

## SETOR COMERCIAL DE PORTO VELHO: PERSPECTIVAS APÓS A FINALIZAÇÃO DAS USINAS DE SANTO ANTONIO E JIRAU

Raimundo Nonato Lima Novais<sup>1</sup>, Edson Aparecida de Araújo Querido Oliveira<sup>2</sup>,  
Isabel Cristina dos Santos<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade de Taubaté, Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional, do Departamento de Economia, Contábeis e Administração. Rua Expedicionário Ernesto Pereira, 225, Portão 2 CEP 12.020-030- Taubaté/SP – Brasil - [adm.novais@hotmail.com](mailto:adm.novais@hotmail.com)

<sup>2</sup> Professor Pesquisador do Programa de Pós-graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté – [edsonaago@gmail.com](mailto:edsonaago@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora - Professora Pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté - [isa.santos.sjc@gmail.com](mailto:isa.santos.sjc@gmail.com)

**Resumo** – Este artigo tem por objetivo descrever o setor comercial varejista de Porto Velho, indicando as perspectivas de atuação do setor após a conclusão das obras das usinas hidroelétricas de Santo Antonio e Jirau. Trata-se de um estudo exploratório-descritivo, baseado em pesquisa histórico-documental. Os resultados obtidos indicam que o setor comercial varejista de Porto Velho apresentou significativo crescimento, justificado pelo ritmo da construção civil, e pelo movimento migratório em torno dela. O setor imobiliário tem oferecido novos produtos, em padrões variados de produto, o que tem aquecido o setor moveleiro regional. Houve crescimento populacional e mantêm-se a expectativa de aumento no número de habitantes de Porto Velho nos próximos 3 anos. Oferta de emprego e o crescimento da renda oferecem amplas oportunidades associadas aos mecanismos de atratividade de consumo já praticados, realimentando o ciclo virtuoso de crescimento econômico. Contudo, é necessário ampliar os investimentos na qualificação da mão-de-obra, nas carreiras técnicas e de gestão dos empreendimentos comerciais, visando construção de um padrão de desenvolvimento econômico gradual, contínuo e sustentável.

**Palavras-chaves:** Comércio varejista. Planejamento. Gestão Estratégia. Desenvolvimento Econômico Sustentável.

**Área do Conhecimento:** VI - Ciências Sociais Aplicadas

### Introdução

O município de Porto Velho encontra-se em franco crescimento econômico em razão de obras civis de grande investimento, como a construção das hidroelétricas de Santo Antônio e Jirau, e outras de menor porte como a duplicação de BR 364 e a construção de três viadutos no eixo de rodagem da mesma.

As obras citadas têm aquecido o comércio rondoniense, mas questiona-se se o crescimento perdurará após a conclusão das obras. Sendo assim, este artigo, analisa-se o setor comercial do estado e do município de Porto Velho Rondônia. A análise leva em conta o desempenho do setor em 2006 e 2007 sob enfoque de desenvolvimento econômico social sustentável.

### Uma Breve Revisão Histórica

Porto Velho tem a sua história política e de ocupação que se confunde com a criação do Estado. Os aglomerados populacionais que se formaram no estado de Rondônia por conta de

política de ocupação, definiram como seria a ocupação espacial do município de Porto Velho.

A cidade foi erguida à margem direita do Rio Madeira, afluente do Rio Amazonas, e é continuidade de três outros rios: Mamoré, Guaporé e Beni, na Bolívia, cujas nascentes encontram-se nos planaltos Andinos.

Os limites territoriais de Porto Velho são: ao Norte e Nordeste, estado do Amazonas; ao Sul e Oeste, República da Bolívia; a Leste e Sudeste, estado de Mato Grosso; a Noroeste, os estados do Acre e do Amazonas.

O município está situado a 85 metros acima do nível do mar, o que lhe confere um clima quente e úmido, e pela localização geográfica, um clima caracteristicamente equatorial. A área é de 237.564,51 Km<sup>2</sup>.

