

A rede que abastece a capital

Sobradinho vai ter em pouco tempo um supermercado de dois mil metros quadrados, ao lado da Feira Permanente daquela satélite, o de maior dimensão da cidade. A novidade fica por conta do nome do empresário que está por trás deste investimento: o GDF, mais precisamente a SAB. A Sociedade de Abastecimento de Brasília que tomou a iniciativa tem hoje um ponto de distribuição ao lado do terreno onde será construído o futuro prédio.

A nova construção depende apenas da definição do gabarito de obra para Sobradinho, que está sendo elaborado pelo Instituto de Planejamento do DF (IPDF). Quando forem conhecidos os parâmetros que deverão ser seguidos, entram em campo a Shis e a Novacap (com sua fábrica de argamassa armada que produz peças pré-moldadas) capazes de concluir em cinco meses o prédio.

Transformar uma loja que hoje tem 240 metros quadrados num supermercado de dois mil metros de área implica em 70 a 80 funcionários em lugar dos 16 que atualmente ali trabalham. Esta necessidade de mão-de-bra será preenchida com o deslocamento de pessoal da função de apoio (administrativa) para atuar no ramo inicial da empresa, o comércio.

Relocação — Deslocar funcionários do administrativo para a atuação comercial da empresa faz parte da política de pessoal gerenciada pelo presidente da SAB, Nilsom Martorelli, para equilibrar um quadro de 700 funcionários, distribuídos entre o apoio (45%) e as lojas, com 55%.

A empresa também precisará transferir mais gente quando entrar em funcionamento a loja ampliada do Lago Norte, que passará dos atuais 546 m² para 1.200 m² e precisará ampliar seu quadro de funcionários em 35% a 40%. Onde trabalhavam 35, serão necessárias 60 pessoas. Entre o que foi gasto na reforma até agora, com 70% da obra concluída, e a compra de novos equipamentos (freezer, prateleiras, entre outros), o Governo gastou US\$ 500 mil.

Mudanças — Nilsom Martorelli encontrou a SAB com 823 funcionários quando assumiu o cargo em 93. Reduziu o quadro, segundo explicou, dentro do processo natural de afastamento de pessoas que não se enquadravam com os objetivos da empresa, aposentadorias e demissões voluntárias, como costuma ocorrer na iniciativa privada, gerando uma suspeita de que com a informatização da empresa possam haver novas dispensas.

“A informatização não significará redução dos postos de trabalho”, garante Martorelli. Ele lutou para trazer os computadores em função da otimização do trabalho e modernização da SAB, seu principal objetivo. Martorelli quer deixar a casa arrumada para seu sucessor. A vencedora da concorrência para implantar o sistema, a Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo — FIA-USP —



A rede SAB oferece comodidade por estar instalada em pontos estratégicos do Plano e satélites

levará 12 meses para concluir a implantação e treinar os funcionários para usá-lo. Até lá, Martorelli, que ocupa um cargo de confiança, certamente já estará de volta à empresa privada.

Real — O presidente da SAB acredita que a estabilização da economia, que o Governo Federal garante que acompanhará a adoção do real, deve trazer mudanças profundas no setor de abastecimento. Martorelli lembra que o retorno que o segmento de supermercados tem hoje com aplicações no mercado financeiro vai se tornar pouco atraente e, então, redes como a SAB (onde coexistem preocupações próprias de uma empresa e o compromisso social — sem caixa, portanto, para aplicar no mercado financeiro) estarão

competindo em pé de igualdade com os supermercados.

Com preços mais ou menos no mesmo patamar, Martorelli prevê que a SAB vai competir em melhor condição, oferecendo como diferencial para atrair o consumidor a vantagem da comodidade, por estar instalada em pontos estratégicos nas entrequadradas do Plano Piloto e nas satélites, com seus caminhões-baú percorrendo núcleos rurais e assentamentos.

Outra estratégia para atrair o público é justamente este investimento em informática, capaz de agilizar o atendimento e o próprio caminho das informações que precisam circular na empresa, como dados sobre estoque, preço, registros contábeis e outros. E,

ainda, uma política de treinamento de pessoal para tornar o funcionário cada dia mais capacitado para seu contato com o cliente.

A SAB, de 85 a 92, funcionou como compradora e repassadora de alimentos e outros itens que atendiam a programas sociais do Governo Federal, como a merenda escolar. Em 92, estes programas sociais foram descentralizados (municipalizados) e isto gerou “um susto” na empresa, admite Martorelli. Ele lembra que naquele ano e em 93 o prejuízo real chegou a US\$ 4,5 milhões, e aproveita para antecipar uma boa notícia: a SAB fechará 94 com suas contas quase equilibradas: “Se, para alguns, parece pouco, é necessário considerar que quem gerou a receita para equilibrar a despesa foi a própria SAB, pois o GDF não se comporta de forma paternalista, desviando recursos para injetar no prejuízo de suas empresas. O lema é competição e competência, como prega a cartilha da iniciativa privada”.

O marketing e a assessoria de imprensa também são grandes parceiros da estratégia SAB para conquistar o mercado. Este ano, uma promoção levará à Copa quatro sorteados e seus acompanhantes, e também a Garota da Copa. A promoção custou US\$ 60 mil, 4% da verba total para promoções disponível para este ano. Sabe-se que o apelo de ganhar a viagem com hospedagem paga levou muita gente aos supermercados e aumentou o faturamento da SAB. Mas Martorelli não soube precisar os números, que estão sendo levantados ainda manualmente. Por esta e outras, ele espera ansioso pela chegada do computador, que fornecerá dados com a velocidade que requerem os anos 90 e as muitas mudanças na economia deste País.



A meta é tornar os funcionários mais capacitados a atender o cliente