

Armarinho Santo Antonio: Distribuição à Moda Mineira

FONTE: QUALIDADE EM COMÉRCIO E SERVIÇOS EDITORA SENAC-SP

Um fato marcante dos últimos tempos no setor do comércio é a aproximação entre o atacado e o varejo, que vem sendo patrocinada por alguns grupos, principalmente de Minas Gerais. O Armarinho Santo Antônio, de Ubá, e o Grupo Martins, de Uberlândia, são responsáveis pela provisão de milhares de pequenas lojas e de muitas redes de varejo. Ganhando no volume incrível em diversos itens comprados (o Martins foi, em 1991, o maior revendedor da cola Superbonder no mundo!), esses atacadistas conseguem colocar em prática um conceito cantado em verso e prosa pelos teóricos da Administração como algo altamente positivo: a parceria entre cliente e fornecedor. O Armarinho Santo Antonio tem 30 mil clientes ativos, entre pequenos e médios estabelecimentos comerciais. Fatura 100 milhões de dólares por ano e conta, com orgulho, a história de um aperto de caixa logo após o Plano Collor, quando 15.000 cheques em branco foram enviados pelos clientes para agilizar a burocracia na compra das mercadorias em estoque. Um exemplo raro (e forte) de parceria para valer...

No Armarinho, aliás, as práticas gerenciais são muito parecidas com o modelo japonês, embora o seu fundador, já falecido, nunca tenha atentado para isso e tenha promovido, intuitivamente, diversas inovações que abriram canais de participação e de aproximação dos empregados com os dirigentes.

Críticas e sugestões, por exemplo, são encaradas sempre como colaboração e têm hora e local apropriado: as sessões "Bom-dia" acontecem todas as manhãs, com a presença dos dirigentes e são abertas à presença de qualquer funcionário. Além disso, a empresa mantém um programa permanente de investimento em cultura e desenvolvimento do seu quadro de 580 empregados.

Do ponto de vista estritamente comercial, o ponto forte do Armarinho Santo Antônio é sua política de preços, que sempre repassa para os clientes os ganhos das negociações com os grandes fornecedores. O poder de barganha é forte; só da Microlite, o Armarinho comprou, de uma vez, 40 caminhões repletos de pilhas Ray-O-Vac!

Atendimento a 93% dos Municípios Brasileiros, grandes números, por sinal, são um contraste gritante com a folclórica humildade dos mineiros.