A população do município de Porto Velho conta com 369.345 habitantes. (IBGE, 2007). Com estimativa para 2009 de 382.829 habitantes. (IBGE, 2009).

Um dos primeiros registros acerca da apropriação de mão-de-obra formal, com efetiva capacidade de compra e consumo no município,

foi obtido com o início da construção da Estrada de Ferro Madeira Mamoré, a partir do tratado de Petrópolis entre o Brasil e Bolívia, em 1903, obra concluída em 1912. Este seria, também, um dos primeiros eventos que impulsionaria o desenvolvimento do comércio.

Teixeira e Fonseca (2001, p. 139) afirmam que para reunir o contingente humano necessário à construção da ferrovia foram recrutados trabalhadores de várias origens. Além de atuarem na construção da Estrada de Ferro Madeira Mamoré, esses imigrantes, nacionais e estrangeiros, foram empregados em outras atividades, como nos seringais, na construção da linha telegráfica Mato Grosso/Amazonas e na demarcação do atual Estado de Rondônia.

O comércio constituiu-se naquele momento, controlado pela companhia construtora da Estrada de Ferro Madeira Mamoré, mais por facilidade na obtenção de bens para troca do que pelo interesse em formação de monopólio.

De qualquer forma, o comércio varejista rondoniense começa assim o seu desenvolvimento, insuflado pela necessidade de atender as demandas de consumo dos trabalhadores que ali chegavam.

### Revisão da Literatura.

Apesar de ter importância econômica local, o comércio varejista é pouco identificado em obras especializadas quando se trata de estudos empíricos acadêmicos. Porém, sua força é tamanha que Morgado e Gonçalves (2001, p. 23) afirmam que o varejo é o espelho fiel do estágio de desenvolvimento das relações econômicas em um determinado espaço geográfico.

Embora a ocupação espacial do comércio não esteja na mesma proporção de uma indústria, em razão da característica de individualização na transação de compra e venda, há uma relação de dependência entre a indústria e o varejo, justificada pelo escoamento de mercadorias. Outro fator a ser considerado é a capacidade de geração de emprego e de renda oferecida pelo comércio.

Morgado e Gonçalves (2001, p. 33) asseveram que o varejo brasileiro surgiu na segunda metade do Séc. XIX. Até então, as vendas eram exercidas por mascates que percorriam os povoados e vilas, negociando artigos diferenciados.

O mascate, ou caixeiro viajante, era o profissional desbravador de mercados longínquos e uma figura importante no processo de popularização dos produtos, antes mesmo da criação do conceito de *Marketing*. À medida que os aglomerados populacionais se adensaram, e obtiveram acesso à infra-estrutura de comércio e serviços, os caixeiros-viajantes perderam espaço, dando origem ao comércio varejista.

Levy e Weitz (2000, p. 26) complementam a informação anterior, aduzindo que 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.

De acordo com Morgado e Gonçalves (2001), o comércio varejista se divide em: a) varejista lojista que se caracteriza pela estrutura organizacional, tem um mix de produtos e atua de forma profissional na estratégia de composição de preços, instalada em um espaço físico; e, b) pelo varejista não-lojista, que realiza a venda de forma pessoal de porta em porta ou por telefone e não pessoal por meio de catálogos, e diferencia-se do mascate/caixeiro viajante em função da sua atuação geográfica. O varejista não lojista atua na sua cidade, bairro ou rua. Outro modelo de varejo não lojista, e o comércio eletrônico.

No atual contexto de troca de informações por meio eletrônico, via WEB, o comércio local deve visualizar o mercado de forma planetária e sistêmica. Há uma interação, em forma de rede, que se processa em diferentes níveis da cadeia produtiva e de consumo que pode ser explicada sob a perspectiva da teoria sistêmica.

O ambiente de negócio é dinâmico, porém cada empreendedor precisa ter uma clara visão do seu mercado de atuação.

Costa (2007, p. 40) avalia que a gestão de uma organização, de forma profissional está pautada em três condições: o propósito da organização – o que nós queremos ser? Ambiente externo – o que nos é permitido fazer? E a capacitação – o que nós sabemos fazer? Tem-se então o que o autor chama de “triângulo estratégico”, sempre orientado para o futuro.

