

Da mercearia aos primeiros supermercados

Este é o terceiro trecho adaptado do livro do consultor de varejo Antonio Carlos Ascar: "Supermercados no Brasil – Conceitos, História e Estórias". A obra está sendo escrita e publicada, com exclusividade, aos poucos, em nossas páginas. Neste mês, o leitor conhece a história do primeiro supermercado do mundo

Foi nos idos de 1930, ano seguinte à eclosão da maior crise econômica da história dos Estados Unidos e também mundial, quando os dramas da catástrofe social podiam ser sentidos de forma impiedosa no estômago dos norte-americanos, que Michael Cullen, um descendente de irlandeses nascido em 1884, um pouco por necessidade e muito por convicção, decidiu abrir aquele que entraria para a história como sendo o primeiro supermercado do mundo. O visionário fazia valer a máxima de que momentos de crise trazem no ventre oportunidades únicas.

Cullen era gerente de uma das filiais da Kroger Grocery & Banking Co. em Herrin, no estado de Illinois. Antes, tinha trabalhado, por 17 anos, na Atlantic & Pacific (A&P). Kroger e A&P eram as duas maiores redes de mercearias

do país. Na Kroger, Cullen estava há 11 anos. A companhia operava, naquela época, mais de cinco mil pontos de venda nos Estados Unidos. A exemplo de todo o varejo norte-americano, na crise, a Kroger sofria, na última linha do balanço, o que a população sofria no bolso.

Muitas das lojas dessas grandes redes eram *grocery stores* – também conhecidas como *groceries* em países como o Canadá –, estabelecimentos que vendiam alimentos e operavam de forma que o consumidor pegasse as mercadorias das gondolas e as pagasse num caixa, sem assistência de vendedores; um autosserviço, mas ainda não um supermercado. Durante os anos 1920, essas redes cresceram muito na América do Norte. Em 1914, havia cerca de 500 redes de lojas operando 8 mil lojas de alimentação. Em 1930, as 995 companhias já operavam 62.725 lojas e venderam 2,8 bilhões de dólares. Veja que, além dessas lojas, já havia mais 285,6 mil lojas independentes (não pertencentes a nenhuma rede).

Esse grande número de mercearias de redes em autosserviço foram acabando com as conhecidas, sim-



páticas e pequenas lojas chamadas *mon-and-pop*, que, geralmente, eram operadas por famílias, resistentes ao uso do autosserviço.

Como tudo começou

Neste cenário de crise e inovações espalhadas, feito folhas soltas, aqui e ali, Cullen percebe ser possível consolidar todas as novas ideias, desenvolvidas por muitos comerciantes, ao longo de quase um século, num só modelo de varejo que – ele vislumbrava – seria capaz de revigorar

as vendas e a rentabilidade da companhia em que trabalhava. Resolveu expor suas ideias ao presidente e CEO da Kroger, William H. Albers. Escreveu-lhe então uma carta com todas as suas ideias:

Não temos necessidade de continuar com nossos pequenos armazéns tradicionais, antiquados e totalmente ultrapassados. Vamos aderir ao movimento que já se iniciou, pois o cash and carry é uma experiência vitoriosa. Precisamos eliminar os serviços, entregas em domicílio e pedidos por telefone.

Vamos só vender à vista. Em troca e para aumentarmos nossas vendas, instalemos supermercados.

Devemos implantar essas lojas afastadas dos centros, em locais de baixo aluguel e grandes em espaço físico. Devem ter no mínimo, 40 pés de largura por 130 a 160 de profundidade [cerca de 700 m²]. Não podemos esquecer que devem ter amplo estacionamento.

Principais redes de mercearias existentes em 1930 (EUA)

	Nº de lojas	Vendas/ano (US\$ milhões)
Atlantic & Pacific	15.737	1.065
Kroger	5.165	267
Safeway	2.691	219
American Store	2.728	143
Grand Vision	709	38
Jewel	1.280	15

Quadro mostra quais eram as principais redes de mercearias do país em 1930, a maioria usando a técnica do autosserviço

Fonte: M.M.Zimmerman 1955 pg. 4 e Lebharr 1952