



Cidade Jardim, o mais bem avaliado: palestras e prêmios aos funcionários

SHOPPINGS

Quem disse que são

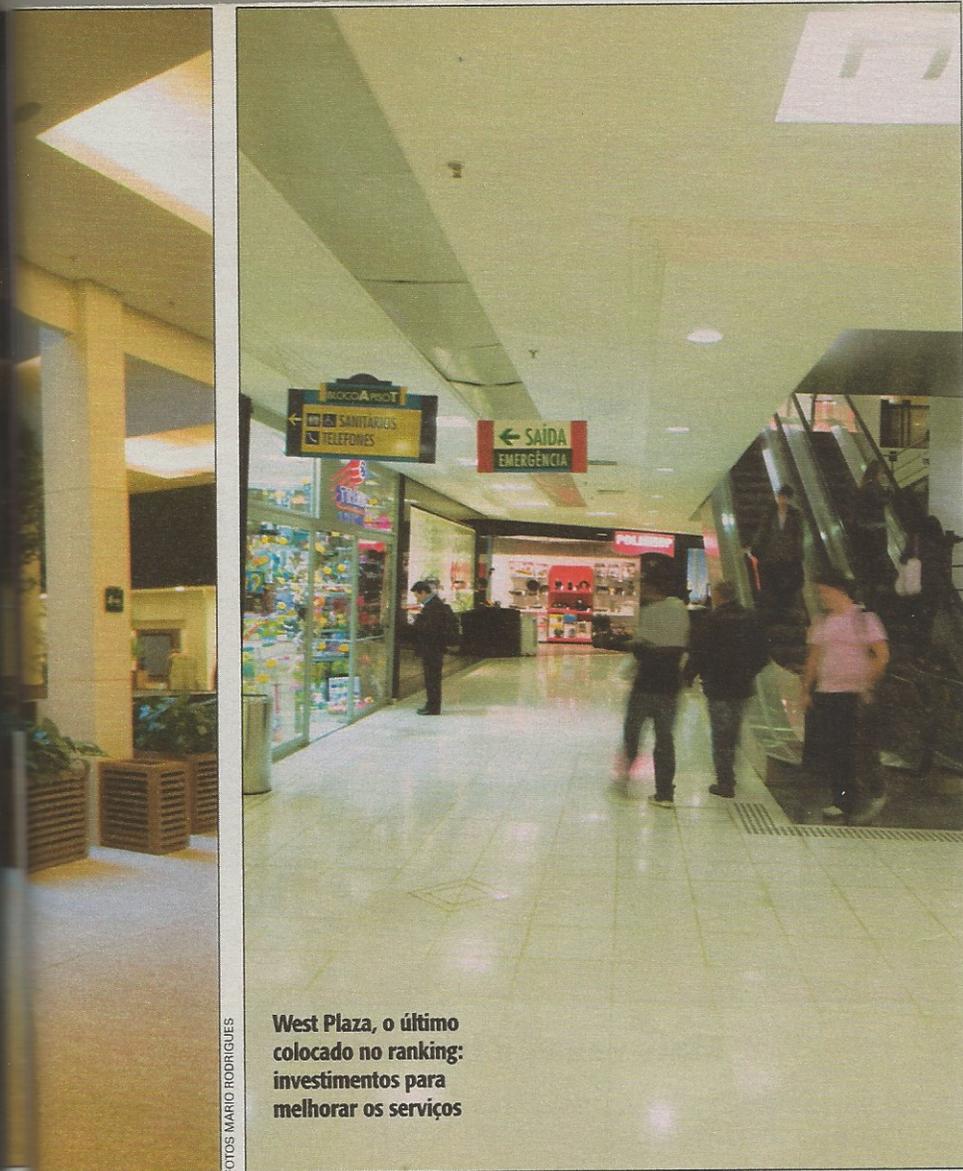
Desde 28 de novembro de 1966, data da inauguração do pioneiro Iguatemi, o hábito de bater perna em grandes centros de compras faz parte da rotina dos paulistanos. Passados 44 anos, a capital conta com 51 estabelecimentos do gênero, segundo levantamento da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca). Visitados diariamente por mais de 1,5 milhão de pessoas, eles faturam cerca de 16 bilhões de reais por ano. São números impressionantes, que representam um desafio constante para os empresários do setor: como chamar a atenção de novos clientes e garantir corredores sempre abarrotados? “De modo geral,