Na condição atual, o comércio de Porto Velho aponta para o crescimento, mobilizado em torno das grandes obras civis em andamento.

Idealmente, a condição ótima seria a de crescimento com desenvolvimento, porém as restrições ambientais internas e externas são compostas de variáveis que se apresentam subjetivas, como por exemplo, mudanças nas preferências do consumidor, sobre as quais não há controle e sim, monitoramento, o que exige profissionalização da abordagem.

Desta forma, é necessário elaborar um planejamento focado para ações futura que contribuam para o crescimento da firma.

Na esteira do crescimento, grandes lojas de departamento podem se permitir atuar no mercado, com uma gama muito grande de produtos. Esse modelo se justifica em grandes aglomerados populacionais com alta e contínua capacidade consumo, como é o caso do conceito de centro de compras – *shopping centers* - com lojas âncoras e hipermercados.

Em aglomerados, em formação, o modelo centralizado de exploração do comércio necessita ser revisitado. Mesmo assim, é imprescindível uma análise cuidadosa do cenário futuro e das medidas necessárias à construção desse futuro. Propósito, ambiente externo e a capacitação são orientações-chave da estratégia.

Thompson Jr, Strickland e Gamble (2008, p. 3) definem estratégia como “o plano de ação administrativo para conduzir as operações da empresa”. Sua elaboração representa “um compromisso para adotar um conjunto específico de ações, por parte dos gerentes visando o crescimento da empresa, atrair e satisfazer os clientes, competir de modo bem-sucedido, conduzir operações e melhorar o desempenho financeiro e de mercado”. Ter um plano é uma condição necessária para um negócio ser competitivo, ainda que seja condição suficiente.

Entre outras ações, o plano facilita o entendimento sobre as necessidades, desejos e anseios dos clientes - atendimento, gosto, cor, desenho, ambiente da loja e qualidade – como um elemento que define e concretiza a venda.

Assim, a profissionalização do comércio - varejista lojista – de Porto Velho implicaria o uso de ferramentas de gestão. Mas, para isso, é preciso compreender se esse crescimento é uma bolha especulativa em torno das obras civis de grande porte, em andamento, ou se esse momento de crescimento se converterá em desenvolvimento. E, ainda, se esse desenvolvimento perdurará, de modo sustentável.

Kotler (2006, p. 19) recomenda que o marketing seja orientado para o cliente e que tenha como função: “alocar esforços de marketing conforme o potencial de lucratividade de longo prazo no segmento alvo. [...] avaliar continuamente a imagem da empresa e a satisfação do cliente. Coletar e avaliar continuamente idéias para novos produtos, para aperfeiçoamento de produtos e para serviços. Estimular todos os departamentos e funcionários da empresa a ser centrado no cliente”.

O setor comercial de Porto Velho deve encaminhar-se para um desenvolvimento econômico sustentável. Para Souza (2009, p. 6) o desenvolvimento se caracteriza “pela transformação de uma economia arcaica em uma economia moderna, eficiente”, com a melhoria do nível de vida do conjunto da população.

### Cenário do Comércio Local

Porto Velho tem experimentado um nível de crescimento incomum à sua história. O ritmo desse crescimento anima e, ao mesmo tempo, tem causado preocupações acerca da sua sustentabilidade, após a conclusão das obras

civis, em andamento, e, com isso, redução abrupta dos investimentos na região.

Se o crescimento vivenciado tem sido rápido, em razão de um fato episódico, é preciso desenvolver um modelo perene que reduza os impactos do crescimento acelerado quando da sua desaceleração, que se infere será brusca.

Neste sentido, o Instituto Fecomércio de Pesquisa e Desenvolvimento – IFPD - em conjunto com o SEBRAE, de Rondônia, elaborou uma pesquisa sobre o setor comercial de Porto Velho, referente ao ano de 2006. A pesquisa denominada de pesquisa conjuntural do setor comercial varejista, para conhecer o perfil do setor de comércio varejista, mediante indicadores de desempenho, e identificar os modelos de negócios mais expressivos.

