

Retrato da Semana

Bom vento e bom casamento



O Apolónia e o Corte Inglês são do melhor que há em Portugal. Para ambos, o factor externo foi decisivo. Ambos se revelaram muito acima da média nacional no atendimento, na limpeza, na prontidão, no profissionalismo, na amabilidade, na variedade e no respeito pelos direitos do consumidor

ANTÓNIO BARRETO

Algures no Algarve, na famosa estrada 125 (a dos acidentes), a escassos mil metros de Almansil, encontra-se um supermercado de aparência banal. Mais um. Chama-se "Apolónia", não pela Santa, mas pelo proprietário, algarvio de lei, ao que suponho. A aproximação do estacionamento reserva surpresas: tudo está sinalizado, a limpeza é total e o espaço abundante. A entrada é ampla e há, em profusão, carrinhos de vários tamanhos. O armazém é motivo de admiração: espaçoso, bem arejado e iluminado. Os géneros e os produtos estão bem exibidos e logicamente arrumados. A variedade é a regra. De tudo há um sem número de modelos, dimensões, quantidades, marcas e preços. Os produtos alimentares mais sofisticados e os mais banais, os mais conhecidos e populares e os mais estranhos e folclóricos. A grande distribuição convive com o cuidado artesanal. Peixe fresco, defumado e congelado; todas as carnes e charcutarias da Europa; dos melhores vinhos do mundo, a começar pelos portugueses; todos os queijos da Europa; a fruta imaginável, saladas, hortaliça, dezenas de variedades de cogumelos, tudo devidamente limpo, lavado, embalado e etiquetado; os melhores cafés e chás do mercado, pasta, sobremesas, pão fresco, bolos, "tartes", iguais aos

melhores que se fazem em França, na Itália, na Alemanha ou em Inglaterra. Tanto tem a "ricotta" e o "mascarpone", como beldroegas e azedas, sem esquecer o "foie gras", o "sushi" e três espécies de "rucola". Finalmente, o atendimento de primeira qualidade, profissional, prestável e com o devido ar algarvio, reciclado pela eficiência. Verdade é que conheço gente de Lisboa que faz de propósito a viagem do Apolónia, a fim de se abastecer.

MAIS PERTO DE MIM, EM CAMPEONATO diferente, também capaz de me impressionar, está o Corte Inglês, espanhol apesar do nome, português de fresca data. Já lá fui umas dezenas de vezes. Durante os primeiros tempos, estava às moscas. Os lisboetas torciam o nariz, não frequentavam e inventavam explicações várias (moda, preço, barulho, tamanho, etc.). No fundo, creio que tinham vergonha e inveja. Depois do Verão, voltei lá. Não sei se graças à persistência dos espanhóis e à cizpe dos clientes, ou se em consequência da abertura dos cinemas (catorze salas confortáveis e espaçadas), a verdade é que dei com os armazéns cheios de clientes e mirões. Quando fui solicitar um cartão de cliente, foram-me pedidos dois dados (BI e NIB), que dei de boca, sem mais exigências. A operação demorou quatro

minutos. Uma semana depois, tinha o cartão em casa. Nada parecido com as empresas portuguesas que pedem, pelo menos, meia dúzia de documentos, incluindo cartas da EDP, extractos bancários, cartões de contribuinte e de identidade, etc. Surpreendido, perguntei se não precisavam de mais nada. Disseram-me, simplesmente, "Confiámos no cliente!". Em casa tenho, se pedir, as compras que faço. E que, aliás, posso trocar com facilidade. Se procuro sapatos 46 e casacos XL, ou têm, ou os encontram em poucos dias. Têm prazer em procurar o que lhes falta, seja um vinho estranho, sejam chocolates "oranges", os melhores entre os bons. Ou camisas de mangas mais compridas do que as normais. Parecem prevenidos para tudo, sejam os cosmopolitas europeus, sejam os habitantes do Portugal dos Pequenitos. E sobretudo, as pessoas que nos atendem são profissionais competentes e cordiais.

