

## ENTREVISTA

**Omar Abdul Assaf.** Presidente do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista**“A expectativa é de que o número de contratações aumente no varejo”**MAURÍCIO MARTINS  
DA REDAÇÃO

O empresário Omar Abdul Assaf, de 60 anos, é o novo presidente do Sindicato do Comércio Varejista da Baixada Santista (SincomércioBS). Assumiu o cargo na semana passada e, durante os próximos quatro anos, pretende promover ações que incentivem os comerciantes a revitalizar os negócios, com treinamento de funcionários e maior qualidade para vencer a difícil concorrência com a internet. Formado em Engenharia Civil e dono de um supermercado em São Vicente, Assaf também acumula os cargos de vice-presidente na Associação Paulista de Supermercados (Apas) e na Associação Brasileira de Supermercados (Abras). Ainda atua como coordenador da Câmara de Comércio Varejista da Associação Comercial de Santos (ACS). Substituiu Alberto Weberman, que morreu no fim do ano passado após duas décadas à frente do sindicato, hoje com 15 mil associados. Leia a seguir trechos da entrevista concedida para A Tribuna.

**Qual é a situação atual do comércio varejista?**

Para o acumulado de 2017, a estimativa é de que as vendas tenham atingido um montante de R\$ 23,8 bilhões, 4,1% maior se comparado com o ano anterior, quando o faturamento foi de R\$ 22,8 bilhões.

**Qual o impacto da crise no comércio da região? Houve falências e demissões?**

Sim, muitas. Foram 43 mil demissões nos últimos quatro anos, isso gerou um impacto muito grande. Nos dois últimos anos, tivemos uma invasão de empresas de fora. Foram atacados, supermercados, minimercados, óticas, perfumarias gigantes, açougues gigantes, petshops. Isso fez com que a maioria dos comerciantes sentisse a crise muito forte. Não somos contra novas empresas se instalarem aqui, mas estão vindo em número exagerado. Santos, demograficamente, praticamente não cresce. Então, a fatia vai ficando menor para cada um. Tem uma farmácia em cada esquina. Se você pesquisar preços no supermercado aqui e em São Paulo, aqui é mais barato. Porque a concorrência é muito grande.

**Quais são seus planos à frente do sindicato?**

Vamos enfrentar o desafio de dar apoio ao comerciante, treiná-lo, trazendo tudo o que tem de novo. O sindicato sempre foi pioneiro, temos 87 anos, completados no último dia 22. Somos pioneiros em trazer o SPC, a Junta Comercial, prestando relevantes serviços. Ninguém mais precisa ir para São Paulo. O comerciante, principalmente o pequeno, está precisando de ajuda, de orientação. O sindicato tem como um de seus principais projetos o Capacita Comércio, que oferece cursos de capacitação para um leque diverso de funções, desde cargos que lidam diretamente com o cliente, como vendedores, até cargos de liderança, como gerentes e empresários. São diversas oficinas e workshops ao longo do ano, com profissionais de diversas áreas.

**O comércio regional espera, de fato, a retomada em 2018?**

Para o varejo total da região a nossa projeção é um crescimento de 3,5%, em 2018. Ainda é



“Nos dois últimos anos, tivemos uma invasão de empresas de fora. Foram atacados, supermercados, minimercados, óticas, perfumarias gigantes, açougues gigantes, petshops”

“Pedimos que o comerciante melhore o atendimento porque isso fideliza o cliente e até o turista”

cedo para identificar uma tendência de comportamento nas vendas de cada segmento varejista. No entanto, dado a conjuntura econômica atual, os segmentos que comercializam bens duráveis, tais como eletrodomésticos, eletrônicos, veículos, móveis, etc., devem se destacar, já que eles foram os que mais sofreram durante a crise. Mas também vale ressaltar os segmentos de supermercados e de farmácias e perfumarias, atividades que não sofreram tanto durante a crise - muito pelo contrário, o faturamento cresceu ao longo dos últimos anos.

**Haverá contratações?**

A expectativa é que o número de contratações aumente no setor do varejo. Cargos que lidam com público, como vendedores e recepcionistas, terão a maior demanda, porque esses funcionários lidam com o cliente final, cabendo a eles fidelizar esse consumidor. Essa é uma das maiores prioridades das empresas. A recuperação da economia também torna o quadro

mais favorável, inclusive para os empregos temporários, realizados entre outubro e dezembro. Pode, até mesmo, acontecer um tipo de fidelização do próprio funcionário temporário, através da contratação intermitente, para as maiores datas do comércio, como o Natal e o Dia das Mães.