Os resultados apresentados permitiram desenvolver estratégia com ações públicas e privadas no fortalecimento do setor.

### Resultados da Pesquisa

A pesquisa avaliou uma amostra de 180 empresas do setor comercial varejista de Porto Velho, escolhidas pelos critérios de faturamento e número de empregados. O resultado da pesquisa de acordo com os dados divulgados gerou os seguintes relatórios: Faturamento Nominal da empresas; Números de empregado no período da pesquisa e valores da folha de pagamento.

Os dados mais representativos apresentados foram os dos setores de: Livrarias e papelarias; Vestuário; Móveis e decoração; Calçados; Materiais de Construção; óticas; Auto-Peças; Farmácias e Perfumarias; Combustíveis e Lubrificantes; Cine-Foto; Informática; Supermercados e Revendedoras de Veículos.

Para a estratificação dos dados e de confiabilidade da pesquisa, o IFPD utilizou o Teorema de Dalenius-Hodge, que aproximou as variáveis acumuladas na função  $f(X)$ , na amplitude da amostra, considerando importante o valor médio, utilizando o conceito de algoritmo, segundo explicam Netto, Sanquetta e Mendes (s/d).

A Tabela 1 apresenta a distribuição dos participantes por ordem crescente de faturamento.

Tabela 1 – Variação percentual média por segmento no ano de 2006.

Atividade	Número de empregados	Folha de pagamento	Faturamento
Livrarias e papelarias	7,80%	12,00%	198,30%
Vestuários	12,40%	-0,60%	163,70%
Móveis e decoração	19,40%	2,20%	121,80%
Calçados	5,60%	31,20%	108,40%
Materiais de construção	-4,60%	18,20%	35,60%

Óticas	-6,30%	-2,30%	33,70%
Auto-Peças	0,00%	15,20%	25,90%

Fonte: Pesquisa conjuntural IFPD/SEBRAE, 2006

A Tabela 1 indica que o setor de melhor faturamento foi o de livrarias e papelaria. Infere-se ser esse aumento tem duas causas: a) as aulas escolares com a abertura de mais vagas pela chegada de mais pessoas e de novos alunos em idade escolar, gerando mais demanda e; b) outros setores por conta das obras, como por exemplo, escritórios contábeis, estruturação das empresas que se instalam com seus escritórios.

O segmento de vestuário apresentou aumento de faturamento, aumento de empregados, mas a folha de pagamento reduziu. Inferem-se no caso da folha de pagamento do segmento de vestuário ser negativas duas situações: a) as vendas sazonais do setor têm um alto volume de faturamento, porém com pouco reflexo no aumento da renda do trabalhador por ser temporário; e, b) a precarização do valor dos salários, com redução no pagamento de comissões por vendas efetuadas.

O setor de móveis e decorações também obteve resultado positivo. Infere-se que o aumento da população flutuante, por conta do trabalho nas obras, tenha gerado aumento nas vendas do setor. Essa possibilidade é corroborada pela quantidade de prédios novos que foram entregues, o que influenciou o aumento de vendas do setor moveleiro. Outro fator é o aumento de crédito para a aquisição de imóveis novos, que conseqüentemente alimenta este segmento.

O setor de calçado não acompanhou a tendência do segmento de vestuário quanto à redução da folha de pagamento. Sugere-se que o setor tenha adotado uma estratégia diferenciada para o pagamento de salários, em relação ao segmento de vestuário.

O segmento de material de construção apresentou aumento de faturamento. Apesar de ter demitido funcionários, apresentou uma política de remuneração melhor, o que fez com a variação na folha de pagamento fosse positiva.

O setor criou, ainda, uma política de crédito para aquisição de material, resultando em melhoria do desempenho no período pesquisado.

O setor de Ótica apresenta uma variação média positiva no faturamento ao ano, porém teve uma variação média ao ano negativo no nível de emprego e conseqüentemente refletindo negativo na folha de pagamento.

