

# MUSEU DA PESSOA



Museu da Pessoa

*Uma história pode mudar seu jeito de ver o mundo.*

Memória, Identidade e Cultura - Grupo Pão de Açúcar (GPA)

## A preocupação com o bem estar comunitário

História de [Vanderlei Tadeu Cruz](#)

Autor: [Museu da Pessoa](#)

Publicado em 23/02/2021

---

Projeto Memória Identidade e Cultura – Grupo Pão de Açúcar

Depoimento de Vanderlei Tadeu Cruz

Entrevistado por Estela e Cíntia Faria

São Paulo, 10 de outubro de 2003.

Realização Museu da Pessoa

Entrevista GPA\_CB008

Transcrito por Marcília Ursini

Revisado por Bruna Ghirardello

P/1 – Estela

P/2 – Cíntia Faria

R – Vanderlei

P/1 – Você pode dizer para gente o seu nome, a data do seu nascimento e o local onde você nasceu?

R – Boa tarde.

P/1 – Boa tarde.

R – Meu nome é Vanderlei Tadeu Cruz. Eu nasci aqui em São Paulo, na Vila Guilherme, em 1951.

P/1 - O dia e o ano?

R – 28 de outubro, Dia de São Judas Tadeu, de 1951.

P/1 – Tá. Você é religioso?

R – Sou católico fervoroso.

P/1 – Certo. E qual o nome dos seus pais?

R – Meu pai é Edebrando Cruz e minha mãe Benedita Alves (Damacena?) Cruz.

P/1 – Fala um pouquinho da sua formação profissional para gente, formação de escolaridade e profissional?

R – Eu comecei na loja da Gabriel Monteiro da Silva em 1966, como empacotador, que teve uma trajetória por algumas lojas. De empacotador, eu fui para repositor na inauguração do Shopping Iguatemi. Shopping Iguatemi inaugurou com uma loja nossa, que era a loja 13. Foi em 1968 e depois da loja 13 eu fui trabalhar na loja 21 ainda como repositor, depois na loja 30, Pão de Açúcar comprou \_\_\_\_\_, que era um

supermercado da época. Depois eu fui para a loja do Pacaembu, loja 39 e assumi uma seção, que naquela época, chamava encarregado de seção de mercearia, que foi a seção que eu assumi. Depois eu passei pela loja 62 como encarregado, da Heitor Pentead, na loja 106 ali no Sumaré e depois eu fui para Panamericana como encarregado ainda. Da Panamericana eu tive uma oportunidade. Fiz psicotécnico, passei. Fui fazer estágio para gerente. Vim 1979, 1979 eu me efetivei como gerente e a primeira loja que eu assumi foi uma loja no Jardim da Saúde e depois eu tive uma trajetória trabalhando mais. Eu trabalhei em várias lojas, mas aonde que eu mais me concentrei meu trabalho foi aqui na região sul, na loja da Gabriel. Trabalhei na loja da Clodomiro, trabalhei na loja de Moema, trabalhei na Panamericana, trabalhei no Shopping Villa Lobos.

P/1 – Agora, voltando um pouquinho para o começo da sua carreira dentro do Grupo Pão de Açúcar, você disse que começou como empacotador e você tinha 14 anos.

R – 14 anos, correto.

P/1 – Qual foi essa sensação, o que você se lembra dessa época de estar em contato com as pessoas? Como que era a sua relação com as pessoas que vinham, tinha essa coisa de você ajudar a levar no carro? Como que era o seu trabalho, qual era a sua relação com os clientes do Pão de Açúcar?

R – Com os clientes do Pão de Açúcar a relação era muito gostosa. Hoje ainda a gente passa isso para os nossos empacotadores, que é estreitar cada vez mais o relacionamento cliente-empacotador, por quê? Porque ali onde começa tudo praticamente dentro de uma loja e os clientes depois começam te conhecer e você passa a começar conhecer esses clientes e ter um relacionamento bastante estreito. E você chega num relacionamento tão estreito, que você passa... Quando você faz a entrega, você entrega, você toma café na casa do cliente, ele te oferece um bolo, ele te oferece alguma coisa. É uma amizade muito gostosa. Até hoje nos dias agora atuais acontece ainda isso porque eu tive uma prova disso lá no Jardim Sul com alguns empacotadores que nós tínhamos, que agora nós terceirizamos. Passamos esses empacotadores para outras sessões mas, na época que eles eram empacotadores ainda no começo desse ano, eles tinham a chave da casa de alguns clientes e os clientes passavam na loja, fazia a compra, dava a chave e eles levavam a compra na casa do cliente, colocava na dispensa. Para vocês verem como é estreito esse relacionamento e é extremamente importante para nós.

