

O IMPACTO DA PANDEMIA NO COMÉRCIO E SERVIÇOS¹

Carlos Costa Beber²

Texto para Discussão - 17

Texto Publicado em: 10/09/2020

1 INTRODUÇÃO

Nasci atrás de um balcão, e desde que me conheço por gente, convivo com os negócios. Com isso, herdei a genética e a alma comercial da minha mãe. Em todos esses tempos, foram muitas crises e inúmeros planos econômicos. Mas nada, se compara com as consequências dessa pandemia.

Os cenários ainda estão indefinidos, pois as empresas vivem momentos de total incerteza. Mas já se chega a algumas conclusões, e se pode projetar mudanças, que vieram para ficar.

2 DISCUSSÃO

2.1 Mais vale a experiência do que o conhecimento

As empresas que melhor estão enfrentando a crise, tem executivos experientes, e que já passaram por momentos de dificuldades. O conhecimento também é fundamental, mas nada supera a experiência de quem já lutou pela sobrevivência. Particularmente, a melhor fase da minha empresa se deveu a uma jogada estratégica, mas também arriscada, que fizemos em plena crise de

¹ Texto para discussão do Observatório Socioeconômico da COVID-19, projeto realizado pelo Grupo de Estudos em Administração Pública, Econômica e Financeira (GEAPEF) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e que conta com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERS) por meio do Edital Emergencial 06/2020 como resposta à crise provocada pela pandemia da COVID-19.

² Graduado em Administração e Ciências Contábeis pela UFSM (instituição da qual é professor aposentado), com mestrado pela Fundação Getúlio Vargas em São Paulo, com especialização em Qualidade Total no Japão e Estados Unidos. Presidiu a Cacism, a Câmara de Dirigentes Lojistas e a Associação Brasileira de Distribuidores Ford. É diretor da Superauto e do Consórcio Conesul. E-mail: carlos@fordsuperauto.com.br

2008/2009: vendemos 1.000 carros novos, em 120 dias. Lá aprendi, que realmente, crise é sinônimo de oportunidade.

2.2 Um consumidor mais exigente

Em poucos meses, foram para o espaço teorias sobre o comportamento dos consumidores; rasgaram-se pesquisas e projeções acumuladas ao longo do tempo. A pandemia está trazendo novos aprendizados: as pessoas buscando permanecer o menor tempo possível nas lojas, exigência com cuidados com higienização, menor manipulação das mercadorias, e a consulta anterior nos sites para saber antecipadamente o que deseja comprar. E muito mais! Para isso, as lojas estão tendo de ajustar seus layouts, e treinando seus funcionários para saber lidar com esse novo consumidor.

2.3 O avanço das vendas online

Quem está aproveitando bem essa oportunidade, são as empresas com capacidade de oferecer produtos para venda através da internet. Até agora, normalmente as pessoas pesquisavam à noite e nos finais de semana. Agora, tendo de ficar em casa, passaram a pesquisar tudo, o dia inteiro, inclusive aquelas que não tinham esse hábito. Essa é, pois, uma tendência que veio para ficar, e que vai crescer cada vez mais. Outra conclusão, é de que as compras online estão liquidando as pequenas empresas, pois grandes grupos dominam esse segmento, oferecendo muito mais variedade, com menores preços e melhores condições de crédito. Se tornou uma luta desigual!

2.4 Pequenas empresas correm o risco de desaparecer

O impacto da pandemia atingiu primeiramente as pequenas empresas, notadamente as prestadoras de serviços. Via de regra, elas pagam aluguéis elevados, são pouco capitalizadas, não conseguem escala e tem gestão com menor grau de profissionalismo. E para piorar a situação, os consumidores se habituaram a permanecer mais em casa, para fugir do risco de contágio e de qualquer aglomeração. Assim, a brutal queda nas vendas está provocando uma mortandade jamais vista de pequenos negócios, pois são incapazes de aguentar uma crise que não tem data para

terminar. Mesmo a ajuda financeira oferecida pelo governo, não chega lá na ponta, pois os bancos repassadores tem receio da falta de garantias reais.

