



Jornal da Tarde

Produtividade é saída para lucrar mais

8 de setembro de 2010 | 6h55 | [Tweet este Post](#)

Categoria: [Empresas](#), [Investimentos](#)

Carolina Dall'Ólio

O salão do restaurante Sabor e Cia, em Caieiras, há um bom tempo já ficava lotado na hora do almoço, com todos os 40 lugares ocupados. Parecia, portanto, que a empresa não tinha mais como crescer - a menos que expandisse seu espaço físico. Essa seria a conclusão óbvia. Mas para o casal Luiz e Larissa Bimbatti, proprietários do estabelecimento, a saída encontrada foi menos convencional e mais inteligente: eles apostaram no aumento da produtividade para crescer.

Ao ouvir os clientes e transformar o cardápio a la carte em buffet, as refeições ficaram mais rápidas e a rotatividade dos clientes nas mesas triplicou na hora do almoço. Assim, eles atendem 120 clientes em vez de 40. Outra ideia foi abrir o Sabor e Cia à noite, mas com cardápio de happy hour, cheio de petiscos e bebidas alcoólicas. Resultado: o faturamento agora tem, em média, alta de 12% a cada mês.



Luiz e Larissa ouviram clientes, mudaram o cardápio e agora fatura mais. (Foto: Hélivio Romero)

Ao agir dessa forma, os Bimbatti se tornaram exceção. Produtividade não costuma ser o ponto forte das micro e pequenas empresas brasileiras, mostra pesquisa do Sebrae. Mesmo sendo 99,12% do total de empresas existentes no País, os negócios de micro e pequeno porte representam apenas 20% do Produto Interno Bruto (PIB).

Na Itália, onde o percentual de micro e pequenas é semelhante ao nosso, elas contribuem com 55,6% das riquezas produzidas - a média europeia é de 30%. A justificativa para o fraco desempenho das empresas brasileiras é a baixa produtividade. “Os empreendedores tendem a ter pouca profissionalização, porque a maioria abre o negócio por necessidade, e não por oportunidade”, avalia Dariane Castanheira, do Programa de Capacitação da Empresa em Desenvolvimento da Fundação Instituto de Administração (Proced-Fia). Para se tornarem produtivas, as pequenas empresas devem monitorar a concorrência, ensina Julio Tadeu Alencar, consultor do Sebrae-SP.

Ele afirma que, em muitos casos, a entrada de um novo concorrente que têm custos menores e pratica um preço mais acessível pode ser mortal para o seu negócio. “Por isso, é fundamental que o empresário saiba exatamente quais são seus custos e procure sempre reduzi-los. Porque a definição de produtividade é justamente essa: fazer mais com os mesmos recursos”, diz.

O empreendedor precisa saber quanto custa produzir cada item de seu portfólio, quais são os produtos que oferecem a maior margem de lucro, de onde vem a sua receita. “Mas não são apenas os indicadores financeiros da empresa que podem apontar oportunidades de melhora na produtividade”, ressalta David Kallás, professor de gestão estratégica do Insper. Kallás sugere que o empresário crie indicadores para tudo, desde o desempenho de cada funcionário até a satisfação dos clientes.