P/2 – Já desde daquela época você...

R – Já desde daquela época...

P/2 – Era uma cultura que você já recebia da própria empresa de...

R – Da própria companhia, companhia...

P/2 – Orientação que você tinha de estar tendo essa aproximação e...

R – Tinha. A companhia sempre se preocupou com atendimento. Lugar de gente feliz começou na década de 1970. Lugar de gente feliz, depois uma época sai um pouco de cenário, depois voltou agora a uns 10 anos para cá com força total. E o Pão de Açúcar sempre foi, sempre será lugar de gente feliz porque sempre foi o nosso slogan.

P/1 – E os seus amigos da escola, da rua, enfim, seus vizinhos quando você dizia que trabalhava no Pão de Açúcar quais eram os comentários? Eles gostariam também de trabalhar? Eles queriam trabalhar com você? Como que era a sua relação fora do Pão do Açúcar, já que você trabalhava lá? Como que os seus amigos viam isso, via esse tipo de coisa?

R – A relação fora da companhia, a minha relação social sempre foi extremamente importante o Pão de Açúcar porque o Pão de Açúcar sempre foi referência. Por enquanto, os meus colegas de infância, meus colegas de adolescência perdiam um emprego, nós continuávamos na luta, continuávamos trabalhando e a companhia sempre progredindo, a companhia sempre procurando zelar por um nome, a companhia sempre crescendo. A companhia passou por um período difícil que foi o começo dos anos 1990, final dos anos 1980, mas ela conseguiu superar. Antes disso, ela sempre foi referência aqui no Brasil.

P/1 – E você disse, você acha que essa referência tem muito a ver com área social, com os programas, tanto para o público interno que são os colaboradores e funcionários, como também para fora, para os clientes? Você poderia apontar quais inovações você considera mais marcantes dentro da trajetória da história do grupo, que você pode acompanhar, por exemplo, na área social?

R – Olha, na área social, a companhia... A gente conhece alguns benchmarkings, mas como o Pão de Açúcar é um pouco difícil porque a companhia ela se preocupou tanto de dar alimentação, dar bem estar, dar não só para o funcionário, mas ela estendeu isso a terceiros, a parentes, filhos. Hoje tem até sobrinhos de funcionários que, de uma forma ou outra, está sendo aí privilegiado com algum atendimento da companhia. Existem alguns casos para relatar, que eu acho extremamente importante. Caso social que eu tive na Panamericana, já como gerente, foi por causa de uma funcionária que num exame médico, o diagnóstico revelou que ela estava perdendo a vista esquerda. Depois de algum tempo, ela realmente só tinha 2% dessa vista e ela começou perder a vista direita. Ela ficou extremamente apavorada. Conversou conosco, nós conversamos com a nossa área social, através da assistência social e perguntamos para ela: “Você realmente quer enxergar, você realmente deseja ter uma vida estável?” E ela falou que sim. A companhia não mediu esforços. A companhia mandou ela em Campinas. Ela passou dois anos em tratamento. Hoje essa moça trabalha na companhia e enxerga. Então são coisas que mexem muito com a gente. Têm outros... Passei por outros episódios dentro da companhia extremamente emocionantes. Têm outros casos também que nós tivemos, principalmente na loja da Panamericana que eu fiquei 12 anos naquela loja. É muito gostoso você conversar sobre isso.

P/2 – Você, como gerente de loja, você olhando para o seu início no Pão de Açúcar, você poderia, assim, relatar o que você viu, assim, em termos de transformação da própria loja, das instalações da loja, como ela está funcionando hoje, pensando naquele período, na época que você começou, assim, o que você pode contar para gente, assim, “olha o Pão de Açúcar está novo por essas coisas”, as inovações que você percebeu na loja, enquanto serviço, equipamentos, tecnologia, o que você pode contar, assim, em relação ao que você... Ao seu passado de supermercado naquele período?

