

Lições da nova padaria

J. Roberto Whitaker Penteado

Em geral, a solução de um problema leva a outro problema. Martin Luther King Jr.

Faz alguns anos, escrevi um artigo Lições da padaria que serviu para que professores e alunos, em aulas de marketing, discutissem os fatores culturais na aclimação das técnicas de marketing à realidade brasileira. Referia-me, então, à nossa tradicionalíssima padaria utilizando, por modelo, uma delas, situada em não menos tradicional bairro do Rio, pertencente a algumas gerações de portugueses. As mercadorias fechadas nas prateleiras, a obrigação de fazer o pagamento, antes de receber a compra, ao atento patrão, atrás da caixa registradora... tudo isso refletia a herança de alguns séculos do país colônia e depois império, no qual o comércio era privilégio dos reinóis lusitanos e os "clientes" eram sobretudo negros escravos, enviados às compras pelos senhores.

Minha mudança recente para um bairro da zona sul paulistana permitiu-me atualizar as lições.

Embora mantenha a denominação de padaria, é difícil considerar como tal o estabelecimento comercial situado na esquina da minha rua, com três ambientes distintos: uma loja de conveniência de alimentícios e bebidas, de auto-serviço, com um balcão de pães e bolos e outro de frios em duas laterais; uma lanchonete completa, com cadeiras fixas em torno de um balcão onde circulam os atendentes, servindo média e pão com manteiga, mas também hambúrgueres, quibes e pizza e um restaurante a quilo, com mesinhas simpáticas e TV ligada, sempre aberto.

O que o dono (será, ainda, português?) não conseguiu resolver, contudo, é o problema da caixa. O esquema antigo não funciona mais para os paulistanos apressados, desejosos de adquirir desde 2 pãezinhos, por 70 centavos, passando por lanches rápidos de preço módico, até coisas mais demoradas e caras, como vinhos importados e refeições plurais.

Para "modernizar" o processo, alguém vendeu-lhe um sistema que consistia em (1) entregar a cada cliente uma placa de plástico numerada; (2) a placa era entregue ao atendente, que a passava numa traquitana magnética; (3) o cliente recebia a mercadoria e entrava na fila, com a placa, para pagar; (4) a moça da caixa passava a placa numa outra traquitana, que transferia os dados a um computador e, finalmente, (5) recebia o dinheiro e liberava o cliente. Um sistema não de todo diferente do que eu vi utilizado em Moscou, durante o regime soviético.

Após alguns meses em que todos quase enlouqueceram clientes e funcionários alguém teve o bom senso de acabar com as plaquetas e substituí-las por simples notinhas em papel. Mas, por qualquer motivo, a mudança provocou a entrada em operação de um segundo computador, acoplado ao primeiro, o que com regularidade arrasa com os nervos da moça da caixa (pelas minhas contas, a atual já é a oitava). Os clientes reclamam e esperam, esperam e reclamam. O número de funcionários aumentou. Ninguém está satisfeito e parece que a nova lição seja ela qual for ainda está por ser aprendida...

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=165&ID=358>>.
Acesso em: 4 ago. 2009