

“As empresas precisam de um plano estratégico bem definido. Além disso, ele precisa estar na cabeça de todos, não apenas na do líder”

**Geraldo Sardinha**

PROFESSOR ESPECIALIZADO EM FINANÇAS CORPORATIVAS DA FUNDAÇÃO DOM CABRAL



economia@atribuna.com.br

# Economia

## Empresas da região sentem peso da crise

Segmentos que tiveram alta em 2014 veem as vendas despencarem

LUCAS KREMPEL

DA REDAÇÃO

A crise econômica que o Brasil enfrenta já traz forte impacto aos empresários na Baixada Santista. Ninguém está ileso. Setores como tecnologia da informação e farmácia, um dos poucos segmentos que tiveram alta no faturamento em 2014, na comparação com o ano anterior, sofrem com o momento.

“Nos últimos anos tivemos crescimento de dois dígitos, mas o primeiro trimestre deste ano apresentou um recuo de 4% na comparação com igual período do ano passado”, diz o diretor financeiro da PoupaFarma, Celso Pereira.

Mas driblar a crise e manter a empresa em funcionamento é o grande desafio dos empresários. Na última quarta-feira, o professor associado da Fundação Dom Cabral, Geraldo Sardinha, conversou com executivos santistas, na Associação Comercial de Santos, e apontou caminhos para “sobreviver”.

“As empresas precisam de um plano estratégico bem definido. Além disso, ele precisa estar na cabeça de todos, não apenas na do líder”.

No caso da PoupaFarma, Pereira afirma que a meta é melhorar a eficiência operacional, fazendo mais com menos. “Dá para ter ganhos operacionais”.

O diretor da rede de farmácias acredita que, além dos reflexos da crise econômica, a concorrência também impactou no resultado do primeiro trimestre deste ano.

### Dom Cabral

**Na última quarta-feira, a Associação Comercial de Santos recebeu o professor associado da Fundação Dom Cabral, Geraldo Sardinha, para um bate-papo com empresários da região. Durante o evento, o especialista apontou caminhos e mostrou o que deve ser evitado em meio ao momento turbulento que o País vive.**

“O setor de farmácias cresceu muito nos últimos anos, principalmente em função do avanço no setor de higiene e beleza, além do envelhecimento da população. Grandes redes estão investindo na Baixada Santista e isso também afeta um pouco o crescimento”.

#### GESTÃO DAS DESPESAS

A empresa também aposta em outras frentes para reduzir suas despesas. “Estamos com uma gestão melhor de estoque, além de medidas para baixar os gastos com energia. Nesse ponto, estamos trocando nossa iluminação por lâmpadas LED e modelos de ar-condicionados que consomem menos”.

No setor de tecnologia da informação, o cenário não difere. A Data Copy, por exemplo, que está há 28 anos no mercado, garante que este é o pior momento vivido. “Vivemos na dependência de empresas do setor portuário. Muitas delas es-

tão reduzindo suas atividades”, explica o diretor da Data Copy, Marcos Sanseverino.

O executivo afirma que os resultados começaram a baixar em novembro do ano passado, quando foi obrigado a reduzir sua equipe. “Estamos fazendo o possível para não cortar pessoal. E estamos tendo um sucesso relativo. Apesar disso, demitimos cerca de 12%”.

Sanseverino afirma que tem conversado com empresários de outros setores e todos se queixam das mesmas coisas. “Varejo, veículos, construção civil, todos estão apertados com esse cenário”.

Como medida para minimizar o prejuízo, o executivo afirma que tem feito o possível para reduzir os custos fixos da empresa. “Luz, água, telefone. Estamos economizando em tudo, mas mesmo assim não conseguimos atingir os objetivos”.

Quanto aos custos variáveis, Sanseverino diz ser impossível mexer neles. “Precisamos de peças de reposição, consumíveis. Dependemos da importação dos produtos e a questão cambial inflacionou nossas despesas nos últimos meses”, diz em referência ao aumento expressivo do dólar frente ao real.

Mesmo com todas as complicações pela frente, o especialista Geraldo Sardinha aconselha que os empresários não utilizem financiamentos bancários para pagar dividendos e mantenham os investimentos. “É preciso investir e decidir se quer sobreviver até 2016 ou continuar com as operações em funcionamento”.



CLAUDIO VITOR VAZ - 30/7/12

Farmácias, que até 2014 cresceram com as vendas de higiene e cosméticos, sentem revés na economia

## Momento difícil exige foco nos negócios

■ A alta do dólar, o mercado instável, a crise econômica e outros fatores estão deixando em alerta todas as empresas, mas o especialista Samuel Lopes, sócio da Consultoria Tiex, dá dicas de como aumentar a rentabilidade, melhorar a gestão e se prevenir da crise.

Para Lopes, contar com profissionais com conhecimento diferenciado e motivados pode ser um ganho para a empresa. “Pessoas certas, nas posições certas podem fazer a diferença na hora de propor soluções”.

Parcerias também são vistas com bons olhos em tempos de crise, segundo o especialista. “Permitem a empresa focar nos negócios, otimizando recursos e aumentando a qualidade de seus produtos e serviços”.

Outro ponto levantado por Lopes é a busca por novas fontes de receitas. “Não se pode deixar de investir, mas os gastos devem ser reavaliados e reduzidos desde que não atrapalhem o desenvolvimento do negócio. Faça um planejamento tributário, renegocie contratos com fornecedores e despesas bancárias”.

Para terem sucesso nesse período de instabilidade, as empresas devem estar antenadas nas demandas e expectativas do mercado, pensando no futuro, acredita o representante da Tiex.

“Foque não apenas no que os clientes precisam atualmente, mas no que vão passar a demandar também. Antecipe tendências e seja fiel às necessidades dos clientes para se posicionar

em uma situação vantajosa em relação à concorrência”.

O especialista lembra ainda que em tempos de crise as concessões de crédito ficam mais difíceis. “Planejamento de necessidade de recursos pode significar grandes ganhos ao permitir uma melhor avaliação da opção de captação de recursos e consequentemente melhores negociações ou redução de taxas”.

Não se esconder em meio ao momento turbulento é considerado uma peça chave para o sucesso da empresa.

“Quem não é visto, não é lembrado. Neste momento de crise aconselhamos a achar formas inteligentes de se promover. Nunca deixe de investir em comunicação, promoção e vendas”.