O segmento de autopeças teve desempenho equilibrado, pois teve variação positiva no faturamento, não contratou nem demitiu, mas melhorou a variação da folha de pagamento.

Em suma, observa-se que houve crescimento econômico no setor de livrarias e papelarias, e de calçados. Porém, a sustentabilidade desse crescimento somente poderá ser constatada mediante análise dos períodos subsequentes.

Tabela 2 – Variação percentual média por segmento no ano de 2006.

Atividade	Número de empregados	Folha de pagamento	Faturamento
Farmácias e perfumarias	8,30%	23,40%	7,40%
Combustíveis e lubrificantes	-4,00%	-17,60%	3,40%
Cine-Foto	80,00%	-5,50%	-1,40%
Informática	-5,90%	1,30%	-8,10%
Supermercados	-1,80%	46,90%	-8,70%
Revendedora de veículos	13,80%	15,10%	-11,50%
Média (Tab 1 e 2)	6,62%	5,08%	17,04%

Fonte: Pesquisa conjuntural IFPD/SEBRAE, 2006

A Tabela 2 indica desempenho positivo no segmentos de Farmácias & Perfumarias, e de Combustíveis & Lubrificantes. As farmácias e perfumarias apresentam equilíbrio entre receitas e despesas com saldo positivo no nível e emprego, o que não ocorre com combustíveis e lubrificantes.

Os setores de Cine & Foto, Informática, Supermercados e Revendedora de Veículos sofreram queda no faturamento. Mas, apesar desse resultado, os segmentos de Cine e Foto e Venda de Veículos, apresentaram melhoria do nível de emprego.

### Comportamento do emprego no setor

Os dados a seguir foram estratificados da base de dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE/CAGED, 2009), especificamente referentes aos dados da evolução do emprego formal no setor comercial varejista de Porto Velho.

Os dados estão consolidados por ano, destacando as admissões e demissões do respectivo período e sua variação absoluta, além de disponibilizar dados comparativos das regiões do Brasil, que fazem parte da pesquisa.

A tabela 3 apresenta os dados da evolução da admissão *versus* demissão de trabalhadores do comércio varejista de Porto Velho, em 2005.

Tabela 3 - Movimentação do emprego no setor de Comércio Varejista de Porto Velho, Jan a Dez/2005

Movimentações	Município/Qtde	UF/Qtde	% da UF
<b>Admissões</b>	5.765	22.080	26,11
<b>Desligamentos</b>	5.331	19.985	26,68
<b>Variação Absoluta (Saldo)</b>	434	2.095	

**Varição Relativa (%)** 4,23% 6,02%

Fonte: MTE/CAGED (2009)

Observa-se, na Tabela 3, que embora os saldos sejam positivos, o quantitativo de trabalhadores que permaneceram empregados – Variação absoluta – foi muito baixo.

A Tabela 4 exibe os números da movimentação de empregos no comércio portovelhense.

Tabela 4 - Movimentação do emprego no setor de Comércio Varejista de Porto Velho, Jan a Dez/2006

Movimentações	Município/Qtde	UF/Qtde	% da UF
<b>Admissões</b>	6.118	21.550	28,39
<b>Desligamentos</b>	5.363	19.571	27,4
<b>Varição Absoluta (Saldo)</b>	755	1.979	
<b>Varição Relativa (%)</b>	5,68%	5,07%	

Fonte: MTE/CAGED.

A Tabela 4 seguiu a tendência da Tabela 3. Nota-se, porém, ter havido aumento do emprego e também a variação absoluta – saldo – de mais de 57%, enquanto que no Brasil houve um encolhimento de 1,16%, mostrando que o comércio local em 2006 foi pujante. Quando comparado com a pesquisa do IFPD, pode se fazer uma correlação positiva pois a média do conjunto dos treze segmentos pesquisados quanto ao aumento de emprego foi de 6,62%.

A tabela 5 apresenta dados de movimentação de emprego no ano de 2007.

Tabela 5 - Movimentação do emprego no setor de Comércio Varejista de Porto Velho, Jan a Dez/2007.