R – Tá, ok. Existe várias etapas, né? Se você pegar a etapa de quando eu era empacotador, o serviço de embalagem era feito por nós da loja. Por exemplo, sabão em pedra, nós embalávamos nos saquinhos cinco unidades. Ovos eram embalados na própria loja e muito mais produtos. Depois essa parte foi terceirizada e a indústria começou assumir. Essa foi uma parte logo do meu início de empacotador. Depois nós tivemos algumas transformações. Eu já trabalhando na mercearia, nós fazíamos o pedido num bloco de pedido que era seis vias e essas vias eram feito tudo a mão. Você calculava o preço porque essas vias serviam como, depois, a própria nota fiscal. Aí na sequência veio o (porta-pushing?). (Porta-pushing?) era aquele aparelhinho que todo mundo jogava na loteria. A gente fazia... E hoje ele é online. Vejam o salto que nós tivemos em termos de informática. Hoje nós temos a compra inteligente. Simplesmente o cliente passa um scanner e já registra a compra. Então, em termos principalmente de informática, nós estamos aí numa tecnologia super ponta. Na questão de fornecedores. Os fornecedores antes era uma relação extremamente diferente que tinham conosco. Eles não interagiam como parceiro, por quê? Porque eles super estocavam as lojas. A questão do fornecedor, o que é que era? Era vender para nós. O pós-venda nosso eles não se preocupavam. Hoje não. Hoje o nosso fornecedor, ele é parceiro e ele trabalha junto com as próprias lojas. Então você precisa escoar algum estoque, o fornecedor ajuda. Você precisa fazer alguma promoção, o fornecedor está junto. Isso naquela época era sonho. Hoje nós temos ombudsman dos nossos fornecedores que auxilia muito o fornecedor com algum problema que ele tem na portaria. Veja, é a única companhia que tem ombudsman de fornecedor, somos nós do Pão de Açúcar. A preocupação que tem com o outro parceiro e o outro parceiro dá uma resposta também para nós, por que? Porque ele está sempre junto nos ajudando.

P/1 – Você estava contando que você tem vários casos, né? Esse foi um caso emocionante que você contou dessa senhora e algum caso, “causo” engraçado para contar coisas que você se lembra, que marcaram ao longo da sua trajetória?

P/2 – Alguma coisa marcante assim?

R – Marcante foi ter que trazer um carro de uma cliente na marginal até a loja, que ela furou dois pneus, ela não conseguia. A única referência que ela lembrou fomos nós e ela chegou na loja era umas 21:30 da noite, mais ou menos. Até nós trazermos o carro da marginal até a loja, até dar um atendimento para ela, até ela ir para casa, deixar ela em casa, era 00:30. Esse foi o caso mais engraçado porque extremamente cômico, né?

P/2 – Coisa diferente, né?

R – É muito diferente por que? Porque todo e qualquer mortal chama um guincho, faz alguma coisa. Ela não. Ela lembrou da referência do Pão de Açúcar. Isso marca, né?

P/1 – E você, enquanto gerente, imagino que também tenha que criar certos serviços e características para cada uma das lojas, conforme o seu público, né?

R – Correto.

P/1 – O público da Panamericana é bem específico e assim por diante? O que você criou, alguma iniciativa, algum serviço que você sinta que tenha sido diferencial para o grupo?