Pesquisa inédita revela diferenciais, falhas e acertos no atendimento aos consumidores dos maiores centros de compras de São Paulo

DANIEL SALLES

os estabelecimentos investem pesado para construir novas alas e abrigar mais lojas”, diz Alexandre Diogo, presidente do Instituto Ibero-Brasileiro de Relacionamento com o Cliente (IBRC). “O problema é que a maioria deles se esquece de atentar para a qualidade do atendimento ofertado.”

Essa é a principal conclusão de uma avaliação inédita conduzida pelo IBRC nos maiores templos de compras da região metropolitana. Dos trinta endereços esquadrihados, apenas cinco — Cidade Jardim, Ibirapuera, MorumbiShopping, Plaza Sul e União de Osasco — atingiram a cotação máxima, de excelência. Os



FOTOS MARIO RODRIGUES

West Plaza, o último colocado no ranking: investimentos para melhorar os serviços

todos iguais?

shoppings D, Center Norte, Pátio Paulista, ABC Plaza, West Plaza, Butantã e Penha foram considerados insatisfatórios (veja o ranking acima).

Para elaborarem a pesquisa, feita também no Rio de Janeiro, 28 auditores, com idade entre 25 e 55 anos, gastaram muita sola de sapato de março a abril. Sempre em duplas, comportando-se como clientes comuns, eles passaram em média quatro horas em cada local. A missão que tinham era simular compras, inspecionar vitrines e banheiros, percorrer áreas comuns e interagir com seguranças, concierges e funcionários do Serviço de Atendimento ao Cliente

(SAC). Eles também avaliaram a qualidade dos estacionamentos, a sinalização e a acessibilidade. Cada um dos endereços foi visitado mais de uma vez, em dias alternados, por duplas diferentes (um comitê formado por 22 especialistas do setor elaborou a metodologia utilizada).

“O que mais nos chamou a atenção foi a falta de limpeza em banheiros de empreendimentos requintados, como o Pátio Paulista, e o despreparo de boa parte dos seguranças, incapazes de dar informações básicas”, conta o presidente do IBRC. Em todos os shoppings inspecionados foram encontradas lojas com pro-

