

COMODIDADE. Público é exigente e começa a comprar as iguarias logo cedo, antes de ir ao trabalho

TRADIÇÃO MANTÉM BOLEIRAS NA PREFERÊNCIA DA CLIENTELA

Qualidade dos quitutes faz o sucesso das bancas no Centro

WENDE EVANGELHO*
ESTAGIÁRIO

Tradição, comodidade, qualidade e tantos outros motivos levam várias pessoas diariamente às barracas das boleiras do Beco do Bolo, no comércio de Maceió. Bolo de macaxeira, grude, brasileira, bolo de milho, cocada, broa, pé de moleque de fabricação caseira estão à disposição do consumidor que circula entre lojas, bancos, clínicas, lanchonetes e restaurantes por preços a partir de R\$ 3.

A clientela é variada e chega logo cedo para degustar as iguarias, antes do expediente em lojas ou repartições públicas da região. A maioria costuma comprar duas fatias, no começo do dia e próximo ao fim da tarde, como explica a comerciante Elenilda Nascimento. Ela começou a vendê-los aos 7 anos, ajudando a mãe, Maria Madelena, que já vendia os deliciosos quitutes no Centro e na Pajuçara.

“Meu sustento e da minha irmã vem daqui e dos suspiros e cocadas que eu também entrego. A maio-



FOTOS: RICARDO LÉDO

Preços atraem consumidores que não dispõem um lanche nas horas vagas de trabalho ou durante as compras no comércio



R\$ 956 bi

é o faturamento do comércio informal no Brasil, em 2015, sendo 16,2% de toda riqueza gerada

ria dos clientes volta. Eu faço um produto gostoso porque, se não for bom, o cliente reclama e não volta mais”, afirma Elenilda. Ela completa que o comércio dos alimentos no calçadão do comércio é sua única fonte de renda. Clientes como Maria de Lourdes e Maria Sônia, mãe e filha, atestam a qualidade dos alimentos.

“Quando chegamos em casa já perguntam pela ‘brasileira’. Toda vez que estamos no Centro tanto comemos quanto levamos

para casa. Há muitos anos consumimos as coisas daqui e o sabor é sempre o mesmo”, ressalta Maria de Lourdes. “Em casa, filhos e netos ficam esperando as ‘brasileiras’ do comércio com muita ansiedade”, confirmava Maria Sônia, em entrevista à Gazeta de Alagoas.

Em sua maioria, as boleiras têm histórias de vida semelhantes. Sobrevivem única e exclusivamente do que faturam comercializando os alimentos. Mesmo assim, atuam

na informalidade e ainda precisam pagar à Prefeitura de Maceió uma taxa de R\$ 86 para poder comercializar naquele espaço público. Em nota, a prefeitura da capital esclareceu que “a taxa paga pelos ambulantes é obrigatória por lei e se refere à utilização do espaço público para comércio”.

SUBTERRÂNEO

Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), essa tendência de informalidade tem cres-

cido e pode ser classificada como “economia subterrânea”.

Em 2015, o comércio informal no Brasil gerou R\$ 956,8 bilhões, o equivalente a 16,2% da produção de riqueza gerada em todo o Brasil. Os dados são fruto do último Índice de Economia Subterrânea (IES), apurado pelo Instituto Brasileiro de Economia (Ibre) da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em parceria com o Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO).



Informal

As boleiras sobrevivem exclusivamente do que faturam comercializando os alimentos, atuam na informalidade e precisam pagar taxas

Professora Luciana Caetano, da Ufal, parte das pessoas ‘expulsas’ do mercado formal utiliza rescisão para montar o próprio negócio



ATIVIDADE É SAÍDA PARA ENFRENTAR O DESEMPREGO

Para a professora Luciana Caetano, da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), situações como a das boleiras do centro de Maceió, que tiveram que buscar uma alternativa para vencer o desemprego ao chegarem à capital, são mais comuns em momentos de crise econômica.

“Quando há elevação do desemprego no mercado de trabalho formal, a informalidade tende a ser a opção dos que foram expulsos do mercado formal. É comum alguns desempregados utilizarem a renda da rescisão contratual para montar o próprio negócio ou entrar

em um empreendimento já existente, em parceria.

“A informalidade é um laboratório capaz de gerar empreendimentos exitosos. É na crise que o indivíduo coloca à prova sua criatividade. Na zona de conforto, a criatividade é sempre mais moderada”, completa.

Segundo o economista Cícero Pérciles, a venda ambulante de bolos e alimentos em geral na cidade reflete uma necessidade econômica de emprego e renda por parte considerável da população, que normalmente é composta por mulheres como as boleiras do comércio.

“O mercado de trabalho

formal, com carteira assinada, foi por muito tempo espaço masculino, restando às mulheres, com menor formação, a entrada no mercado de trabalho por meio de atividades como o emprego doméstico”, explica o professor, ao comentar a situação das boleiras.

O comércio informal é outra atividade na qual a presença feminina é sentida. As boleiras, vindas ou não do interior, ocupam um espaço tradicional da alimentação nas ruas, vendendo a tapioca, milho assado, acarajé e uma infinidade de bolos e quitutes que marcam suas presenças em Maceió”. WE

VENDEDORAS TERCEIRIZAM PRODUÇÃO DE QUITUTES

Além dos investimentos na diversidade de produtos fabricados em suas residências, as boleiras do centro da capital também “importam” tradicionais biscoitos de Maragogi, Litoral Norte de Alagoas. É o caso da comerciante Cícera dos Santos, que está no ‘Beco do Bolo’ há 12 anos.

A compra dos produtos em Maragogi é, na avaliação das comerciantes, opção para fugir da crise, reduzir custos e ofertar alimento em preços acessíveis à clientela. “Já vem tudo embaladinho lá de Maragogi”, comenta Cícera, que depende do rendimento para sustentar outras quatro pessoas da sua família.

Para o analista de atendimento empresarial do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Maurício de Oliveira, a terceirização da produção pode oferecer riscos para as características tradicionais dos quitutes, principalmente se o produto passar a ser industrializado.

“A gente percebe que algumas boleiras compram de outras boleiras. Alguns produtos conseguem manter a cara tradicional e, até quem sabe, o mesmo paladar. O problema é quando o comerciante começa a vender um produto muito mais industrial que artesanal. O cliente pode sentir a diferença e deixar de comprar”, alerta.

Para evitar prejuízos, ele defende que elas se capacitem na área de gestão de negócios. “A capacitação vai orientar na produção, nas compras e nas vendas. Serve para melhorar a embalagem e contribuir para aumentar o valor agregado, a partir da venda a um preço um pouco melhor”, explica.

Sobre a necessidade de diferenciação para ampliação de vendas e melhor assistência aos clientes, ele cita o exemplo das boleiras de Riacho Doce. “Elas têm barracas iguais, entregam os produtos da mesma forma. Poderiam ir para a praça, que é ponto turístico, criando um ponto comercial”, sugere. WE

* Sob supervisão da editoria de Cidades.



Nas banquinhas montadas no centro de Maceió, variedade é o que não falta para agradar à clientela