Movimentações	Município/Qtde.	UF/Qtde.	% da UF
<b>Admissões</b>	6.675	23.874	27,96
<b>Desligamentos</b>	6.292	21.663	29,04
<b>Varição Absoluta (Saldo)</b>	383	2.211	
<b>Varição Relativa (%)</b>	2,94%	5,47%	

Fonte: MTE/CAGED (2009)

De acordo com a Tabela 5, em 2007, o nível de emprego do setor no Brasil voltou a patamares de 2006, com um pequeno crescimento. Em Porto Velho, observou-se ter havido aumento em relação aos anos de 2005 e 2006. Porém, esse aumento não se mantém estável, caindo para números inferiores aos de 2005. Essa irregularidade no setor comercial dificulta a análise no conjunto.

A Tabela 6 refere-se à variável de movimentação de empregos, no ano de 2008.

Tabela 6 - Movimentação do emprego no setor de Comércio Varejista de Porto Velho, Jan a Dez/2008

Movimentações	Município/Qtde.	UF/Qtde.	% da UF
<b>Admissões</b>	8.379	28.912	28,98
<b>Desligamentos</b>	7.581	26.162	28,98
<b>Varição Absoluta (Saldo)</b>	798	2.750	
<b>Varição Relativa (%)</b>	6,22%	6,51%	

Fonte: MTE/CAGED (2009)

Os dados da Tabela 6 indicam que houve um aumento significativo de empregos em relação ao ano de 2005, o que aponta para o crescimento de 31,20% nas contratações no setor comercial de Porto Velho. Em comparação aos dados do Brasil, confirmou-se a tendência de crescimento do setor varejista que, medido ano a ano, revelou crescimento de 26,11% em 2005; de 28,39% em 2006; 27,96%, em 2007; e de 28,98%, em 2008.

Os dados de 2009 referem-se aos meses entre janeiro e agosto, mas evidenciaram a mesma tendência. É o que revela a Tabela 7.

Tabela 7 - Movimentação do emprego no setor de Comércio Varejista de Porto Velho, Jan a Ago/2009.

Movimentações	Município/Qtde.	UF/Qtde.	% da UF
<b>Admissões</b>	6.390	20.196	31,64
<b>Desligamentos</b>	6.516	19.516	33,39
<b>Varição Absoluta (Saldo)</b>	-126	680	
<b>Varição Relativa (%)</b>	-0,83%	1,42%	

Fonte: MTE/CAGED (2009)

Para efeito e entendimento da importância do setor comercial varejista em Porto Velho, é necessário também conhecer a média salarial.

De acordo com dados do MTE/CAGED (2009), foram identificadas vinte ocupações mais movimentadas no setor: São elas: vendedor de comércio varejista; auxiliar de escritório; frentista; repositor de mercadorias; operador de caixa; faxineiro; trabalhador da manutenção de edificações; atendente de lanchonete; zelador de edifício; açougueiro; assistente administrativo; contínuo; almoxarife; mecânico de manutenção de automóveis; motocicletas e veículos similares; padeiro; vendedor em comércio atacadista; recepcionista; copeiro; vendedor em domicílio; motorista de furgão ou veículo similar. A média de salários deste grupo sempre foi maior que o salário mínimo, na seguinte medida:

- Em 2005: o salário mínimo era de R\$ 300,00 e a média dos salários eram de R\$ 360,73.
- Em 2006: o salário mínimo era de R\$ 350,00 e a média do setor era de R\$ 415,86.
- Em 2007: o salário mínimo era de R\$ 380,00 e a média no setor era de R\$ 459,92.
- Em 2008: o salário mínimo era de R\$ 415,00 e a média do setor foi de R\$ 512,19.

Ao se analisar o desempenho do emprego no setor, algumas evidências se destacam: o emprego é sazonal e a média salarial do setor é insuficiente para nutrir o ciclo virtuoso, imprimindo um baixo consumo dos comerciários.

Vasconcellos e Garcia (2008, p. 3) consideram que o sistema econômico como “é um particular sistema de organização da produção, distribuição e consumo de todos os bens e serviços que as pessoas utilizam buscando uma melhoria de vida e bem estar”.

