



Volume 6, número 1, ano 2022

ENTREVISTA

A Importância dos Serviços de Conserto e Reparação: Entrevista com a Empreendedora Laila da Sapataria Três Américas em Cuiabá no ano de 2021

Wallison Ulisses Silva dos Santos¹

A entrevista foi realizada no dia 30 de setembro de 2021 com a empreendedora Laila nos domínios da própria empresa que fica no Shopping Três Américas no Bairro Jardim das Américas em Cuiabá.

Segundo a empreendedora, a empresa tem foco no conserto de sapatos, malas e bolsas, sendo, portanto, uma empresa na área de prestação de serviços e não de vendas de produtos.

A empresa existe a 15 anos, quando os proprietários foram chamados para montar uma sapataria no shopping. No momento do convite o casal proprietário não trabalhava ainda no setor de conserto de sapatos. A engraxataria, atividade anterior dos proprietários, não mostrou bons resultados e devido ao fato de muitos clientes perguntarem se a empresa fazia conserto de sapatos os proprietários tomaram a decisão de começar a realizar consertos para atender aos pedidos dos clientes.

O início da empresa apresentou muitas dificuldades para os atuais donos que chegaram a entregar até currículo no próprio shopping onde estão hoje para tentar vagas nos serviços gerais, mas não conseguiram. Ela também relata que o casal ainda não tinha conhecimentos e

¹ Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso (2013) é mestre em Economia pela Universidade Federal de Mato Grosso (2016). Atualmente é professor da Faculdade INVEST. Tem experiência na gestão pública, auditoria e serviços financeiros, atuando principalmente nos seguintes temas: economia, desenvolvimento, teoria geral da administração, agronegócio e política. (Fonte: Plataforma Lattes).

cursos na área que hoje atuam. Os empreendedores também não tinham um grande capital inicial para investir.

O proprietário do shopping em decorrência de suas viagens para outros estados verificou a existência de muitos comércios voltados a engraxatarias e convidou o casal proprietário para montar a engraxataria que como foi dito não prosperou e o casal adotou a mudança para consertos, principalmente de sapatos.

Como eles não tinham os conhecimentos técnicos necessários, no início eles fizeram parcerias com outros sapateiros de Cuiabá para terceirizar os serviços e à medida que os trabalhos eram feitos o casal ia observando e aprendendo as questões técnicas sobre como realizar os serviços.

Com o tempo o casal foi investindo em marketing e muito em materiais que hoje eles compram de fora do estado, pois em Mato Grosso não há disponibilidade de materiais para conserto e quando são encontrados os preços são altos, o que faz os empreendedores buscarem matéria prima principalmente em São Paulo.

Os consumidores da empresa são bem diversificados, mas o público com maior poder aquisitivo por comprarem calçados e bolsas com valor mais elevado, preferem consertar a comprar um novo produto dado o custo alto destas mercadorias. Ela ressaltou que a empresa não economiza na quantidade de materiais nos consertos o que garante a durabilidade dos produtos e a satisfação dos clientes. A empresa pelo que foi relatado usa muito as redes sociais como WhatsApp e Instagram, mas não abrem mão do boca-a-boca dado a qualidade dos serviços prestados. Os serviços que antecedem o conserto como a avaliação do produto, orçamento e negociação de prazos e formas de pagamento são feitos nas próprias redes sociais para a maioria dos clientes.

Em relação a sustentabilidade a empresa relatou que alguns clientes já procuram a sapataria para consertar um produto e não consumir um novo que exige mais matéria prima e gera mais lixo. A empreendedora também relatou que alguns clientes procuram consertar sapatos pela questão emocional de produtos que usam a muito tempo ou que foi do pai ou avô. E a questão financeira também gera demanda para o comércio, pois alguns clientes compram sapatos, bolsas e malas de valores altos e não estão dispostos a jogar o produto por causa de um pequeno problema. Ainda sobre a questão ambiental foi relatado que alguns clientes já não aceitam mais sacolas de plásticos para levarem os seus produtos consertados para assim gerar menos lixo, preservando o meio ambiente.

