

Pequenos comerciantes do ABC lutam para manter portas abertas diante do e-commerce

George Garcia

“Se eu fosse começar hoje, investiria meu dinheiro em outro tipo de atividade”, assim revela um pequeno comerciante dono de lojas de calçados sobre as dificuldades que afetam diretamente o setor, como a concorrência com as vendas online, a carga de impostos e a iminência da aprovação da isenção da chamada “taxa das blusinhas”, que isenta de impostos produtos importados de até US\$ 50. Os comerciantes também estão assustados com o movimento recente de pedidos de recuperação judicial de grandes redes varejistas como Casas Bahia e Marabraz, que levaram ao fechando de dezenas de lojas.

Luiz Diogo Júnior, comerciante há 40 anos e proprietário de duas lojas de calçados e artigos esportivos em São Bernardo, é quem disse que, se fosse iniciar um negócio hoje, pensaria em investir em outra área. “O mundo apreendeu a comprar pela internet, movimento que se intensificou na pandemia e isso tirou clientes das lojas, hoje atendo mais clientes de meia idade para mais, que são as pessoas que não se acostumaram a comprar pela internet”, observa.

Segundo Diogo Júnior mesmo vendendo um produto que, em tese, o cliente costuma observar a qualidade e experimentar para a definir da compra, a maioria prefere comprar pela internet. “Se o cliente já está acostumado a determinada marca de tênis, por exemplo, já conhece como é a forma usada e se tal numeração lhe serve, aí ele compra na internet sem receio. Se não servir, as plataformas trocam sem nenhum problema”, diz ao apontar os fatores que estimulam a venda online.

O comerciante tem duas, uma delas praticamente em frente a uma das lojas da Casas Bahia que fechou suas portas nos últimos dias, no bairro Rudge Ramos. Assustado com o movimento de fechamento das grandes lojas e preocupado sobre o quanto isso afetará seu negócio, Luiz imagina que sua operação comercial pode encolher mais.

“Já fechou as Casas Bahia e ouvi dizer que a Marabraz do bairro também vai fechar, isso tudo faz o movimento diminuir nas ruas, tanto de clientes como de

funcionários destas mesmas lojas, afetará todo o comércio. Esse é mais um fator que nos preocupa, pois não vejo mais como chegar ao volume de vendas que tinha antes, hoje só gigantes abrem lojas físicas e algumas estão fechando. Se eu tivesse um dinheiro hoje eu não montaria uma loja, investia em outra coisa. Principalmente agora com a aprovação do fim da taxa das blusinhas, comprar importado vai ficar mais barato com a isenção”, diz.

O comerciante do ramo de calçados também está no ambiente virtual para vender e, mesmo com a concorrência acirrada e dificuldade de competir nos preços, vende mais pela internet que na loja física. “Não acho que a loja física vai acabar, mas vai diminuir, quem hoje não tem um canal ou adere a uma plataforma não vai sobreviver muito tempo. Para mim o modelo híbrido tem funcionado”, diz o comerciante, que também já pensou em se dedicar somente à venda online, onde consegue mais vendas e com redução do custo operacional. “Trocaria a loja em ponto comercial para um galpão em lugar mais barato, com estrutura de logística, mas mesmo assim tem que ter pessoal para operar todo o sistema, já pensei nisso”, completa.

Luciana de Sousa Lima Reis é proprietária da Lu Perfumaria, loja de produtos de beleza, na avenida Rotary, bairro Serraria, em Diadema, fez o caminho oposto, quando saiu do emprego há nove anos usou sua rescisão para investir no negócio próprio. O sonho era o da independência financeira e começou na internet e depois migrou para a loja física. Agora, Luciana se diz desamparada pelos governos para manter suas portas abertas e encontra dificuldade de concorrer em preço com o que é vendido na internet.

Para a comerciante, o momento está difícil mesmo porque os clientes sumiram. A maioria acha pela internet mais barato e, mesmo na dúvida se o produto é original ou falso, compra na internet. Fora isso tem o cliente que vem na loja e pergunta se cobre a oferta da internet e aí a lojista explica que tem água, luz, telefone, contador e impostos para pagar e não tem como cobrar oferta.

“Sem falar que o consumidor pode comprar e não receber, caindo em golpe. Eu sou muito prejudicada pelos impostos, porque eu ganho 15% da venda de determinada marca de perfumes, que já paga imposto e o governo cobra mais 27% de mim. A conta não fecha. Outra marca paga 30% que é uma conta que também não fecha. Os próprios fabricantes vendem pela internet e fazem concorrência comigo”, lamenta.

Segundo Luciana, ainda há poucos clientes que não se adaptaram à internet, principalmente o público de meia idade ou mais. “São poucos e se continuar nesse

passo vai acabar fechando todas as lojas. O consumidor em geral também prefere comprar pela internet. A propaganda que faço e as promoções funciona em rede social, mas não para todas as pessoas”, afirma.

