

Crise e crescimento: como aproveitar as oportunidades?

Por Paulo Sérgio de Moraes Sarmento

A dinâmica natural dos negócios, as alterações comuns dos mercados e o cenário de baixo crescimento da economia brasileira, além das complicações da economia internacional, faz com que muitos empresários, atentos ao rumo da sua empresa, se perguntem: Quando sei que meus negócios estão realmente crescendo? Em uma situação de crise da economia, quais são as minhas chances? Se esses aspectos acontecerem ao mesmo tempo, pode ser muito interessante.

O simples fato de uma empresa estar vendendo bem, as suas instalações estarem sendo ampliadas e o número de colaboradores aumentando, não quer dizer que ali esteja ocorrendo um crescimento real. Ao contrário, pode ser inchaço e sinal de custos elevados. Claro que o crescimento está relacionado ao aumento das vendas, mas desde que se tenha um lucro líquido (aquele que vem depois dos impostos) com valor ideal. O lucro por si só é apenas o resultado da diferença entre a venda e o custo.

As vendas podem estar em um aparente patamar tido como satisfatório e apresentando margem, mas insuficientes para ultrapassarem com folga os custos e investimentos. Se isso acontecer, os lucros só são suficientes para equilibrar a empresa e isso não leva ao crescimento. Com uma pequena oscilação das vendas, dos custos, ou uma ação inesperada, essa empresa estará se transformando em uma operação deficitária que nem sempre é perceptível em curto prazo.

Por outro lado, há um verdadeiro ciclo de crescimento quando observamos que as vendas crescem com um lucro que mantém o fluxo de caixa positivo. Quando realiza ganhos financeiros e ainda consegue manter programas permanentes de investimentos em melhorias, de inovação, de marketing, de aperfeiçoamento da equipe e ainda remunerando o capital. Só nessa condição será competitiva, agregará valor e terá expectativa de longa e bem sucedida vida.

Quanto às crises, sejam elas quais forem e de onde venham, sempre trazem temores e especulações na garupa. Porém, o que de fato elas provocam são uma ruptura do conhecido e uma conseqüente mudança. E já que importamos tanta coisa da China, por que não importar também a expressão “wai-ji” que vem a ser a junção de dois caracteres da escrita chinesa: *perigo* e *oportunidade*. Ora, só isso explica tudo. Crises oferecem perigo, mas oferecem também oportunidades.

Quando enfrentamos mudanças, principalmente aquelas as que não são provocadas por nós, espera-se que tenhamos que nos adaptar à nova realidade no menor tempo possível. Essa adaptação, no entanto, não deve ser compreendida simplesmente como acomodação, mas sim com indignação. E por quê? Porque mudanças sempre geram oportunidades que não batem em nossas portas. Somos nós que temos que identificá-las, agindo com rapidez e aproveitando o momento.

Se a empresa está com as finanças saudáveis (fluxo de caixa positivo, inovação e treinamento), as crises podem atrapalhar por um momento, mas a empresa terá todas as condições para sair na frente de seus concorrentes, podendo assumir uma posição até melhor da que tinha anteriormente.

Para ilustrar, a história está repleta de novas situações privilegiadas depois das crises econômicas, crises internas de empresas e mesmo de guerras. Apesar dos males causados na época, quem não se lembra do crescimento conquistado pelos Estados Unidos depois do crack de 1929 e o mesmo se sucedendo após a II Guerra Mundial

para eles e outros países? Crises são cíclicas e são razoavelmente previsíveis. Não devem ser temidas. Devem ser aproveitadas para crescer.

Paulo Sérgio de Moraes Sarmiento é economista e sócio da VSW Soluções Empresariais.

Sobre a VSW Soluções Empresariais:

<http://www.orgvsw.com.br/>

(11) 2291-8728

Informações para a imprensa:

InformaMídia Comunicação

Marília Cardoso

marilia@informamidia.com.br

(11) 2834 9295/ 98491-3527