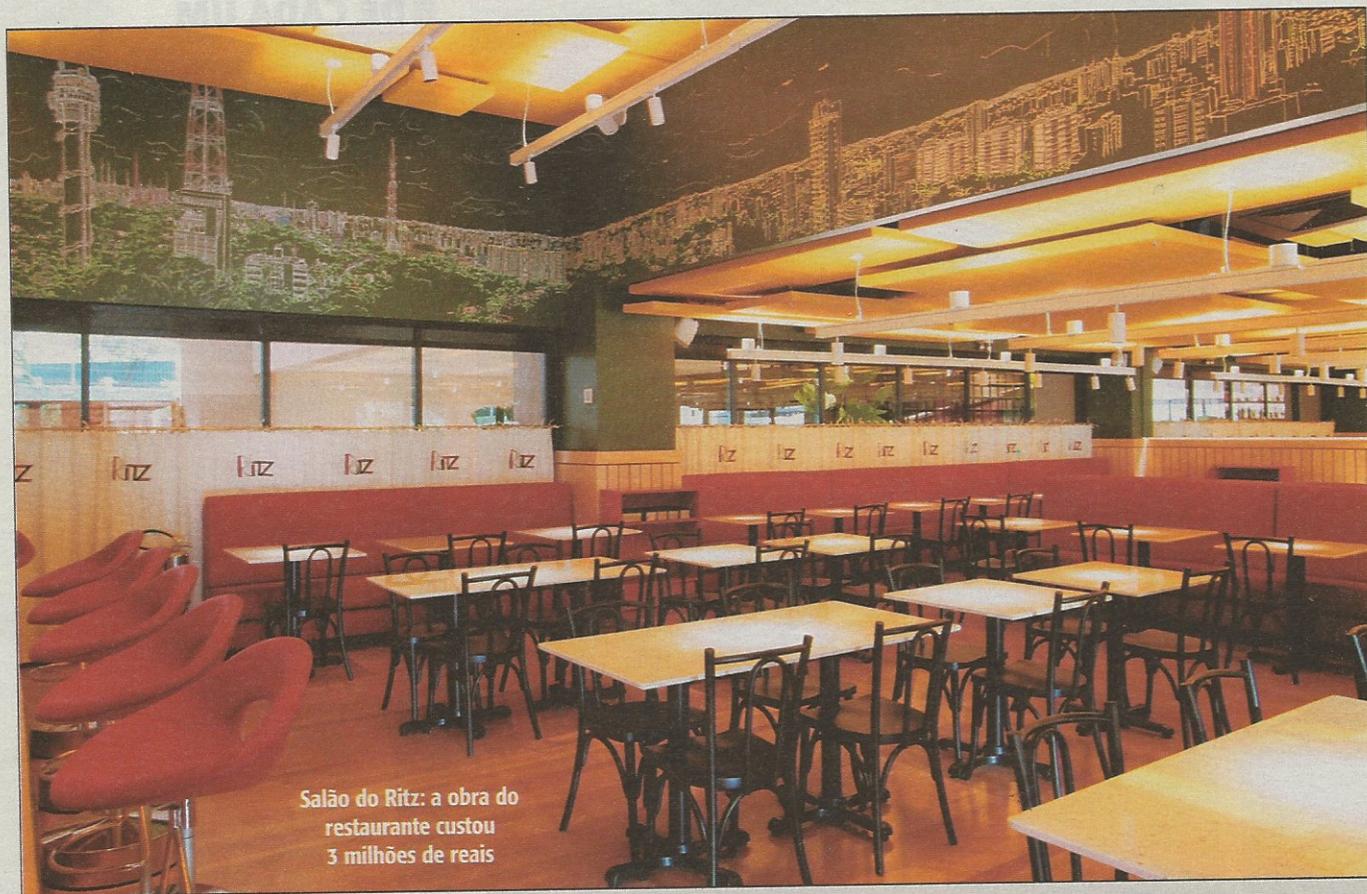
O DESEMPENHO DE CADA UM

Confira a classificação dos estabelecimentos avaliados, em percentual da nota máxima prevista, de 800 pontos

EXCELENTES	Cidade Jardim.....	93
	Ibirapuera.....	90
	MorumbiShopping.....	90
	Plaza Sul.....	90
	União de Osasco.....	90
SATISFATÓRIOS	Central Plaza.....	88
	Continental.....	88
	Gran Plaza.....	88
	Iguatemi.....	88
	Metró Tatuapé.....	88
	Osasco Plaza.....	88
	Vila Olímpia.....	88
	Bourbon.....	85
	Jardim Sul.....	85
	Villa-Lobos.....	85
	Anália Franco.....	83
	Aricanduva.....	83
	Interlagos.....	83
	Eldorado.....	80
	Internacional de Guarulhos.....	80
Pátio Higienópolis.....	80	
SP Market.....	80	
Taboão.....	80	
INSATISFATÓRIOS	Center Norte.....	78
	Pátio Paulista.....	75
	ABC Plaza.....	73
	Shopping D.....	70
	Penha.....	65
	Butantã.....	60
West Plaza.....	55	

Fonte: Instituto Ibero-Brasileiro de Relacionamento com o Cliente

duto nas vitrines sem indicação de preço, o que é ilegal, por forçar o interessado a procurar um vendedor. “O público daqui pertence à classe A, e não se importa com o preço”, esnobou uma funcionária do Pátio Higienópolis, tentando defender a prática. Algumas atitudes renderam elogios. Simulando precisar comprar uma passagem aérea para Brasília no dia seguinte, um dos pesquisadores pediu para utilizar o computador no concierge do Villa-Lobos. De imediato, uma atendente se prontificou a pesquisar preços e horários de voos das principais companhias aéreas enquanto ele continuava a bater perna.