A comerciante de produtos de beleza diz que, se fosse para começar o negócio hoje, o comércio não seria a sua opção para investir. “De jeito nenhum, eu montaria loja, iria para outro tipo de negócio. Eu acho que um dia o comércio de rua vai acabar, porque ninguém vai viver só para pagar impostos. Investi 20 anos de trabalho, peguei minha rescisão para dar com os burros na água? O molho está saindo muito mais caro que o peixe. Se as Casas Bahia fechou lojas, imagine como ficamos nós, que somos pequenos? Daqui sai o sustento da minha casa, do meu filho, da casa da minha irmã, ou seja, da nossa família”, diz.

A comerciante de Diadema diz que já pensou em se aventurar em outros ramos, mas o medo dos prejuízos a forçou a se manter no ambiente que já conhece. “Eu já pensei só que ainda não tive coragem, porque tenho muito estoque, a venda é pouca, e estou começando a pensar nisso, mas também não tenho certeza do que é novo”, completa Luciana, que tem investido nos grupos de Whatsapp para divulgar a chegada de novos produtos e atrair os clientes para a loja.

Associações comerciais

As associações comerciais também observam o avanço do e-commerce há alguns anos e também há preocupação com o fechamento dos grandes varejos, que atraíam público aos centros comerciais. O presidente da Aciam (Associação Comercial e Industrial de Mauá), José Eduardo Zago, pondera que há um diferencial das mega lojas que estão fechando as portas e o negócio mantido pelo pequeno comerciante, apesar de todos serem afetados pela venda na internet.

“O comércio do bairro sempre vai ter seu espaço, quem atende a população mais humilde vende e recebe, sem problemas, porque o morador da periferia prefere comprar lá do que vir até o Centro, onde perde tempo, gasta com ônibus ou com o carro e pagar estacionamento. Então esse é um comércio que vai bem. Por outro lado cada loja tem uma forma de atrair seu cliente, uma coloca pessoas para chamar o cliente, outra põe som na rua, isso anima o comércio, mas é difícil para o comerciante fixo se manter com impostos, aluguel, pagamento de funcionários, quando o consumidor acha preço melhor na internet”, diz Zago.

Para o presidente da Aciam, o comerciante não pode ficar somente atrás do balcão, tem de se modernizar, fazer cursos como os oferecidos pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), aprender a vender pela internet e atrair o público com promoções.

Massoterapeuta, Zago usa a técnica de fazer pacotes com sessões de massagem e isso tem dado certo para atrair novos clientes. “Assim tenho agenda lotada”, comemora. “O comerciante tem que aproximar o preço daquele da internet, fazer promoções ou oferecer produto que não tem no e-commerce”, completa.

Mercado online

Para o presidente da Acisbec (Associação Comercial e Industrial de São Bernardo), Valter Moura Júnior, a venda online é a ordem de sobrevivência para todos os segmentos, não importa o tamanho do negócio. “Hoje todo mundo tem de estar inserido no mercado online, principalmente o comércio de rua. As grandes empresas, para manter uma estrutura como elas têm, com muitas lojas, passaram por uma fase de adaptação e também o comércio de rua diminuiu bastante, porque se tem muito mais facilidade de comprar em casa, fazer pesquisa de preço sentado no sofá”, comenta.

Para Moura Júnior a relação de consumo mudou e isso força a adaptação de todos os comércios, mas o pequeno tem suas peculiaridades. “O pequeno comerciante consegue segurar um pouco mais porque ele tem uma estrutura mais enxuta, portanto consegue se adaptar mais fácil desde que ele invista em novas tecnologias. Não adianta ficar esperando o cliente vir à loja, até porque há muito mais opções no comércio on-line, com facilidades para o consumidor”, orienta.

O presidente da Acisbec enxerga um impacto negativo com o fechamento de grandes lojas que, segundo ele, afeta o pequeno também. “Quando o pequeno comerciante fecha é um problema social, pois ele perde renda e a família toda tem problemas. O impacto quando o grande fecha é muito maior quanto à empregabilidade, mas também há o pânico que isso gera em uma cidade e o impacto negativo no comércio em geral”, afirma.

Associativismo

A Acisbec faz cursos e palestras sobre modernização dos negócios e traz também dicas de quem já passou por dificuldades e sobreviveu. Para Valter Moura Júnior, o envolvimento com as atividades do setor como um todo pode trazer soluções para um problema que determinado comerciante está vivendo, esse é o associativismo.

“O comerciante pode acessar algumas dicas de quem já passou por problemas e se reergueu. A associação tem um papel muito importante nisso, não só com cursos, mas proporciona que o comerciante participe das nossas atividades, como as rodadas de negócios. Para sair disso tudo e se atualizar ele também tem de participar de grupos de networking e de relacionamento”, indica.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3890391/pequenos-comerciantes-do-abc-lutam-para-manter-portas-abertas-diante-do-e-commerce/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário - Santo André/SP

Seção: Economia