

ENTREVISTA

Lojistas agora precisam ter como meta recuperar vendas que ocorriam antes da pandemia

Presidente da AGV, Sérgio Galbinski, afirma que desafio é conseguir conquistar mais pessoas que entram no varejo físico

Cláudio Isaías
isaiasc@jcrs.com.br

Os varejistas gaúchos têm como principal meta conseguir realizar as vendas que ocorriam antes da pandemia da Covid-19. Com as mudanças de comportamento do consumidor, os lojistas têm dois desafios: conseguir vender mais para as pessoas que entram nas lojas físicas e seguir com ofertas e o oferecimento de produtos em plataformas como WhatsApp, Instagram e outras redes sociais. A avaliação é do presidente da Associação Gaúcha para o Desenvolvimento do Varejo (AGV), Sérgio Axelrud Galbinski, ao explicar que, no período da pandemia, mudou muito os hábitos de vida e não somente os hábitos de consumo.

“O home office causou muita diferença no varejo físico”, destaca. Para Galbinski, antes da pandemia, o Centro Histórico, em Porto Alegre, tinha uma grande circulação de pessoas. “A população frequentava mais o Centro, onde está concentrada a loja física. As pessoas tinham o hábito de passar na frente das lojas para conferir as vitrines para depois, eventualmente, realizar as compras”, acrescenta. Porém, o presidente da AGV ressalta que, com a pandemia, esse hábito mudou. “Tivemos uma diminuição muito grande no fluxo de pessoas nas lojas físicas”, lamenta.

Jornal do Comércio - Quais são as metas da AGV para 2023? A entidade necessita realizar alguma correção de rumo?

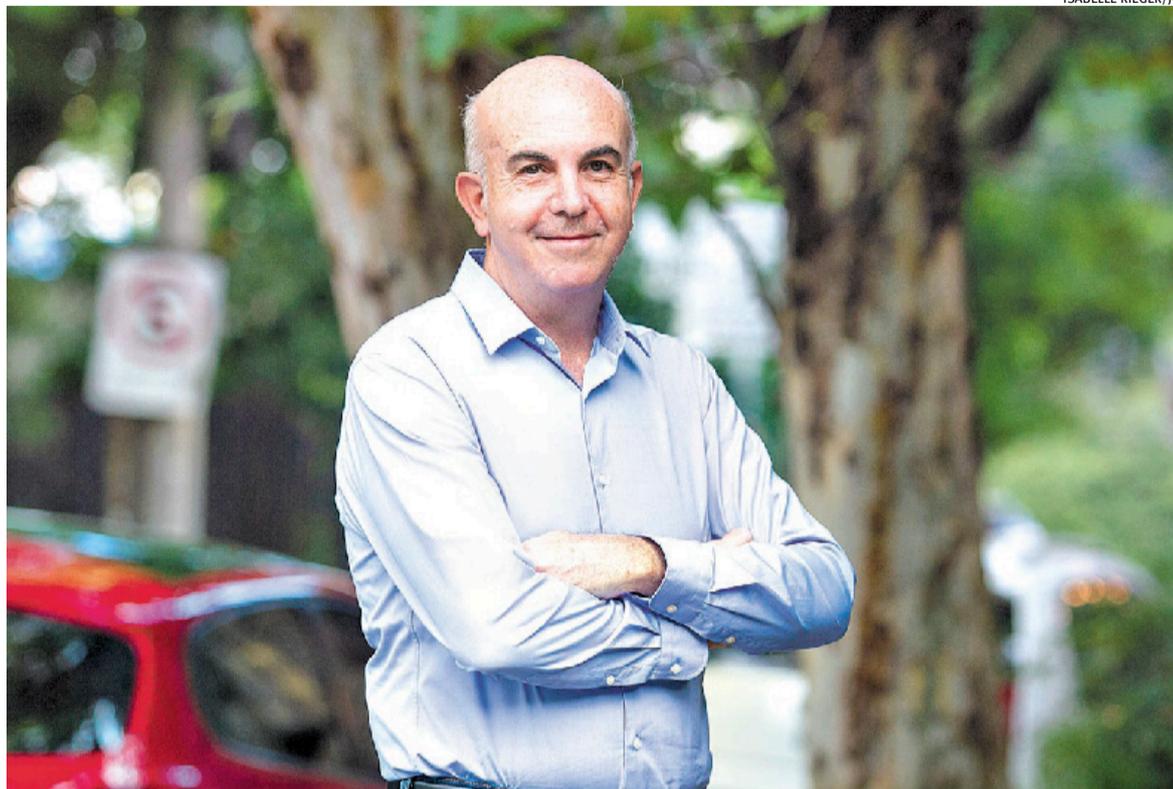
Sérgio Axelrud Galbinski - A AGV realiza uma convenção anual em outubro deste ano e também organizamos lives com assuntos atuais do varejo. A Associação é uma entidade estadual e esses eventos atingem todos os associados no Rio Grande do Sul. Além disso, temos reuniões mensais com as entidades do interior do Estado. Estamos no caminho certo porque a instituição obteve com o governo estadual o atendimento de diversas demandas do setor. Um exemplo, é que conseguimos alterar o decreto sobre a interligação de cartões de crédito com o emissor de cupom fiscal.

