

A sobrevivência das empresas

“E o sonho acabou.... A precificação de produtos com margens gordas, acabaram...”

Até a pouco tempo, as empresas precificavam seus produtos utilizando as informações de custos diretos e indiretos em sua fabricação, colocavam uma margem (Mark-up), resultando no preço de venda. Tudo isto mudou, acontece que muitas empresas ainda não se deram conta que o Brasil está em outra era, a era do consumidor.

Hoje, a determinação do preço está na disposição do consumidor no quanto ele aceita pagar pelo produto, ou seja, o mercado define os preços. Desta forma, o poder mudou de mãos!

Isto quer dizer que não preciso mais saber quanto custa fabricar?

Muito pelo contrário. A relação vem de cima para baixo, ou seja, as empresas precisam se adequar as exigências do mercado. Os preços sendo impostos, e a cada dia, com mais exigências, as empresas precisam saber exatamente quanto custa fazer seus produtos e mais ainda, por etapas do processo produtivo, assim, poderá enxergar aonde ele não é competitivo para deixar com quem o é!

Estamos vivendo uma situação que nunca foi vivida. Nunca tivemos tanta competição, com tantas empresas e produtos competindo com os nossos. O passado não nos ensina muito mais, pois as situações são outras (nunca vividas) e cabe as empresas cheirar o novo (Livro: Quem mexeu no meu queijo – Jhonson e Spencer). Daí a importância da **Inovação** e da **Criatividade**.

Inovar não é atender o cliente no que ele quer e sim, surpreendê-lo. Normalmente, quando perguntado, o que ele quer está na ponta da língua: **Desconto e Prazo**. As empresas é que tem a obrigação de ouvir o mercado, entusiasmar seus clientes com produtos e serviços fundamentalmente novos e diferentes. Que cliente pediu o fax, ou talvez o telefone celular, ou o Mc Donald's, ou o Facebook, etc. Creio que nenhum! Se você ficar só ouvindo o cliente e fazendo só o que ele pede, correrá o risco de aparecer alguém e **surpreender** o seu cliente e tomá-lo de você!

A empresa para sobreviver precisa ser competitiva. Para ser competitiva é necessário atender a três requisitos importantíssimos: **Preço, Qualidade e Serviços** (parceria). Não adianta ter preço se não tem qualidade, da mesma forma, não adianta ter qualidade se os preços estão fora do alcance do cliente, e também, não adianta ter preço, qualidade e não atender aos anseios na hora que o cliente precisa.

Dos três requisitos, o que o empresário tem mais dificuldades é a primeira, o **preço**. A falta de conhecimento de se avaliar os custos dos produtos é latente. Profissionais desta área, normalmente são oriundos da contabilidade que tem uma visão macro (período) e sérias dificuldades em levantar

os custos reais por produto e muito menos por etapa, pois seu conhecimento de processo fabril é mínimo.

Mas porque estou falando de custos se no início deste artigo, eu mencionei que o mercado é que faz o preço. Simples, independentemente de o mercado ditar o preço, precisamos enxergar se temos condições de produzir neste valor e com que margem. Por isso, falar de custos.

“Todos os dias na África, uma gazela acorda e sabe que vai ter que correr muito para não ser pega pelo leão. Todos os dias na África, um leão acorda e sabe que vai ter que correr muito atrás de uma gazela para não morrer de fome”. Não importa se você é uma gazela ou um leão, o importante é estar preparado para a luta!

Mauricio Moura