

## **No cardápio, digitalização para concorrer com teles**

A concorrência acirrada que está presente no dia a dia dos negócios de vários setores começa a se tornar uma ameaça real para as videolocadoras, que aos poucos vão se adaptando aos novos meios digitais. Em meio ao cenário de transformação das formas de assistir filmes e da multiplicação dos canais de distribuição dos títulos, diversificar os acervos e investir em atendimento podem ser vantagens importantes para quem quer ganhar a preferência do consumidor.

"Há um segmento de mercado que tem uma ligação com a mídia física e que aprecia esse ambiente de difusão da linguagem cinematográfica. É isso que nos permite trabalhar na contramão do filme puramente comercial", afirmou Sonia Abreu, diretora e dona da rede de locadoras 2001.

A empresa apresentou um crescimento de 10% nas locações nos cinco primeiros meses de 2011 em comparação com igual período do ano passado. A 2001 inaugurou em janeiro uma nova loja na região dos Jardins, em São Paulo, e mudará em julho a loja Cidade Jardim para um local com maior espaço.

Além do acervo diferenciado e que vá além do que pode ser encontrado em outros meios, o atendimento é um dos fatores que ainda atrai uma faixa de público às locadoras físicas. "É importante contratar pessoas que se identifiquem com cinema e que estejam afinadas com as exigências do cliente", diz Sonia.

Apesar de dizer acreditar na sobrevivência de locadoras que tenham uma proposta diferenciada, Sonia Abreu admite ter planos de entrar no segmento de locação virtual.

"Não estamos de costas para a modernidade, mas saberemos a hora certa de trazer outras ferramentas", afirmou.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 28 jun. 2011, Empresas, p. B3.**