

A crise e os pequenos negócios

Hélio Lemes¹

Varginha enfrenta, desde 21 de março, o que já ocorria em outros países e em algumas capitais brasileiras: comércio e serviços parcialmente fechados ao público.

Mas o que acontece com o pequeno empresário? Normalmente ele não tem uma poupança, um fundo de reserva, uma provisão de emergência para sobreviver à falta de faturamento. Uma característica do pequeno negócio é andar sempre com as contas muito justas. Pagam-se as contas do mês com a receita do próprio mês.

Quando a receita desaparece, não tem como pagar as contas. Isso é a matemática básica. Há custos variáveis, que também cessarão, como as compras de insumos e matéria prima, entretanto, os custos fixos, que muitas vezes representam muito mais de 50% dos custos totais, não mudam nada.

Dentre os custos fixos está a folha de pagamento. O empregador não pode simplesmente dizer aos funcionários: "vão para casa e, quando as coisas normalizarem vocês voltam, mas não vou te pagar nesse período porque não tenho receita para isso". Não é justo nem é legal.

Há algumas semanas começou a circular uma campanha para os consumidores comprarem dos pequenos negócios locais. Isso tem um motivo: as grandes redes de varejo, como as cadeias de fast-food, as grandes franquias e as grandes corporações trabalham com planejamento estratégico de longo prazo, têm suas reservas estratégicas e, muito importante: têm crédito para financiarem suas operações durante um período de baixa.

Os grandes franqueadores não abandonarão seus franqueados, porque estão interessados na continuidade dos negócios, quando a crise passar. Eles darão apoio logístico, financeiro e orientações para seus parceiros, que, no final das contas são aqueles que "carregam o piano".

O pequeno empresário tem baixa formação sobre gestão financeira, desempenha todas as funções da empresa, sem ter tempo para fazer planejamento estratégico, não tem crédito no banco, pois não tem nada para dar garantia além das suas 80 horas semanais de trabalho e, provavelmente, não vai sobreviver a um período de meses sem entrar dinheiro no caixa.

Por isso a campanha #comprepequeno faz todo o sentido: este pequeno empresário é aquele que te chama pelo nome, dá emprego para seus parentes e

¹ Doutor em Engenharia de produção pela UFSCAR e professor de Administração pública na UNIFAL-MG.

vizinhos, te vende fiado quando você não está com a carteira cheia, te dá desconto de vez em quando e estará aqui para te servir novamente, quando a crise passar.

As grandes empresas operam onde e quando há lucro. Se não houver, ela vai embora (e isso não é errado. Ela tem que prestar conta aos acionistas e acionistas odeiam o prejuízo). Elas não têm compromisso com a sua terra, sua história, seus vizinhos. Elas vão se instalar onde há oportunidade de lucro. Você e o pequeno empresário provavelmente não têm a mesma mobilidade e autonomia que uma grande empresa.

Por isso, apoie os pequenos negócios durante a crise e depois dela. Continuem comprando daqueles que ainda atendem pedidos de entrega, não deixe de pagar as contas que por ventura você tenha feito na conveniência do bairro ou na lojinha do vizinho.

Somos uma comunidade e precisamos uns dos outros. Isso vale para hoje, amanhã e sempre. Tenha em perspectiva que se eu colaboro para a comunidade próxima, eu estou colaborando para a minha própria prosperidade. Direta ou indiretamente; no curto, médio ou longo prazo; nossas ações e escolhas refletem na qualidade da sociedade em que vivemos.