**O senhor admite que há falhas na capacitação dos comerciantes, das pessoas que atendem o público?**

Sim, muito grande, porque o comércio tem uma caracteris-

tica ímpar na sociedade: é, na grande maioria das vezes, o primeiro emprego dessas pessoas. O comércio abre as portas, dá a chance para o jovem trabalhar e, às vezes, ele tem que aprender na prática. Temos procurado orientar os comerciantes a treinar os funcionários, temos promovido cursos e vamos intensificá-los. Pedimos que o comerciante melhore o atendimento porque isso fideliza o cliente e até o turista. Hoje temos as melhores lojas na Cidade, estamos preparados, temos mais

comércio do que comportaria. Então, o momento é de o comerciante e do sindicato se reinventarem. Muitas vezes, uma limpeza, uma pequena pintura na fachada da loja já melhora as coisas.

**Como o senhor avalia a situação do Centro de Santos, onde muitos comércios fecharam as portas?**

Eu já escuto há mais de 30 anos que vai ter revitalização do Centro, cada hora colocam um nome, mas acho que isso precisa sair do papel. Prometeram os armazéns (do Valongo) como polo turístico, como é Puerto Madero (Argentina), como é aqui no Brasil, em Belém. Isso tem que sair, temos muita esperança no vice-governador Márcio França (PSB), que vai assumir o Governo do Estado nos próximos meses. É uma oportunidade única para a Baixada Santista. Esperamos esse equipamento e também que não deixassem os órgãos públicos saírem do Centro, como a

Receita Federal, que foi para o Canal 2. A iniciativa privada fez a parte dela. O Centro de Santos tem hotel, salas comerciais em abundância, tudo para as empresas. Precisa o Poder Público cuidar da segurança, fazer alguma outra lei, qualquer coisa - tomar todos os prédios não é viável. Tem que haver uma fórmula de revitalizar. O centro de qualquer cidade é a parte mais importante.

**O perfil dos clientes mudou? A opção maior é por shoppings, pelo conforto e segurança?**

É uma tendência, mas se você verificar o comércio de rua de São Vicente, que todo mundo pensou que morreria com o shopping, pelo contrário: revitalizou. Tendo atrativos, dá para a coisa funcionar. Já senti que os aluguéis no Centro de Santos começaram a voltar para a realidade, estavam muito altos. Infelizmente, há uma burocracia do tombamento. A gente quer preservar o histórico, mas temos que tentar salvar (o setor). As prefeituras precisam deixar o ego um pouco de lado. Quantos empreendimentos já ouvimos falar? Ponte, aeroporto, Parque da Xuxa, Petrobras... Precisamos que essas coisas saiam do papel. É a região do não, nada pode. A sociedade precisa se mobilizar. A gente vê isso com muita tristeza e o sindicato vai procurar liderar essas questões.

**Como reativar o Gonzaga? Há muitas reclamações sobre moradores de rua, por exemplo.**

Esse é um problema da Baixada toda, e a gente pede que o Poder Público nos ajude. Essas pessoas precisam do apoio do Estado. Elas acabam causando transtorno aos estabelecimentos. Uma cidade assim acaba afugentando o turista, que quer usufruir das lojas e restaurantes. E o Gonzaga é uma área pujante, de shoppings, hotéis, restaurantes, cinemas.

**Como o senhor avalia o comércio das outras cidades da Baixada Santista?**

Praia Grande vem crescendo muito, Guarujá também, especialmente Vicente de Carvalho, e Cubatão. O crescimento dessas outras cidades influenciou (a menor procura pelo) Centro de Santos. Esvaziou. O grande investimento agora é trazer congressos, eventos de negócios para a Baixada. Temos toda a infraestrutura para isso.

**Qual o impacto do comércio virtual nas lojas físicas?**

Não conseguimos mensurar ainda 100%, mas que está causando impacto, está. Como milhões de outras modernidades, com o Uber e tudo mais que o você possa imaginar. Por isso, o comerciante terá que se reinventar, cativar o cliente, melhorar a sua loja para que ocupe o seu espaço. Talvez, até menor, mas se ele quiser ficar vivo, terá que ser assim.