R – Nós criamos... A maior referência é a Panamericana porque eu fiquei mais tempo e um dos meus maiores parceiros foi o Roberto Hiroshi na área de FLV, Frutas e Verduras porque quase tudo acontecia naquela loja. Nós lançamos o hidropônico no Brasil naquela loja. Nós tínhamos uma parceria com a Secretaria de Abastecimento e Agricultura. Inclusive, o Sassá está até hoje lá, que é uma das pessoas que eram contatos nossos, está até hoje ainda nessa secretaria. Então tudo durante todos os lançamentos que existiam, eles procuravam fazer conosco, por causa da proximidade do Ceasa, tudo. O último que nós fizemos foi o milho americano. Esse milho americano doce que existe hoje, não sei se vocês conhecem, é uma espiga de milho e ele é adocicado, é um milho adocicado. Então ele serve para uma série de pratos. Foi lançado na nossa loja. Sassá trouxe dois produtores. Esses dois produtores trouxeram semente dos Estados Unidos, foram fazendo testes e todos os testes que eles faziam eles faziam degustação na nossa loja, com o nosso cliente para chegar no ponto que é o milho americano. Hoje se você comprar um milho dessa variedade é a mesma coisa que nos Estados Unidos. E muitos outros lançamentos foram. Por exemplo, todos os produtos embalado à vácuo, nós acompanhamos o lançamentos desses produtos, por quê? Porque são produtos chamado de atmosfera modificada. Você tira o oxigênio e introduz um outro gás, hidrogênio e outro gás, e você mantém esse produto, que antes tinha o shelflife de um dia, dois dias, por 10 dias, por 15 dias, dependendo a natureza do produto.

P/2 – Você agora está como gerente. Como que é agora a sua relação com o cliente, que você tinha naquela época uma ação bem próxima de estar acompanhando o cliente, um pouco, assim, ficar amigo, tal. E agora como gerente, como que é essa relação?

R – Nós não perdemos. Eu, pelo menos, não perdi nunca a característica. Eu... Todo mundo comenta que um dos meus pontos fortes é esse contato com o cliente. O que nós procuramos fazer de benefício para o nosso cliente? A Praça Panamericana, nós levamos uma ginástica chinesa para as lojas, que começou na loja de Moema, e hoje ela está em 16 lojas. Estamos levando mais algumas outras coisas para o cliente. Muita coisa nós ajudamos criar na própria excelência porque antigamente não tinha excelência. Nós criávamos alguma coisa nas lojas, depois a própria

excelência absorvia isso para a companhia. E esse contato com o cliente nós sempre tivemos. Hoje nós fazemos abertura na loja do Jardim Sul, que é uma abertura que você tem na entrada uma fila, uma fila de funcionário do lado direito, uma fila de funcionário do lado esquerdo, e você coloca palavras de incentivo, você conta algumas experiências, você passa alguma coisa da companhia, você passa rapidinha. Cada um dá um depoimento. Os nossos evangélicos, eles falam alguma coisa da palavra de deus. Os nossos católicos também falam. É uma abertura bastante grande para começar o dia leve, descontraído, com bastante energia.

P/1 –Então você acha bastante importante ter um estímulo na área de comunicação?

R – Acho.

P/1 – Tanto na comunicação interna, como também para o público externo. Teve alguma ação que você pensou, criou especificamente para o seu público consumidor de uma das lojas da qual você já trabalhou?

R – Nós fizemos muitas ações. Nós fizemos na época sorteios, nós fazíamos na Panamericana e um pouco na loja de Moema bastante sorteios para envolver mais esses clientes porque teve uma época que o nossa concorrência era muito forte e uma das armas para você fidelizar o cliente o que é? É você colocar alguma promoção que o cliente tenha que vim mais vezes na tua loja. Por exemplo, você cria uma promoção, naquela época nós criávamos uma promoção datada de 20 dias ou de 30 dias. Você forçava esse cliente vir mais vezes na loja. Você vendia mais, ele tinha um benefício do que ele ia concorrer a uma geladeira ou que ele ia concorrer algum outro aparelho eletrônico e aí você fidelizava o seu cliente. Algumas outras coisas que nós fazia a nível de cliente, nós tínhamos uma... Como é que eu vou colocar para vocês? Nós tínhamos uma terminologia que era o seguinte; “troca com o troco.” O cliente ele tem que vir com alguma coisa e não sair de mão vazia. Ele tem que vim e ter alguma satisfação garantida. A não ser quando nós não trabalhávamos com aquele produto. Nós não tínhamos o produto cadastrado, mas se o produto era do concorrente ou se o produto foi comprado a bastante tempo atrás, nós fazemos o possível para fazer com que esse cliente levasse alguma coisa que ele identifica que o Pão de Açúcar tinha uma preocupação constante com ele de satisfazer as suas necessidades. Porque uma das coisas que mais fere, não só o cliente como qualquer um de nós é você ir num estabelecimento e você não ter a sua satisfação garantida por algum problema qualquer.

