



EM CASA

A Quixote é outra que buscou meios alternativos de comércio. Criou, em suas redes sociais, a iniciativa Quixote em Casa, com venda via WhatsApp e contato direto com os livreiros. "Não tenho site, competir com os grandes é muito difícil. Temos convivência muito próxima com o cliente, então pensamos nesse meio", comenta **Claudia Masini**.

Só ela vai à loja, já que os sete funcionários estão em casa. Ainda que pedidos possam ser feitos em qualquer horário, as entregas vêm sendo realizadas, via motoboy, às segundas e quintas. Assim como Bernardo Ferreira, Cláudia concorda que as vendas são "insuficientes" frente aos custos. "Há poucas encomendas. Elas vêm, principalmente, de pessoas que apoiam a livraria."

Para fortalecer as pequenas lojas, editoras já começaram a agir. A Quixote é a primeira a participar da campanha Adote uma Livraria. Criada pela editora mineira Ayiné, a campanha destinará 35% da venda do site (ayine.com.br) a uma livraria independente. Não importa o título adquirido.

Cada livraria participa por dois dias da campanha – a Quixote foi escolhida para estreitar o projeto, que entrou ontem no ar (ou seja, as vendas desta terça-feira serão repassadas à empresa). Já são 10 livrarias (de São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Curitiba e Goiânia) participando da campanha, até 11 de abril. O modelo da campanha foi inspirado na iniciativa de uma editora italiana.



Cafezinho adiado na Quixote



Claudia Masini diz que, nos primeiros dias, apenas ela e seu sócio, Alencar Perdigão, farão o atendimento na Quixote

(Foto: Edilson Ferreira/IM/DA Press)

Livraria também muito conhecida por seu café e por seus lançamentos, a Quixote reabriu nesta segunda-feira. Mas só para vender livros. **Não há mesinhas na portas, nem movimento na cafeteria.**

"Não me sinto ainda completamente segura", comenta a sócia **Claudia Masini**, que fará o atendimento presencial, pelo menos neste momento, sem funcionários. Somente ela e seu sócio, Alencar Perdigão.

É cedo para dizer o que as próximas semanas e meses reservam. "Não me sinto ainda completamente segura", admite Cláudia, que neste primeiro momento dividirá o atendimento apenas com Alencar, sem funcionários. Belfort também encara os novos tempos à frente de seu negócio. Comenta que foram o comércio on-line e as parcerias que fez com editoras – Autêntica, Companhia das Letras e Boitempo – que lhe permitiram ter um volume de venda. "Minha venda caiu 60%. Mas, se não fosse o site, não venderia nada."



Cláudia Mazini, da Quixote, conta que pela primeira vez em 17 anos não recebeu pessoalmente os clientes, mas deu até sugestões de presente por telefone.

PROMOCÕES

As promoções, que ele vai manter com a Scriptum agora reaberta foram um chamariz. Títulos da Editora Scriptum, livros em espanhol e em francês estão com 30% de desconto; livros da Autêntica, 20% mais baratos. Belfort, no entanto, não pretende manter sua livraria em funcionamento até as 19h, o limite permitido pelo decreto, já que o movimento “do público da redondeza, que trabalha na região, não vai existir” por ora.

Desde março passado ele enfatizou sua presença nas redes sociais, sempre associando algum conteúdo extra ao título que anunciava. Com essa estratégia, chamou a atenção do público que está fora de Belo Horizonte. "Na verdade, vendi mais para fora do que para dentro de BH", diz, destacando uma venda maior de títulos de psicanálise.

Para Belfort, faltou empatia ao cliente belo-horizontino. “Se os amantes de livros continuarem comprando em grandes redes comerciais, nas quais a palavra livraria não faz parte da razão social da loja, a tendência é que as pequenas livrarias locais não tenham condições de subsistir. Será que não está faltando empatia e ação da nossa sociedade, que tem um pouco de apreço pela cultura municipal e mineira?”, questionou ele, em texto publicado nas redes sociais da Scriptum no início de maio.

PANDEMIA

Livraria Quixote aposta na criatividade para driblar impacto do coronavírus

O espaço, que compõe o circuito das livrarias de rua da Savassi, criou um canal de entrega de livros por e-mail ou telefone para aqueles que vão permanecer em suas casas.

Prof. RAPHAËL VIDAL
1403/05 - 5403

Até o último sábado (21), a Quixote, uma das mais tradicionais e queridas livrarias de rua de Belo Horizonte, estava funcionando normalmente, com tantas outras da cidade. "A gente ainda não tinha se assustado tanto, mas a segunda-feira foi um dia decisivo", conta **Cláudio Masini**, sócio-proprietário do estabelecimento fundado em 2003, fazendo referência à sua percepção a respeito do coronavírus e aos alertas emitidos pelas autoridades do País.

Diante do sinalização de uma pandemia, Cláudia resolveu se adaptar. Ajustou o horário de funcionamento da loja localizada na Savassi e fechou, temporariamente, a unidade da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - neste caso, acompanhando a determinação da instituição. Mas não só. Inquieta, Cláudia, resolveu apostar também na criatividade - e na ligação estreita que tem com seus clientes, que no mínimo todo sábado batem ponto ali.

Diante de um cenário aparentemente desestimulador, a livraria disponibilizou um número de WhatsApp (011-95676-1007) e um e-mail (quixote@quixote.com.br) para se comunicar diretamente com sua clientela e, assim, oferecer serviços de entrega dos livros em casa, levando em conta as precauções necessárias para esse momento. Vale dizer que os livros são higienizados e plastificados antes de serem entregues pelo motoboy, que, claro, também recebe orientação adequada para adotar as medidas de higienização.

"A gente tem um relacionamento íntimo com o cliente. Costumamos dizer que é 'de pele', um contato muito próximo. Somos uma livraria pequena, mas importante para a cidade. Nesse momento, em que não estamos mais podendo sair, nossa ideia é levar o Quixote para dentro da casa das pessoas", observa Cláudia.

Na loja física, o horário de funcionamento passou a ser das 9h às 19h (antes, ia até as 20h). "Há funcionários trabalhando em casa. Os que têm mais filhos, por exemplo, sendo que os salários, claro, são mantidos. Internamente, também tomamos uma série de precauções. Os equipamentos são cobertos com plástico e a todo tempo higienizados. Também espalhamos álcool em gel pela loja e avisamos a quem entra que há um lavabo disponível para a assepsia das mãos", informa.

A entrevistada extrapola a relação com o seu negócio em particular para analisar o momento atual. “Para conseguir manter um pequeno negócio funcionando, precisamos de um movimento de conscientização e de sensibilidade das pessoas, visando com que elas optem por comprar da pequena drogaria, da pequena loja, por exemplo. Porque os grandes vão sobreviver, mas, para nós, dependendo do tempo (até o efetivo controle da pandemia), trata-se de uma situação que, em alguns casos, pode até gerar desemprego”, completa.