JC - Como o setor avalia o momento atual da economia brasileira?

Galbinski - É um momento complicado. A inflação e o juro estão causando uma inadimplência muito grande tanto nas lojas quanto dos clientes. Tivemos, inclusive, o fechamento de lojas e das fábricas que eram fornecedoras de material. O problema econômico que estamos passando é causado pela liquidez que foi colocada pelo governo federal na época da pandemia. Mesmo com essa crise, acreditamos que todas as medidas adotadas pela União eram necessárias naquela época.

JC - Que ações a AGV utiliza para apoiar seus associados?

Galbinski - A associação tem como sócias 35 entidades no interior do Estado, mais Porto Alegre. As instituições revendem o serviço de SCPC da Boa Vista, de São Paulo, e que tem no Rio Grande do Sul como representante a CDL de Porto Alegre. São feitas reuniões de diretoria, organizamos lives e participamos de eventos com varejistas do interior do Estado. Além disso, sempre trazemos para participar das reuniões de diretoria um deputado estadual ou federal. No último encontro,



Sérgio Galbinski destaca que a Associação para o Desenvolvimento do Varejo tem papel de levar demandas do setor aos governos

o governador Eduardo Leite participou do evento onde trocamos informações e mostramos as necessidades do setor ao chefe do Executivo gaúcho.

JC - A inflação e a taxa de juros são questões desafiadoras para o setor?

Galbinski - É extremamente desafiador para os varejistas a inflação e o juro alto. Quando a loja vende para um cliente, ela normalmente cobra um juro ou tem que absorver o juro, mas o problema é que esse juro de 14% ao ano está mais do que o dobro da inflação atual. Fica muito difícil captar dinheiro no banco para poder usar na loja e favorecer os clientes com as parcelas. O que acaba acontecendo é uma diminuição das vendas e do limite de crédito que se oferece para cada cliente. O lojista adota essa medida porque sabe que a inadimplência está alta ou que em geral as pessoas vão entrar em inadimplência. Com a diminuição do limite, ocorre a redução das vendas. A inflação e o juro alto são dois problemas que prejudicam o varejo.

JC - Tivemos quase três anos de pandemia. Quais os desafios enfrentados pelos associados nesse período?

Galbinski - No período de pandemia da Covid-19, mudou muito os hábitos de vida e não somente os hábitos de consumo. O home office causou muita diferença no varejo físico. Antes da pandemia, no Centro de Porto Alegre, as pessoas frequentavam mais a área central da cidade. Elas trabalhavam de manhã e passavam pela

frente das lojas para conferir as vitrines e eventualmente faziam às compras. Agora, com 30% das pessoas podendo trabalhar em home office, em especial as profissões com maior poder aquisitivo, tivemos uma diminuição muito grande no fluxo de pessoas nas lojas. Algumas pessoas (algo em torno de 40%) deixaram de entrar nas lojas físicas — alguns estabelecimentos comerciais têm medidores. O desafio é conseguir vender mais para os clientes que entram no varejo físico e também realizar ofertas pelos meios eletrônicos, como internet e sites, além de oferecer produtos pelo WhatsApp, pelo Instagram e por todas as redes sociais. A meta é conseguir ter as vendas parecidas com antes da pandemia com menos fluxo físico.

JC - Como que as novas tecnologias impactam o setor varejista?

Galbinski - Os varejistas perceberam que o WhatsApp é uma das formas que mais substituiu aquela conversa que os comerciantes tinham na loja com os clientes. Então, das formas eletrônicas é a que mais tem se mostrado positiva. No WhatsApp, podemos enviar uma imagem ou realizar uma videoconferência com o cliente. É uma ferramenta muito positiva para o varejo. Claro que temos vendas pelo Facebook e pelo Instagram, são redes sociais que vieram para ajudar muito o comércio. Claro que não tem nada que substitua a visita na loja física para visualizar um calçado ou uma roupa. O comércio de rua

vai precisar se aliar às novas tecnologias e acredito que em breve não vamos mais falar sobre vendas pela internet ou de vendas físicas. Tudo será uma coisa só.

JC - A entidade é composta por quantos associados no Estado e como ocorre o apoio da AGV aos seus integrantes?

Galbinski - A Associação é composta por 35 entidades no Rio Grande do Sul e representamos politicamente outras instituições que usam o SCPC no Estado num total de 120 entidades, com atuação em especial no tema crédito e inadimplência. As empresas recebem dados econômicos e realizamos a capacitação de dirigentes e diretores das entidades. Além disso, apoiamos os associados do Interior do Estado que tem uma determinada pauta e apresentamos para o governo estadual ou para os deputados estaduais e federais para ajudar o setor.



Acredito que em breve não vamos mais falar sobre vendas pela internet ou de vendas físicas. Tudo será uma coisa só