



## Como resistir a esta economia?

**Dado que a tendência das vendas é para diminuir, consequentemente a tendência das receitas também, a resposta só pode vir pelo lado dos custos e, também, pelo lado da eficiência comercial.**

Com o mercado interno a encolher a olhos vistos, o que resta à generalidade das empresas portuguesas para manter a sua sustentabilidade? Dado que a tendência das vendas é para diminuir, consequentemente a tendência das receitas também, a resposta só pode vir pelo lado dos custos e, também, pelo lado da eficiência comercial.

Pelo lado dos custos, é necessário reduzir todos os operacionais e especialmente os administrativos - frequentemente os mais escondidos sem necessariamente serem os menos significativos, sendo até frequentemente os com maior potencial de impacto. Como se faz, há alguma receita mágica? Não, não há. Contudo há uma sugestão de percurso, simples e concreta até: eliminar cada papel existente de forma recorrente na atividade da empresa e que não seja relatório, que seja de registo. O mesmo para cada folha de Excel. Frequentemente é tão simples como isso, remover e simplificar.

Todos nos lembramos do estado demorar 6 meses para nos permitir criar uma empresa, entre todos os guichês e secretarias, agora é possível em 90 minutos, incluindo marca registada! E o relacionamento com as finanças? A integração da informação, registo predial, as filas de IRS, IVA... e muitos outros exemplos. Comparada com esta mudança, o que fez a generalidade do setor privado? A papelada diminuiu? Não se crê. Mais encomendas, encomendas menores, mais papéis, mais papelada e mais folhas de Excel. A realidade tende a ser esta. Quanto custa criar, manter registos manuais e paralelos, e as inconsistências entre eles e as falhas aos clientes que este tipo de registos potencia? Muito certamente, mais do que se percebe, frequentemente.

Eficiência comercial, dado que não só não poderá haver mais custos, antes menos, e que o mercado tende a reduzir, a única forma de manter ou aumentar as vendas é aumentando a eficiência comercial. Com controlo, como já referido em boletins anteriores e com gestão, direcionando a força comercial para

clientes com maior potencial, mantendo-a lá. Como se consegue isto? Concebendo um plano de abordagem a estes clientes, sistematizando-o, controlando a execução e gerindo os resultados. Claro a sistematização, gestão e controlo sem papéis nem folhas de Excel, que não sejam relatórios.

Por isso se questiona se temos todos presente, sempre, que: a) cada euro de custos é mais um euro de lucro, quando eliminado? b) com a mesma força comercial, cada euro adicional de vendas, aos mesmos clientes ou a novos, é um euro de prémio à empresa, face ao presente?

Por Joaquim Pereira  
Consultor