

## 2010, você será seu pior inimigo!!!

Quase ninguém tem dúvidas de que 2010 será um excelente ano. Mas, entrevistamos mais de 450 executivos, de vários segmentos de mercado, para ouvir deles as oportunidades e ameaças para suas empresas em 2010. O resultado me surpreendeu.

A expectativa de resultados é extramamente promissora, contudo, a grande maioria das empresas não está minimamente preparada para atender a demanda e tirar proveito desta grande, e talvez única, oportunidade.

Houve um grande consenso na percepção dos entrevistados quanto a taxa do dólar para o final de 2010 como sendo R\$ 1.8 e a inflação acumulada como sendo 5.3%. O crescimento do PIB teve média 4.73% mas contou com otimistas como os segmentos de saúde, construção, alimentos e bebida e com pessimistas como o setor público, terceiro setor e o varejo.

A expectativa de crescimento dos entrevistados é crescer cerca de 27% em 2010. A área de TI e Telecom espera crescer 30%, as empresas de consultoria 28% e o varejo 25%. Os piores desempenhos ficarão com a área agrícola e setor público com cerca de 10% cada. A primeira surpresa da pesquisa veio na resposta de como os executivos acreditam que crescerão em 2010. Praticamente todos os segmentos de mercado estão com a mesma estratégia de crescimento: canais. Aumentar os pontos de presença através de filiais ou intermediários como franquias, revendas, integradores ou representantes comerciais. Aumentar as vendas através de aumento da base de NOVOS clientes e NOVOS mercados.

Esta estratégia de expansão de mercado exige aumento do quadro de colaboradores diretos ou indiretos e é exatamente aqui que os executivos enxergam a maior ameaça para 2010: falta de mão de obra qualificada para o crescimento – tanto para execução quanto para vendas e marketing. Outra ameaça percebida é a falta de capital para o crescimento. O mercado crescerá mais rápido do que o fôlego financeiro das empresas e elas correm o risco de perder grande parte da carteira de clientes para a concorrência.

O grande desafio das empresas será ter agilidade e velocidade para o crescimento, criando um engenho bem engrenado para fazer seleção, recrutamento, treinamento, capacitação e retenção de talentos. A padronização dos processos será fundamental para garantir o crescimento com qualidade de atendimento, execução e entrega. O maior investimento das empresas entrevistadas será na área de recursos humanos seguido pela área de marketing. O investimento em marketing faz sentido com a estratégia de expansão para NOVOS clientes e NOVOS mercados. Contudo, deve ser um marketing inteligente buscando novos modelos de operação para atender a demanda do mercado com maior rapidez e competitividade.

Desta vez, você terá dois inimigos muito diferentes: você e o tempo. A oportunidade de crescimento é simplesmente fantástica. Você só perderá se não tiver agilidade e velocidade. E o pior de tudo é que se você falhar não vai dar para botar a culpa nem no governo, nem em ninguém...

Aproveite o final do ano para se preparar. Faça um bom planejamento com uma boa engenharia financeira para saber o quanto poderá investir. Estude alternativas de modelos de operações e modelos de expansão. Estruture a área de marketing e vendas para dar agilidade e desempenho para a empresa. Pense em como clonar o seu conhecimento para os seus colaboradores. Padronize os processos para ganhar escala. Não desperdice esta oportunidade. Ela será única.

(\*) Dagoberto Hajjar ([dagoberto.hajjar@growbiz.com.br](mailto:dagoberto.hajjar@growbiz.com.br)) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.