

Retorno ao Supermercado

J. Roberto Whitaker Penteado

Os clientes mais insatisfeitos são sua maior fonte de aprendizado- Bill Gates

As férias de fim de ano e o dólar barato levaram-me à Europa, nos primeiros dias de janeiro - e a uma charmosa cidadezinha da Baviera que não conhecia: Rothenburg. Em torno do bem preservado vilarejo medieval, há a cidade do 21º século, onde as pessoas moram e fazem suas compras. Em viagem, nunca deixo de visitar supermercados, pois são referência valiosa sobre os usos e costumes locais, em especial para um profissional de P&M. Em casa, sou eu que faço as compras, por razões semelhantes.

Foi uma interessante e enriquecedora experiência. Em que pese o cuidado que têm com a tradição - em termos de supermercado - os alemães chegaram ao século 21, enquanto nós chafurdamos na baixa idade média.

O espaço é curto, para descrever com justiça a loja alemã. Em breves palavras, era espaçosa, limpa, arrumada. Em cada categoria de produto, onde temos 2 ou 3 cartelizadas e desenxabidas escolhas, eles tinham 10, 20, 30 ou mais. O pessoal treinado, tempo de espera mínimo, amplo estacionamento - enfim, as coisas que fazem parte do varejo moderno, que vai assumindo os primeiros lugares entre as macroempresas internacionais. Faz tempo que não vou aos EUA, mas imagino como estejam os super, hiper e megamercados de lá...

O estado lamentável em que se apresenta o setor, no Brasil, em geral não é do conhecimento dos leitores paulistanos, pois as grandes cadeias maquiavam razoavelmente as lojas da cidade (embora apenas disfarcessem graves falhas e carências) e, por aqui, também há meia dúzia de delicatessen - que oferecem um serviço, digamos, de classe executiva, aos mais abonados.

Nos fins de semana, contudo, freqüento a loja de uma grande rede, situada em Itaipava, na serra de Petrópolis, onde há apenas uma outra loja concorrente, de um empresário local. Eu e alguns amigos (e amigas) as apelidamos de "Paraguai" e "Bolívia", tal a precariedade de ambas.

Em artigos escritos há 20 anos - que estão reunidos em um livro - releio algumas das críticas que fazia aos nossos supermercados: carrinhos sujos e defeituosos; preços erráticos, muitas vezes deliberadamente extorsivos; falta crônica de marcas e de categorias inteiras de produtos; setor de carnes com mercadoria sangrenta e mal-embalada, além de filas soviéticas de concidadãos que não conhecem os seus direitos; hortifruti de aspecto deplorável; ovos velhos e/ou estragados; poucos check-outs, com pessoal inteiramente destreinado (agora, inclusive, recebem contas de terceiros, concorrendo com os bancos). Nada mudou. Hoje, poderia acrescentar a ironia dos SACs que nada respondem aos e-mails críticos, ou tentam enrolar os clientes - pelo telefone, para não deixar documentada a evidência do descaso.

Entre os artigos que escrevi nos anos 90 e agora, houve uma modificação importante no setor, mas é de caráter econômico: três redes dividem entre si mais da metade do movimento total. Tal constatação só tende a aumentar minha grande dúvida: se - como clientes dos supermercados - chegaremos, um dia, pelo menos, ao século passado.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=135&ID=394>>. **Acesso em: 30 jul. 2009**