P/1 – Mas quantos anos de casa você tem no total, Vanderlei?

R – 36 para 37 anos de casa.

P/1 – Tá. E o que mais marcou essa sua história, esses 36 anos dentro do Grupo Pão de Açúcar? Quais são os fatos, eventos, memórias, enfim, mais marcantes para você?

R – O que mais marcou é que a companhia ela nunca parou. Ela nunca teve receio do novo, ela nunca teve receio de enfrentar desafio, ela sempre procurou estar pioneira, ela sempre procurou estar na frente e ela sempre buscou seu referencial no mercado brasileiro. Nós tivemos uma etapa que tivemos uma dificuldade, que foi superada e hoje está a olhos nus para todo mundo perceber que, realmente, o Pão de Açúcar é o supermercado de ponta, é o supermercado que busca inovação, é um supermercado que, apesar de todos os problemas, ele está sempre na ponta, trabalhando, mostrando para muita gente, por que? Porque não adianta baixar cabeça nas dificuldades. Nas dificuldades é que você tem que mostrar que você tem talento. É na dificuldade que você tem realmente trabalhar cada vez mais forte e a companhia sempre tem feito isso. Isso, para mim, marca bastante.

P/2 – E essa cultura, você transpôs ela para a sua vida pessoal? Você sente que, na sua vida pessoal, você vivenciou esses valores da empresa, você sente que você aplicou isso?

R – Sim, porque todo mundo me conheceu sempre como Pão de Açúcar, onde eu morava na Vila Guilherme, depois eu morei no Jaçanã. Depois, agora, eu moro na rua Eptácio Pessoa. Então, o referencial sempre foi o Pão de Açúcar e para mim o Pão de Açúcar é a minha vida. Para mim, realmente, eu adoro essa companhia. Já passei por vários percalços nessa companhia e eu estou sempre de coração aberto e sempre estarei de coração aberto, por quê? Porque existe uma entidade chamada Pão de Açúcar que é mais forte do que qualquer coisa. Para mim é isso.

P/2 – E você tem algum projeto, assim, pessoal ou no próprio Pão de Açúcar, profissional ou da sua vida pessoal, seus sonhos, esse projeto de futuro, que a gente falou de passado e agora...

R – O que eu sempre coloquei, sempre coloco é que eu dentro da minha função eu quero ser realmente um grande gerente. É isso que eu estou lutando a muito tempo. Esse é o meu grande projeto.

P/1 – Bom, o que você acha de estar participando desse projeto, que é um projeto de memória, um resgate da memória do grupo, por exemplo, agora, dando essa entrevista? O que você considera importante?

R – Eu acho que é vital para a companhia, eu acho que é vital para um país, eu acho que é vital para o estado, para o município, ele ter memória. Por quê? Nós só podemos ter futuro se nós temos passado. Os erros vão servir dos acertos do futuro. E os sucessos vão servir para trilhar uma outra carreira, para trilhar outras formas de agir, outras formas de pensar, outras formas de resolver através de todos seus exemplos do passado. Aquilo que você erra evidentemente que você vai aprender e você vai construir em cima disso. E os nossos acertos é um sucesso atrás de outro sucesso e vamos buscar cada vez mais o sucesso. Sucesso custa caro, a gente sabe muito bem disso, mas a companhia ela realmente é uma produtora do sucesso independente do preço. E às vezes não é o preço financeiro porque existe vários tipos de preço e a companhia nunca mediu esforços. A companhia sempre buscou e sempre procurou buscar. Então eu acho que...

P/1 – E qual a mensagem que você daria para os novos, para as pessoas novas, os empacotadores que um dia começaram... Que um dia como você começou dentro da empresa e que estão começando agora? Que visão que você dá, que mensagem você gostaria de passar para essas pessoas que estão começando?

