

Sua empresa é competitiva?

Competitividade, O que é isso ?

A palavra “competitividade” de acordo com o dicionário da língua portuguesa significa condição de competir. Competir: v. 1. Tr. Ind. Concorrer com outrem na mesma pretensão; rivalizar. 2. Tr. Ind. Ser da competência, da alçada ou da jurisdição; cumprir, caber, tocar. 3. Tr. Ind. Pertencer por direito. 4. Pron. Rivalizar-se

Em termos empresariais, ser competitivo significa: Estar em plenas condições de disputar com qualquer concorrente pelo mercado que se apresenta em igualdade de condições..

O consultor empresarial Maurício Moura, sócio-diretor da Moura Fernandes Consultoria revela as premissas básicas para ser competitivo.

MM – “Para que uma empresa seja competitiva é necessário atender a 3 parâmetros básicos solicitados pelo mercado, ou seja, Preço, Qualidade e Serviços.



Não adianta ter um ou outro quesito é necessário procurar atender aos três, porém, começa aí os problemas, pois no quesito “preço”, as empresas brasileiras ainda estão engatinhando quando o assunto é determinar o preço final de um produto ou serviço, isto porque, nas pequenas empresas no Brasil, observa-se uma determinação empírica dos preços dos produtos. Em muitas dessas companhias o empresário determina o preço de venda de seus produtos simplesmente aplicando um número-fator com o qual multiplica o preço do insumo de maior peso em seus custos. Como por exemplo, na indústria moveleira, ao orçar um preço, simplesmente multiplicando o custo da madeira envolvida naquele orçamento, por um determinado fator. Isso também acontece nas empresas maiores. Em alguns segmentos, como se observa no ramo hospitalar só para citar um desses setores, observa-se que mesmo hospitais de certo porte não possuem sequer uma forma de apurar seus custos — para faturar seus produtos/serviços, contudo, eles se utilizam de tabelas de preços fornecidas pelas associações de classe.

E os custos? Será que estou gastando o que deveria, será que o meu processo poderia ser menos dispendioso? É claro que oportunidades para se melhorar existem.



Maurício Moura

A qualidade do produto ou serviço é outro quesito importantíssimo, uma vez que o consumidor hoje em dia, procura acabar com a prática de avaliar as transações apenas na base do preço, se na realidade o que se deseja é gastar menos, como dizia os nossos avós “o barato sai caro”. Essa relação Preço x Qualidade ainda vai gerar muitos debates, mas o que se procura é o casamento perfeito. O 3o. Quesito, talvez o mais importante de todos é o que você pode proporcionar aos seus clientes, “o diferencial”, como: credibilidade da marca, crédito, prazo de entrega, etc. Fazer o cliente entender que ele é seu parceiro e não mais um cliente. Por outro lado, não existe clientes fiéis, eles sempre vão estar procurando o melhor para o seu negócio, assim como você, então, é primordial que se busque, a melhoria contínua, sempre com os olhos atentos para as novidades do mercado para surpreender cada vez mais os seus parceiros”.

Muitas vezes, no corre-corre do dia-a-dia, não temos tempo para reavaliar nossos processos na busca de melhorias, e mesmo que tivéssemos, por estarmos envolvidos no cotidiano, dificilmente conseguiremos enxergar o que seria necessário fazer. A frase “santo de casa não faz milagres”, retrata bem esta situação. Empresas como Usiminas, Faber Castell, CVRD, Hípica Paulista, Novacki, Multibras, dentre outras, contrataram a Moura Fernandes para ajudá-los neste processo e conseguiram em meses, o resultado que atingiriam em anos.■