

SIM

Os supermercados devem

A pujança de nossa terra e o interesse coletivo

Antonio Carlos Freitas V. de Lemos

Professor do Departamento de Ciências Administrativas da UFSM; Mestre em Administração pela UFSC.

O mundo não é só a nossa aldeia. Se assim temos o direito de pensar, começamos a imaginar que vivemos momentos de euforia e passamos a ter também, momentos de miopia. O tema que passamos a tratar diz respeito à liberdade de ir e vir. Sim, porque é importante que o indivíduo, ou o conjunto de pessoas cujas necessidades podem ser satisfeitas por produtos e serviços, e que dispõem de renda para adquiri-los, partam do pressuposto segundo o qual o bem-estar da sociedade resulta da convergência de interesses individuais do comprador e do vendedor, por meio da troca voluntária e competitiva. (DIAS, Saraiva, 2003)

A bandeira da liberdade de abertura dos supermercados aos domingos - e/ou nos finais de semana - não pode ser de interesse de um só segmento. Todos deveriam ter interesse de demonstrar a pujança de sua terra, a vontade de alavancar o desenvolvimento de sua cidade para, no conjunto de esforços, determinar um quadro referencial positivo no concerto de todos os setores de atividades. A proibição da oportunidade da cidade em mostrar o que tem de bom é um retrocesso. Em qualquer parte do mundo as decisões a respeito são discutidas e voltadas para o fortalecimento não só da classe empresarial, mas da comunidade como um todo. Os interesses, sabemos, não dizem respeito somente ao dono do capital, mas a todas as categorias que de uma forma ou de outra estão sendo partícipes e colaborativas para com o desenvolvimento e progresso do ambiente onde estão inseridas.

Não temos mais o direito de olharmos somente para nós. A visibilidade tem que ser coletiva. É fundamental que pensemos o que deve ser feito no intuito de determinarmos o melhor para a nossa gente: pessoas que, como nós, exigem aquilo que satisfaça as suas necessidades. Peter Druck (1973), considerado um dos mais importantes "gurus" da administração em todo o mundo, acredita que o propósito dos negócios é criar e manter clientes satisfeitos. Embora as empresas tenham de ganhar dinheiro, a argumentação é em cima de que ganhar dinheiro é uma necessidade, não um objetivo. É, na realidade, o resultado final, um efeito desejável, de se criar um cliente satisfeito. Uma sociedade sustenta as empresas porque elas servem seus membros suprindo suas necessidades e deixando-os satisfeitos.

É lastimável que o segmento operário tenha em mente que a sua mão de obra venha sendo constantemente explorada. A sociedade tem conhecimento que muitas frentes de luta são movidas por atividades desenvolvidas aos finais de semana.



“Não temos mais o direito de olharmos somente para nós”

O que seria das cidades se a paralisação fosse total? Fechariam os ambientes de lazer, de recreação, de cultura, de informação, de saúde, do esporte e o marasmo e a inércia tomariam conta do mundo. Acreditamos que se tem que buscar com clareza quais são os interesses que estão em jogo. Queremos desenvolver nossa cidade ou vamos buscar definitivamente a estagnação. Como vamos liderar uma região se temos posicionamentos retrógrados. Turismo se faz com atitudes dinâmicas; o que seria de organizações que simplesmente fechassem suas portas e não atendessem as exigências dos consumidores que a cercam?

Por fim, deixamos a nossa palavra de incentivo para que as partes encontrem um caminho de entendimento, porque só assim poderemos pensar que ao futuro está reservado uma possibilidade de atitudes voltadas aos interesses de todos, e não de demonstração de poder unilateral.