R – A mensagem que eu gostaria de passar para todos os empacotadores que estão começando agora na companhia; “nunca parem em qualquer problema, seja ele grande, pequeno. Você tem que aprender com todos os problemas. A vida é cheio de percalços. Nós sempre vamos encontrar alguém que tenha alguma indisposição conosco. Ame essa pessoa, faça com que essa pessoa venha para você. Seja disponível, seja pró-ativo, por que? Porque quanto mais vocês se der, mais você vai receber.

P/1 – Está ótimo. Obrigada, Vanderlei. Vanderlei, fala um pouquinho do seu trabalho como gerente, que virou uma referência para todo grupo?

R – A nossa administração na Praça Panamericana, nós fazíamos uma administração de trazer os nossos funcionários e passar todos os informes importantes. Nós passamos venda, nós passávamos os resultados de quebra, os resultados de despesa e colocava eles a par de toda nossa administração. E por dois momentos, o Albertino, ele foi um chefe de operações da época a mais de 10 anos atrás, que hoje está sendo o modelo atual e isso ele já foi naquela época, que ele era um chefe de operações de Percíveis. Ele também ajudava, a Neide ajudava nessa administração. Quando eu saía de férias, eles mesmos cobriam as minhas férias naquela loja. Era uma equipe muita coisa.

P/1 – E você chegou receber um prêmio, não foi?

R – Ah, sim. A nossa loja recebeu um prêmio em 1993 do Rotary Club de Pinheiros, como a loja de varejo daquele ano.

P/1 – Por que ela recebeu esse prêmio?

R – Porque os integrantes da diretoria do Rotary colocaram numa reunião lá no Clube Pinheiros que acharam o melhor atendimento daquela época foi na loja do Pão de Açúcar da Praça Panamericana, atendimento e serviços. Assim eles colocaram numa reunião para nós.

P/2 – Vanderlei, fala um pouquinho também desse público dessa loja da Praça Panamericana, que é uma loja diferenciada de 24 horas, tem um público noturno, né? Então dá para você contar um pouquinho como que é a relação com esses clientes, a característica deles?

R – Então, esse público é um público que ele, assim que a loja já passou de 75 para 1207 foi em 1989, ela passou ser 24 horas. E o marco é que as pessoas, os nossos clientes, principalmente aqueles clientes que já conhecíamos da loja 75 eles se arrumavam para vim na loja de madrugada. Então algumas vinham com roupas de vestido longo, outras com penteado diferente, elas se produziam para vim para a loja. Era extremamente interessante e o público na noite ele é bem diferente do público de dia, por quê? Porque ele é menos... Ele tem menos estresse, ele passa por menos estresse. Não tem criança para levar no colégio, não tem conta para pagar no banco. Então eles vem com mais tempo na loja. Uma compra da noite naquela época passava uma hora e meia, duas horas fazendo compra. Vários artistas da época compravam. A Lillian Witte Fibe e outros artistas hoje que estão na Globo, estão no SBT, compravam e preferiam comprar a noite por causa dessa tranquilidade. A loja era uma loja ótima, com toda segurança, numa praça que na época tinha uma segurança total também. Isso era muito convidativo. Era um passeio, era um point, foi um point durante muito tempo ali na Praça Panamericana.

P/2 – E você ficava a noite? Assim, você trabalhava nesses períodos também?

R – Não todo dia que a gente não aguentava, mas...

P/2 – Mas vocês chegavam a estar na loja...

R – Mas eu fazia alguns plantões de madrugada para poder vivenciar. É extremamente interessante.

P/2 – Agora, não aconteceu nenhum incidente, nenhuma história diferente nesses plantões da noite que você esteve lá? Foi tudo bem, não tem..

R – Nos plantões da noite já aconteceu vários problemas que nós conseguimos sempre resolver. Um deles, um casal comprou um Pintado... Não, minto, um Dourado na nossa loja e na hora de fazer eles colocaram alcaparra. Eu não sei o que eles fizeram com o tempero e ficou muito amargo. Eles trouxeram o peixe, eles vestido do jantar, à caráter, eles trouxeram o peixe na bandeja e falou assim: “E agora, o que é que eu faço? Eu tenho mais seis convidados em casa.” Aí eu falei: “Olha, não quero que o senhor pense que o nosso peixe não tem qualidade.” Nós vamos provar, provamos. Vimos que era um problema de tempero e ao mesmo tempo nós não podíamos dizer que o cliente tinha errado. Ficou mais fácil. Nós pagamos o jantar para eles na época.

