



texto
RAFAEL XAVIER
redacao@
supervarejo.
com.br

LIVRO RETRATA

*mais de 70 anos
do autosserviço
no Brasil*



Antonio Ascar

Lançado pelo consultor de varejo Antonio Carlos Ascar, *Supermercados no Brasil – Conceitos, história e estórias* esboça a trajetória do especialista e acompanha as evoluções do setor até os dias atuais

“**N**a verdade, isso é a minha vida.” Essas foram as palavras ditas por Antonio Carlos Ascar, consultor da Abras (Associação Brasileira de Supermercados) e escritor, quando perguntado sobre o que tanto lhe fascina no “fantástico mundo dos supermercados”, como ele mesmo gosta de se referir ao setor. Com mais de 50 anos de experiência no varejo de autosserviço, Ascar concedeu uma entrevista à **SuperVarejo** a respeito de seu mais recente lançamento *Supermercados no Brasil – Conceitos, história e estórias*, livro no qual ele traça uma linha cronológica entre o surgimento e o desenvolvimento deste modelo no país, por meio de análises de aspectos teóricos, práticos, e até mesmo com relatos de experiências pessoais, que trazem leveza à narrativa.

Dando continuidade à sua introdução lúdica, Ascar explica que o amor pelo varejo de autosserviço teve início na segunda metade da década de 1940, quando, aos oito anos de idade, foi jogar xadrez no Clube de Xadrez de São Paulo e, pela primeira vez, avistou um estabelecimento chamado Casa Araújo, localizado na rua Araújo, no centro de São Paulo, e que depois seria definitivamente renomeado para Lojas Araújo. A memória vívida e nostálgica de Ascar remonta a detalhes de sua caminhada por um corredor como nunca havia visto, no qual as gôndolas disponibilizavam os itens de modo que os pedidos em balcão não seriam mais necessários. “A Lojas Araújo foi inaugurada em 1947, o que indica que o estabelecimento foi o primeiro autosserviço do Brasil, e eu o conheci. Nos anos seguintes, também tive contato com o Depósito Popular,

que se transformou em autosserviço, e fui conhecendo mais", lembrou.

Desde essas primeiras experiências, Ascar relata que o conceito de "supermercado" foi entrando gradativamente em sua vida, até que, em 1965, foi convidado para atuar no Pão de Açúcar. Na época, a rede tinha cerca de cinco lojas, e Ascar ajudou o grupo varejista a se desenvolver. O consultor trabalhou na companhia por 31 anos, passando por diversos cargos executivos, como o de diretor de Recursos Humanos e até corporativo, sendo responsável por toda a operação do varejo.

Em um período em que todos os formatos eram semelhantes, começou a acontecer uma maior diversificação nos EUA e em alguns países europeus, o que acabou influenciando e promovendo mudanças diretas no setor no território nacional. Durante toda a sua trajetória pessoal e profissional, Ascar viu a ascensão e queda de diversos formatos de autosserviço no Brasil e até colaborou para a consolidação de alguns.

De forma metafórica, Ascar aproveita para ressaltar que o formato da vez costuma ser ditado da mesma forma como a moda é, e ainda lembra uma história para exemplificar o conceito: "Lembro de um diretor que sempre usava uma gravata bem larga. Posteriormente, as gravatas da moda passaram a ser estreitas, depois as largas, depois as de crochê, e ele sempre com a mesma gravata larga. Quando o questionei sobre o porquê de ele estar sempre usando a mesma gravata, mesmo que fora de moda, ele me respondeu: 'O senhor está enganado. Eu entro na moda, saio da moda e, em seguida, entro na moda novamente'".

Ascar exemplifica o caráter cíclico do autosserviço com relatos de décadas passadas no Brasil. "O hipermercado se popularizou no início da década de 80 e já perdeu muito poder desde então. O formato do momento é definitivamente o atacarejo — ou atacado de autosserviço misto. O Carrefour e o Grupo Pão de Açúcar cresceram forte com seus in-



vestimentos e agora acontece o mesmo com o atacarejo, com cada rede regional querendo ter o seu, como o Komprão Koch Atacadista, do Grupo Koch, no Sul, e o Mix Atacarejo, do Grupo Mateus, no Nordeste, por exemplo."

Além da tendência do atacarejo, Ascar afirma, ainda, que outro caminho dos dias atuais é voltar aos perecíveis e investir nas lojas de proximidade, com maior conveniência para os consumidores que almejam um atendimento mais personalizado e de maior qualidade. "Já faz um tempo que a redução parece ser o caminho, já que lojas menores vêm fazendo sucesso."

Na publicação, Ascar também fala sobre a história dos supermercados no mundo, e de como tudo começou, desde o comércio na Antiguidade até o surgimento do autosserviço e dos supermercados nos Estados Unidos. O escritor afirma, ainda, que quando começou a abordar o canal no Brasil, sua maior preocupação foi a de perpetuar o nome dos mais diversos representantes que fizeram o setor se concretizar. ●