O setor de comércio varejista de Porto Velho se apresenta em franco crescimento econômico. O que o difere dos demais setores é a baixa contribuição no consumo de bens e serviços, gerando um paradoxo econômico para o setor.

### Considerações Finais

Emprego e renda são componentes do crescimento econômico e elementos viabilizadores do ciclo virtuoso do desenvolvimento socialmente sustentável. O setor comercial varejista é um elo da cadeia de negócios extremamente importante e também termômetro de uma economia pujante.

O setor comercial varejista de Porto Velho apresentou um cenário de crescimento. O primeiro estudo do IFPD indica que os órgãos associados estão atentos aos sinais de progresso. Assim, para tangibilizar a contribuição deste trabalho, algumas considerações devem ser feitas.

Há uma expectativa de aumento da população nos próximos três anos, que é o tempo de duração das obras. Esse aumento oferece um cenário de amplas oportunidades associadas aos mecanismos de atratividade de consumo já praticados. Facilidades de financiamento, mediante cartão de crédito, crédito consignado em folha, autocrédito; pelo aumento de crédito pela rede bancária estatal e privada, e pela chegada de novos clientes, são alguns deles. Porém, há que ponderar quanto a limitações como pontos fracos.

É preciso investir em qualificação de pessoal do setor para uma gestão profissional do crédito, evitando assim uma alta inadimplência. Serviços e produtos diferenciados para novos perfis de clientes. Melhorar níveis de salário do setor e reduzir a rotatividade de empregados.

A pesquisa do IFPD indica que o aumento da população, em especial da classe média, pode desencadear inadimplência pelo excesso de consumo aliado a facilidade de crédito. Uma grande massa de pessoas com capacidade de consumo, mais sem capacidade compra.

Este artigo não teve o objeto de se conclusivo, mais ser um trabalho de análise conjuntural na construção perene de alternativas para o setor comercial varejistas de Porto Velho com uma

visão de gestão profissional na ação prática com foco no desenvolvimento econômico sustentável.

### Referências

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos**. 2 ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2007.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Contagem da População 2007**. <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem\\_final/tabela1\\_1\\_1.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem_final/tabela1_1_1.pdf)> Acesso em 09/09/09.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estimativas para 1º de julho de 2009**. <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009\\_DOU.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009_DOU.pdf)> Acesso em 09/09/2009.

IFPD. Instituto Fecomércio de Pesquisa e Desenvolvimento. **Pesquisa conjuntural do Comércio Varejista de Porto Velho 2006**. SEBRAE-RO. Porto Velho, 2007.

KOTLER, Philip. KELLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEVY, Michael, WEITZ, Barton A. **Administração de Varejo**. São Paulo: Atlas, 2000.

MORGADO, M. G. GONÇALVES, M. N. (org.) **Varejo: administração de empresas comerciais**. 3 ed. São Paulo: SENAC, 2001.

MTE/CAGED. Ministério do Trabalho. Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. **Evolução do Emprego do CAGED – ECC**. [http://www.mte.gov.br/geral/estatisticas.asp?viewa\\_rea=caged](http://www.mte.gov.br/geral/estatisticas.asp?viewa_rea=caged). Acesso em 09/10/2009.

NETTO, Silvio P, SANQUETTA, Carlos R. MENDES, J. B. Monografia. **Definição dos Limites Volumétricos em estratificação de Florestas Plantadas**. <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/floresta/article/view/6441/4633> Acesso em 09/09/2009.

SOUZA, Nali de J. **Desenvolvimento Econômico**. 5 ed. 4 reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

TEIXEIRA, Marco A. D, FONSECA, Dante R. de. **História Regional: Rondônia**. 2 ed. Porto Velho: Rondoniana, 2001.

THOMPSON, Arthur A. & STRICKLAND, A. J. & GAMBLE, John E. **Administração Estratégica**. 15 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

VASCONCELLOS, Marcos A. S.. GARCIA, Manoel E. **Fundamentos de Economia**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.