P/2 – Poxa, bom saber, viu? (risos)

P/1 – Eu acho legal. Eu sei que você tem que conhecer os vinhos, os queijos, tem viagens para o exterior?

R – Ah, sim, tá.

P/1 – Festa é com ele. Ele conhece tudo.

R – Tive algumas viagens também que eu fui para (UFMAI?) em 1995. Nós fomos em 400 e poucos brasileiros. Do Pão de Açúcar, nós fomos em 12 funcionários. Nós fomos na Feira de Chicago e depois nós fomos para Atlanta. Em Atlanta conhecemos vários supermercados, em Chicago também. Depois eu fui por minha conta para Nova York. Nova York eu fui ver supermercado também. Tive em New Jersey, estive em Miami visitando os supermercados. Depois pela companhia eu fui para Hungria, eu fui para Itália. Na Itália nós visitamos 16 empresas, entre vinhos, presunto de Parma, queijo parmesão... Agora eu não me lembro o nome. Parmegiano Reggiano, desculpe, Parmegiano Reggiano e várias cantinas de vinho.

P/2 – E a idéia dessas viagens é sempre trazer inovação para as lojas.

R – Sempre trazer inovação para as lojas. E o aprendizado é muito forte. Quando você faz uma viagem dessa de trabalho, você volta com outra cabeça, você volta com uma renovação muito grande. É igual todo mundo diz “as pilhas novas.” A gente volta de pilha nova. A companhia sempre me concedeu grandes coisas.

P/1 – Está ótimo. Você tem alguma coisa?

P/2 – Porque eu achei muito curioso é o lançamento de artistas famosos hoje que saíram da loja dele. O nosso Vic.

R – Ah, o Vic, eu não me lembro do Vic. Eu não me lembro... Tem espaço anda?

P/? - Pode continuar.

R – Quando eu estava administrando a loja da Gabriel Monteiro, nós tivemos a felicidade e convidar alguns parceiros. Aquele que falei anteriormente dos fornecedores, como Vic Meirelles. Vic Meirelles é um dos grandes floristas daqui, de São Paulo e do Brasil, né? Referência no que ele faz. Ele foi trabalhar conosco, mas o Vic na época ele não entendia de varejo, ele não entendia o lado comercial. O Vic contratou uma gerente para cuidar do lado comercial dele. Ele pagava mais para gerente do que ele conseguia receber da loja. Nós tivemos que ensinar o Vic como fazer o livro caixa, como administrar, como marcar preço, como é que ele tinha que pôr margem e o Vic aprendeu, está até hoje na Gabriel, só que ele não sai de lá. Nós estamos tentar levar ele para outras lojas, a gente não consegue. Na Gabriel também nós começamos lá com as marcas Wessel, começamos também com Olivier Anquier. Lá foi o ponto de partida de todos esses parceiros que hoje estão na companhia, que tem feito um trabalho excelente conosco, que é sempre referência, sempre agregando para a marca Pão de Açúcar porque qual que sempre foi a tônica? Trazer uma grande marca para agregar com a marca Pão de Açúcar. Então por isso que eram Vic Meirelles, por isso que era os produtos da Wessel, Olivier Anquier e muito mais marcas que estão hoje.

P/1 – E isso...

R – Mônica Desert. Pois não?

P/1 – E isso é uma ação inovadora do grupo?

R – Sim, sempre foi uma ação inovadora. O Pão de Açúcar sempre procurou estar na frente.

P/1 – E hoje se tornou uma referência modelo como você, não é isso?

R – Isso. Hoje realmente é referência por que? Porque a Wessel está em várias lojas. Nós temos as massas da Paola Di Verona, do Bola, Bola também está junto com a gente, o Giancarlo Bolla.

P/1 – Está ótimo. Muito obrigada.

R – De nada. A Benassi, a Benassi também começou lá na loja da Gabriel...

[Fim da entrevista]