

A OPORTUNIDADE EM MEIO AO CAOS

Em tempos de crise, economia brasileira impõe seleção natural às empresas

O cenário econômico desafiador e incerto pelo qual os empresários brasileiros estão passando, devido à alta da inflação, do dólar e do combustível está colocando, cada vez mais em prática, a chamada “seleção natural de empresas”.

Associada àquela defendida por Charles Darwin, na qual os seres mais bem adaptados sobrevivem, enquanto os mais atrasados caem no desaparecimento, a seleção natural no meio empresarial também segue essa lógica.

O professor de economia da PUC-Campinas, Eli BorochoVICIUS, explica que o resultado dessa seleção é a redução de demanda pelos produtos e serviços das empresas e isso exige um diferencial competitivo de mercado. “As empresas que não estiverem preparadas para compreender o cenário de seu país e readequar o seu orçamento estarão mais propensas a enfrentar dificuldades financeiras”, afirma.

Ele acrescenta ainda que existem alternativas eficientes de contornar esse momento. “É necessário que as empresas revejam seu ciclo operacional, buscando girar o estoque com maior rapidez.

Para isso, precisa negociar bem o preço de compra para que possa oferecer preços competitivos ao mercado

mais atento às oscilações e fazer uma análise financeira de curto e longo prazos”.

Alternativas em tempos de crise

Fidelizar clientes, trabalhar menos e lucrar mais. Esse é o desejo de todo empreendedor que sonha com o sucesso. Acontece, entretanto, que com as dificuldades do mercado atual fazer o que todos fazem não é mais suficiente. É preciso cada vez mais ser diferente e conquistador.

É nesse momento que as alternativas surgem: a começar pelo ciclo operacional. BorochoVICIUS orienta que o empresário diminua o prazo médio de recebimento das vendas, amplie o prazo médio de pagamento com fornecedores e gire o estoque mais rápido. “É necessário que a empresa mantenha seus investimentos na diretoria comercial, intensificando sua força de vendas e buscando maior rotação dos estoques”.

Outras ações também são recomendadas, como o planejamento assertivo da produção, em que o fornecedor já fica preparado para a demanda que virá e isso melhora a negociação de preços e prazos. É preciso também apostar na seleção de clientes por meio de consulta de inadimplência, ou seja, preocupar-se com quem é seu consumidor e se ele

cumpra com seus compromissos. Só assim é possível projetar o lucro real da empresa.

Por fim, é vantajoso que o empresário faça a venda antecipada, também chamada de Just in Time. Essa estratégia se resume em efetivar a venda para depois realizar as compras, sendo assim, reduz-se a próximo de zero o estoque da loja. Por consequência, o ciclo operacional ganha eficiência. ■

“

Existem alternativas eficientes para contornar os momentos de crise

”

Eli BorochoVICIUS
Professor de economia da PUC-Campinas.

NÃO ESTÁ FÁCIL PARA NINGUÉM

Não só empresários sofrem com a crise econômica, os consumidores também estão com problemas na hora de gerirem suas contas. Marcelo Veras, especialista em gestão financeira, explica que apesar desse tema não estar presente no dia a dia do brasileiro, ele é de extrema importância. “A cultura do consumo desenfreado e da falta de controle sobre o dinheiro, afeta a produtividade no trabalho, no crescimento tanto profissional quanto pessoal”.