

São Paulo, 04 de setembro de 2012

## O poder do consumidor aumenta, mas ainda depende de conhecimento

Por Alexandre Yokote

Há um mês e pouco foi lançado o vídeo “Story of Change”, como sendo o primeiro vídeo da coleção “história das coisas” que trata de um aspecto mais de mobilização para a busca da sustentabilidade. A discussão por trás era de que os cidadãos estão na hora de usar seus músculos para mobilizar o mercado por um mundo melhor.

Acontece que aspectos tradicionais da qualidade, aqui no Brasil em especial em São Paulo, ainda não estão sendo atendidos devidamente.

Estamos acompanhando uma rápida evolução dos meios tecnológicos e das redes sociais, qualquer informação destacada postada em uma rede, rapidamente se globaliza e portanto criam cenários de crise para instituições. Inclusive o Procon de São Paulo possui atendimento online ranking de reclamação atualizado diariamente desde o início de 2012.

Neste artigo vou comentar sobre a performance de uma empresa em especial, cuja performance negativa é destaque historicamente, mas que pelo nome poucos sabem do que se trata.

Pelo ranking de janeiros de 2012 até hoje, das 10 empresas com maior índice de reclamação registrada no Procon de SP, 3 são instituições financeiras, 3 são de telefonia, 2 são de serviços de TV por assinatura e 1 do setor de energia elétrica, todas essas 9 empresas são reconhecidas pelo nome, mas a 9ª. do ranking é uma empresa de varejo, a B2W Companhia Global de Varejo. Quantos consumidores sabem quem ou o que é a B2W?

Mas por que ela é destaque? Segundo a publicação Cadastro de Reclamações Fundamentadas de 2011 da Fundação Procon-SP:

“B2W: Companhia Global do Varejo, responsável pelas marcas Submarino, Americanas.com e Shoptime, é a segunda colocada no ranking geral com 1.574 reclamações, contra 323 no Cadastro de 2010, quando ocupou o 21º lugar no ranking. Aumento de 487% no número de reclamações. A maioria dos registros tem como principal problema a não entrega dos produtos no prazo ofertado.”

Saltar de um ano para outro da 21ª. para a 2ª. e continuar 2012 entre as 10 mais é o motivo dado para o destaque. Aos que não conheciam a B2W agora sabem que ela foi criada quando da fusão do Submarino com a Americanas.com, chegou a ter 50% do comércio eletrônico em varejo, mas agora perdeu mais da metade da fatia do mercado. Não por números absolutos, já que o comércio eletrônico cresce a cada dia. A B2W em notas reportadas em outras publicações, declara que continua crescendo em consumidores, mas minha opinião é de que o crescimento deve-se ao fato de poucos conhecerem a B2W, mas conhecerem as lojas virtuais. A partir do momento que as reclamações registradas à B2W forem associadas às lojas virtuais que controla, a forte imagem que essas 3 lojas virtuais possui, tende a cair.

No âmbito de investidores, a coisa é diferente. Na BMF Bovespa, o valor das ações ordinárias da B2W (BTOW3) nos últimos 12 meses caiu vertiginosamente e de forma desassociada ao próprio índice Bovespa. Para se ter uma idéia, o valor máximo foi de R\$18,24 e o mínimo de R\$5,05, hoje na faixa de R\$8. De qualquer forma estamos falando de queda de 50%. Desde a sua criação em 2005, foi de R\$21,10, com pico R\$91,65 em 31/10/2007 e queda pela crise mundial, mas nos 3 últimos anos com total perfil decrescente, há 3 anos as ações valem 6 x (seis vezes!) mais, no período de 5 anos, é pior, temos uma relação de 10x.

Entre penalidades, ocorreram várias, mas pouco difundidas e com poucas repercussões, principalmente porque foram cassadas.

Outro problema relatado em mídia foi a relação com os fornecedores de transporte, alguns dos quais declararam não trabalhar mais com a B2W por conta da agressiva personalidade de redução de custos, querendo pagar muito abaixo do preço de mercado para o serviço logístico. Isso estourou a qualidade das lojas virtuais da B2W, fazendo com que houvesse um crescimento das reclamações por atraso e não atendimento de prazos.

Em 2011 a B2W fechou em prejuízo, no primeiro semestre deste ano, o resultado negativo continuou.

Prejuízo reportado em balanço, queda vertiginosa do valor das ações, liderança em reclamações no Procon, onde isso vai levar? E os casos de atraso na entrega de produtos que continuam sendo vendidos nos sites, lançamento de culpas às empresas de transporte, ...

Em alguns corredores comenta-se sobre uma revolução administrativa com a queda de gestores e em outros, a chegada de um gigante do e-commerce mundial podendo fazer aquisições para facilitar sua expansão.

A verdade é que o plano de ação declarado pela B2W para se reerguer não está tendo os efeitos esperados, pelo menos para os consumidores, pois a gestão está sendo reativa e uma tentativa de amenizar as perdas aos consumidores só acontece após reclamação.

Difícil de entender por que a Fitch elevou o rating da B2W recentemente, se bem que já tivemos casos criticados com a elevação de rating no estouro da bolha imobiliária nos EUA.

Mas fica aqui uma importante observação, temos que cada vez mais entender as corporações por trás. Poucas empresas controlando várias, é uma questão de nome diferente para uma gestão de crise institucional, buscando uma proteção a mais ao invés de criar uma imagem institucional forte perante os consumidores.

