômico, em que o cliente fica com receio e se afasta das compras.

Ribeirão Preto é uma praça muito forte do Magazine Luiza, pois somos da região e temos uma história com a cidade.