Salão do Ritz: a obra do restaurante custou 3 milhões de reais

“Os paulistanos hoje não admitem ser atendidos sem cortesia nem gentileza”, afirma Sandrine Nass, gerente de marketing do Cidade Jardim, eleito o nosso melhor shopping. Ali, a estratégia para impedir que funcionários trabalhem de cara amarrada consiste em palestras rotineiras e na distribuição de um brinde bimestral àqueles mais bem avaliados — como um “look” completo composto de artigos da Daslu. Segundo colocado no ranking, o Ibirapuera investe em treinamentos semestrais. “Muitos de nossos empregados trabalham conosco há mais de dez anos, o que garante uma afinidade muito grande com os frequentadores”, diz Ricardo Portela, responsável pelo marketing do grupo. No outro extremo, os administradores do West Plaza, apontado como o pior da capital, reconhecem falhas no atendimento, mas afirmam que estão investindo em melhorias. “Adquirimos o negócio em 2008 e, desde então, já injetamos ali cerca de 20 milhões de reais”, conta Filipe Vasconcelos, CEO da Brookfield Gestão de Empreendimentos. “Nossa meta agora é construir um novo complexo de cinema, que será administrado pela rede Cinemark, e caprichar no atendimento.” ■

Mais vagas e boa mesa

Depois de cinco meses de espera para obter a licença de funcionamento, o Iguatemi anuncia a entrega de sua nova ala

Clientes do Iguatemi não precisarão mais colar o rosto nas paredes envidraçadas da nova ala para matar a curiosidade de descobrir o que haverá ali dentro. Em obras desde o fim de 2006, o prédio de catorze andares erguido na área externa atrás do shopping, ao custo de 62 milhões de reais, tem sua abertura prometida para esta quarta (25). Pronto desde janeiro, o edifício passou os últimos meses à espera da liberação de licenças da prefeitura e dos acabamentos finais. Um dos principais objetivos do investimento foi melhorar a infraestrutura do centro de compras, sobretudo no atendimento aos clientes que chegam de carro.

“Estávamos congestionados e precisávamos resolver esse gargalo”, afirma Ivan Murias, gerente-geral do shopping. Segundo ele, nos picos dos fins de semana entram nas suas garagens até trinta veículos por minuto. Para enfrentar o problema, haverá agora 628 vagas operadas por valets. A garagem externa,

até agora território dos manobristas, será convertida em estacionamento comum. Escritórios da administração do Grupo Iguatemi ocuparão os quatro andares mais altos e, no térreo, aportarão duas boas novidades gastronômicas: um bar da primeira filial da tradicional churrascaria Rodeio e a terceira unidade do descolado Ritz. Nesse restaurante haverá, em frente a uma porta giratória vermelha, um deque projetado pelo arquiteto André Vainer para happy hour e espera por mesa. No salão, as paredes de lousa receberam os contornos da paisagem paulistana feitos com giz pelo designer e arquiteto Giancarlo Latorraca. “Foram cinco anos de negociação até virmos para cá”, conta Maria Helena Guimarães, uma das sócias. O investimento consumiu 3 milhões de reais. Vizinho ao Ritz, o Rodeio terá dois ambientes: o suntuoso bar térreo, com paredes cobertas por pele de vaca, e o restaurante no 8º andar, compondo um complexo de 5 milhões de reais.

MARIANA BARROS