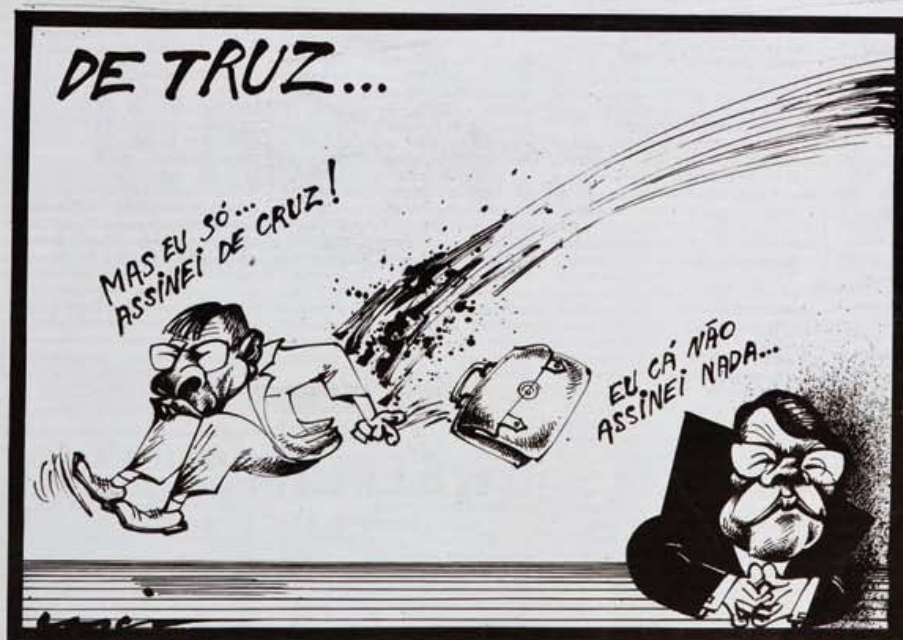
O APOLÓNIA E O CORTE INGLÊS SÃO excelentes exemplos dos benefícios sociais, económicos e culturais que o comércio aberto e livre pode trazer às sociedades. Tal como, em seu tempo e noutra escala, a EFTA e a CEE. Para já não falar do turismo, da emigração, do investimento estrangeiro e da televisão. Sobre tudo num país como o nosso, onde as fontes internas de mudança social estão esgotadas. O país está exausto. As suas elites desinteressadas. Os seus trabalhadores temerosos. E os seus consumidores resguardados. Quase tudo o que depende do interior, tal como a educação, a saúde pública, a justiça, a administração, a organização do Estado, o notariado, o trânsito rodoviário, as licenças camarárias, o fisco, a luta contra a corrupção e a limpeza das ruas nas cidades, quase tudo, dizia, parece estagnado, atrasado e lento na melhoria. O que, pelo contrário, depende do exterior ou tem de enfrentar a emulação externa, ou morte, o que é um alívio, ou melhora.

O APOLÓNIA E O CORTE INGLÊS SÃO DO

melhor que há em Portugal. Para ambos, o factor externo foi decisivo. Ambos se revelaram muito acima da média nacional no atendimento, na limpeza, na prontidão, no profissionalismo, na amabilidade, na variedade e no respeito pelos direitos do consumidor. Em ambos os casos estamos tão longe daquelas caras mal dispostas de quem nos atende em centenas de "boutiques" manhosas dos centros comerciais e de mercearias ditas de bairro onde tudo falta e onde cheira a tudo! Que seja porque os empregados são mal pagos e mal educados; porque os patrões são burgueses e gananciosos; ou porque ninguém, vendedores e compradores, se importa com o que quer que seja, a verdade é que grande parte do comércio português está condenado ao inferno... por sua própria culpa!

O APOLÓNIA RESULTOU DA PROCURA externa, por parte dos turistas (aristocratas ou "hooligans" tatuados) e dos restaurantes e hotéis exigentes. Um senhor, algarvio, percebeu que não podia contentar-se com a mercearia rasca e o sorriso nativo, precisava de ter do melhor, a tempo e horas, fresco e bem embalado, com o calor do Sul e o profissionalismo do Norte. Organizou-se para satisfazer a procura. Sem concessões e com imaginação. Ganhou. Da sua vitória, aproveitamos todos. No caso do Corte Inglês, assistimos a algo de diferente. É a oferta externa, de qualidade, variedade, rigores, de bom gosto, sem aldrabices, que vem directamente influenciar o consumo e a procura. Mais: que vem alterar os hábitos e educar o gosto das classes médias indígenas. Estas, a princípio, reagiram mal, isto é, tiveram medo. Mas, gradualmente, em menos de dois anos, aventuraram-se: correm hoje àquele armazém como se fosse o lugar da fruta da esquina. A prazo, toda a sociedade receberá benefícios. Pena é que na administração pública, nas universidades, nos hospitais, nos museus, nos tribunais e nas escolas não haja também um Apolónia e um Corte Inglês!

Vasco



Banca de Jornais

As ambições
dos "pequenos"
e "médios" europeus

FINANCIAL TIMES

Os países mais pequenos, liderados pela Áustria e a Finlândia, querem manter o direito de enviar o seu próprio comissário europeu para Bruxelas, enquanto o projecto [de Constituição europeia] propõe um número menor de comissários. Também querem limitar os poderes da figura proposta de presidente do Conselho Europeu. Tem que se chegar a algum tipo de acordo com os países mais pequenos, que sentem que perderam na Convenção. Uma comissão maior poderá ser grível se os seus membros estiverem organizados em grupos, como Romano Prodi, o presidente da Comissão, propôs. Mais difícil de aceitar é a exigência da Espanha e da Polónia, dois países de dimensão média, de manter os direitos de voto no Conselho de Ministros como foi acordado em Nice em 2000, dando-lhes quase tantos votos como os Estados maiores. [...] A Espanha e a Polónia também querem uma referência ao cristianismo no preâmbulo do tratado. Qualquer negociação que envolva Deus e pesos de votos deve ser evitada.