

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

Ascensão da classe C revela falta de preparo do comércio em Londrina

09/05/2011

A jornalista Aline Vilalva levou as páginas da Folha de Londrina desta terça-feira (10) dados de uma pesquisa bastante interessante, revelando que o varejo brasileiro está despreparado para atender a demanda gerada pela ascensão da classe C.

O cenário atual aponta para uma constante mobilidade social e ascensão das pessoas que integrava este grupo social, que passou a ser o maior do País no ano passado, respondendo por 53% da população. No entanto, o varejo tem se mostrado despreparado para atender à nova demanda do público popular, de acordo com levantamento desenvolvido pela consultoria Plano CDE, especializada no universo das classes C, D e E. Segundo a pesquisa, o mau atendimento é uma deficiência comum para quase todas as classes, mas que, no caso dos clientes populares, influencia ainda mais a autoestima desse consumidor, impactando diretamente na forma como se relaciona com as lojas, e, conseqüentemente, potencializando o receio de adquirir algo novo. Associada à falta de autoestima, os clientes das classes C, D e E acreditam ser mal recebidos por pertencerem a um grupo de baixa renda. De acordo com Maria Helena Corrêa Magalhães, consultora organizacional atuante no mercado paulista e em outros estados há mais de 20 anos, o atendimento do varejo no Brasil, de um modo geral, apresentou sensível melhora na última década. Esse avanço, no entanto, tem acontecido principalmente para o cliente que representa as classes mais abastadas. "Muito caminho ainda terá que ser percorrido até que possamos dizer que temos um atendimento de excelência, abrangendo todo o nosso público consumidor, nas diferentes camadas sociais", prevê. Até 25% dos consumidores das classes C, D e E admitem falta de confiança diante de uma compra, conforme o resultado do levantamento da Plano CDE. Essa baixa estima no ponto de venda, no entanto, aplica-se a uma pequena parcela dos clientes A e B, com 7% e 13%, respectivamente. Para a consultora, a crença de que o público de menor renda é também o menos exigente tem sido um dos fatores limitadores na otimização do atendimento às classes populares. "Lamentavelmente, o vendedor de varejo geralmente não investe na venda quando sua interface é um cliente que, na sua percepção, pertence à camada mais popular do mercado consumidor", afirma. A diferença no atendimento

em comparação às classes A e B é visível mesmo ao observador desavisado em qualquer das etapas da venda, desde a recepção ao cliente até o pós-venda e o seu acompanhamento à saída, segundo Maria Helena. “Tal descaso afeta sensivelmente o consumidor de hoje que, muitas vezes, busca no consumo uma forma de auto-afirmação de sua identidade e se vê menosprezado e ignorado, desmotivado ao consumo e desencorajado na fidelidade ao estabelecimento”, esclarece. De uma forma geral, o setor varejista precisa ajustar alguns pontos na sua forma de atendimento, motivo de queixas por todas as classes. “A grande verdade é que as melhores instalações, a mais avançada tecnologia, o produto de maior qualidade poderão não levar o estabelecimento ao sucesso almejado se, a serviço do cliente, não estiver colocada uma equipe consciente, motivada e habilitada”, afirma. “Muito ainda terá que se intensificar e investir no preparo e desenvolvimento das equipes de venda para que se possa dizer que temos uma classe de profissionais capazes de prestar um atendimento de qualidade a todos os públicos”, reitera.