Durante a pandemia a empresa enfrentou muitas dificuldades, pois teve que fechar o comércio de repente por causa dos decretos que determinaram o fechamento total da empresa.

Como forma de adaptar-se a essa situação atípica da pandemia a empresa começou a trabalhar com delivery para concertar os produtos, mas como durante a pandemia as pessoas passaram a sair menos até o desgaste dos sapatos eram menores e a demanda da empresa diminuiu muito.

A empresa contava com uma reserva financeira que ajudou nesse período porque os custos mantiveram-se altos e a receita diminuiu. À medida que a vacina chegou e as pessoas voltaram a trabalhar e sair a demanda começou a voltar ao normal. Mas, a demanda da empresa ainda não atingiu o nível pré-pandemia. O cenário agora é novo e as pessoas passaram a usar mais as redes sociais para entrar em contato e passaram a pedir delivery. Eles também relataram que antes da pandemia eles também enfrentaram muitas dificuldades com a crise econômica do Brasil que começou em 2015 e prolongou-se até 2019. Nesta crise anterior a pandemia eles relatam que era comum caminhões de mudanças de lojas que iam a falência ou mudavam-se do shopping por motivos financeiros.

A empresa tem um ótimo relacionamento com os clientes, os quais segundo eles até torcem pela empresa e chegam a ficar felizes por avanços da empresa como reformas e pelo fato de a empresa ter sobrevivido a crise econômica e a pandemia. Muitos clientes estão juntos com a empresa desde os primeiros anos.

A empresa nunca contou com nenhuma política de incentivo do governo, tais como financiamentos ou empréstimos. Os empreendedores relatam que administram bem as finanças e costumam ter bons resultados financeiros o que torna desnecessário qualquer apoio estatal. Eles ainda relatam que preferem deixar o apoio do governo para outras empresas que precisam mais da assistência do estado.

Para 2022 a empresa tem boas perspectivas e relata que quer abrir filiais e já foi chamada até para abrir uma filial em outro shopping e que tem planos para abrir outras lojas em todos os shoppings de Cuiabá. Nota-se, portanto uma perspectiva positiva da empresa em relação aos próximos anos.

Verifica-se, também, que a empresa possui grande resiliência por ter resistido a crise econômica de 2015 e a crise econômica causada durante a pandemia de 2020 e 2021 e que ela se adapta muito bem a mudanças no ambiente externo como foi mostrado com o uso do delivery para concertar sapatos e do uso das redes sociais para alcançar os clientes.

A mudança rápida de uma loja de engraxataria para concertos por causa dos pedidos dos clientes mostra uma análise muito boa em relação ao comportamento do consumidor além de outros relatos que mostram que a empresa está sempre observando seu mercado e seu cliente para adaptar-se a qualquer mudança do contexto.

Do ponto de vista da sustentabilidade a empresa demonstra conhecer os assuntos acerca desta temática e compreende a sua importância para o meio ambiente, pois cada sapato ou bolsa consertada é um produto a menos que vai para o lixo e é menos produtos que serão fabricados o que resulta em diminuição da exploração de matéria prima com o uso da mineração.

Financeiramente, a empresa demonstra grande controle e mantém-se no “azul” e com ótimo equilíbrio financeiro tendo até reservas que ajudou durante a crise econômica da pandemia e manteve a empresa em um cenário onde muitas empresas até de médio e grande porte não conseguiram suportar a crise.

A gestão da qualidade da empresa parece ser um dos pontos fortes já que foi relatado grande satisfação dos clientes, inexistência de clientes com reclamações sobre falhas nos consertos e uma relação duradoura com eles que sempre voltam a empresa, mas para consertar outros produtos que venham a estragar.

O marketing parece estar na dosagem ideal já que mescla os métodos tradicionais como o boca-a-boca com métodos digitais como o atendimento pelo WhatsApp e Instagram.

A empresa, portanto, demonstra ter uma ótima administração e estabilidade suficiente para avançar nos próximos anos por ter um bom ambiente interno, capaz de aproveitar as oportunidades do ambiente externo minimizando suas ameaças, o que torna possível o plano da empresa de abrir novas filiais e levar esse serviço tão importante para as outras regiões da cidade.