2.5 A concentração de mercado

Enquanto os pequenos e médios empresários lutam desesperadamente para sobreviver, as grandes "nadam de braçada". Com capacidade de comprar e vender em larga escala, tem sempre preços mais competitivos, maior variedade, crédito fácil, lojas bem localizadas, e utilizam todas as ferramentas modernas de marketing. Seus sistemas são tão avançados, que conseguem fidelizar os consumidores ao longo do tempo. Tudo isso, resulta em maiores lucros, e conseqüentemente em mais e mais investimentos. Os grandes planejam a muito longo prazo, por isso saem mais fortalecidos nas crises. Esse é um jogo pesado, e vem mostrar que cada vez mais, haverá uma enorme concentração das vendas nas mãos dos grandes grupos varejistas. Já na área de serviços, igualmente está havendo a mesma tendência.

2.6 Mudar para sobreviver

As empresas que vão sobreviver e crescer, são aquelas que rapidamente se adaptaram às novas exigências do mercado. Aquelas que estão antecipando seus projetos de expansão, que estão investindo em sistemas e novos processos. Já aquelas que estão paradas tentando entender os cenários de mercado, ficarão para trás, pois a lentidão pode ser fatal. Alguém irá tomar o seu espaço. Vejo muitas ideias que antes eram tidas como inviáveis, de uma hora para outra se tornarem relevantes. Agora é a hora de inovar, de criar, de buscar alternativas, de quebrar paradigmas, de gerar fatos novos. Quem enveredar para o caminho da inovação, terá muito mais chances de se sair bem.

2.7 As oportunidades estão na tecnologia

Se uma atividade acaba, outra está surgindo. A vida é assim! O mercado é assim! Jamais houve ou haverá outra situação semelhante, com tantas e tantas novas oportunidades acontecendo.

Cito o caso da área digital! O crescimento das empresas que atuam nesse ramo, está num processo virtuoso, pois a demanda por sistemas por parte dos clientes é impressionante. Todos estão se dando conta que precisam antecipar seus projetos de inovação. Posso garantir que as maiores oportunidades estão na área tecnológica. É uma tendência irreversível, e que se acelerou abruptamente. Todas as empresas, das pequenas até as gigantes, estão correndo atrás de soluções nessa área, já que podem proporcionar um diferencial competitivo. Todas as outras alternativas até podem ser viáveis, mas nada se compara ao mundo digital. Quem ainda insiste no analógico, está condenado a desaparecer. É uma corrida contra o tempo! Tempo de ser digital!

2.8 Empresas preocupadas com o social e meio ambiente

Está chegando uma nova cultura organizacional, para um novo tempo! É isso que está se vislumbrando para o mundo corporativo, no pós-Covid! As empresas, independentemente de tamanho, preocupadas com o seu futuro, sentiram a importância de ter uma atitude mais voltada para o social, para a preservação do meio ambiente, e para os anseios da sociedade. Essa é uma consequência muito positiva para a crise. Igualmente nessa questão, as que saírem na frente terão mais sucesso e terão o reconhecimento público.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossos filhos, netos e bisnetos, ouvirão falar ao longo de muito tempo, "dessa tal de Covid 19". Mas é essa geração que está convivendo com uma realidade totalmente inusitada, jamais imaginada. Milhões de pessoas sofrerão as consequências da pandemia, e milhões de empresas ficarão pelo caminho. Mas o outro lado da moeda também é verdadeiro!

As portas de um mundo melhor começam a ser abertas, e a humanidade saberá tirar as lições advindas de tais circunstâncias. Fica um recado de otimismo, pois dias melhores virão. O preço a ser pago será altíssimo, mas certamente ficará um rico legado para as futuras gerações. Tenhamos fé!