



Os malucos do setor de vendas

Romário é um jovem empresário do setor de informática. Ele é formando em administração de empresas. No início do negócio, o seu ex-sócio Julio controlava a área comercial. Julio fez a nova empresa crescer rapidamente no mercado e depois saiu para fundar o seu próprio negócio. Com a saída de Julio os negócios estagnaram. A empresa parou de crescer. Romário está tentando descobrir o que está acontecendo. Passa horas no computador analisando os dados e as informações da empresa. A contabilidade está sempre em dia. O setor de custos está muito bem estruturado e monitorado. Os cortes nas despesas são uma constante. O gastos com papel higiênico, por exemplo, estão sendo controlados em metros por dia. O cafezinho continua gratuito, mas os copinhos plásticos foram cortados. Cada empregado tem uma xícara com o seu nome gravado e com um lugar próprio para guardá-la, depois de lavada por ele mesmo.

A área administrativa da empresa de Romário funciona muito bem. Mas, ele vive em conflito com a turma do setor de vendas. Para ele, a área comercial está sempre em segundo plano. Ele não gosta da atividade e a entende como um "mal necessário". Para ele, ela é mais um centro de custos do que de resultados. Talvez, seja porque ela não responde matematicamente às suas determinações. Porque ela foge das fórmulas e das equações do seu raciocínio sempre lógico e exato. Porque os números mensais meticulosamente estudados e projetados para as vendas insistem em não se confirmar. O pior é que Romário não se cerca de pessoas que tenham conhecimento e afinidade com a área. Ele insiste em pagar salários relativamente mais baixos para o setor. Como resultado, acaba contratando auxiliares medíocres e sempre submissos para administrar a área comercial da empresa.

A partir da liderança de Romário e, da sua pouca afinidade com a área comercial, difundiu-se na empresa uma cultura de desprezo pelo setor. A maioria dos burocratas da empresa trata mal e até dificulta a ação do pessoal de vendas. Difundiu-se que os supervisores e vendedores são uns indisciplinados. Que eles não seguem as normas. Que eles sempre atrasam seus relatórios e fazem previsões furadas. Que eles costumam vender mercadorias fora dos padrões de fabricação, mercadorias diferenciadas, que só servem para complicar a vida dos setores de produção e de expedição. Que eles costumam dar descontos exagerados e sem a devida autorização. Que eles só ficam protegendo um bando de clientes chatos e criadores de problemas. Nas reuniões de vendas, Romário quase sempre fica nervoso com os resultados e o comportamento da equipe. Ele se descontrola e esbraveja. Diante das reivindicações dos vendedores por um tratamento melhor na empresa, Romário chama, indiretamente, todo mundo de maluco, antiético, mau-caráter e ganancioso.

A luz amarela está acesa na empresa de Romário. Só ele ainda não percebeu que ela indica que o negócio já está no caminho do brejo. Romário, que é um amante dos números, precisa entender melhor o papel do pessoal da área comercial. Precisa entender que eles atuam num mercado caótico, dinâmico e incontrolável. Que eles vivem numa selva cheia de predadores e não numa sala com ar condicionado, onde tudo pode ser monitorado e controlado. Precisa conviver com a imprecisão de suas previsões. Precisa entender que sua empresa não vive de controles, planilhas e números. Que ela vive da receita gerada pelas vendas e pelos vendedores. Que a empresa só sobreviverá e crescerá se fidelizar os clientes antigos e conquistar muitos clientes novos. Se vender bem e receber nos prazos estabelecidos. Que sua empresa vive da energia, da rede de contatos, do empreendedorismo, da quebra de paradigmas, do imprevisto, do pensamento lateral, da indisciplinada e da obstinação daquele "bando de malucos" do setor de vendas.

EDER LUIZ BOLSON - empresário, fundador de cinco empresas, professor universitário e consultor de empresas. Engenheiro formado pela Universidade Federal de Santa Maria, RS. Fez curso de mestrado na North Dakota State University dos Estados Unidos.

Fez diversos cursos de especialização em gestão de negócios e marketing no Brasil e exterior. Foi professor de Técnicas de Elaboração e Avaliação de Projetos do Departamento de Economia da AEUDF (Associação de Ensino Unificado do Distrito Federal) . Foi Assessor de Planejamento e Gerente da EMBRAPA/SPSB.

É presidente da APSEMG (Associação dos Produtores de Sementes e Mudanças de Minas Gerais) e Vice-presidente para Negócios Internacionais da ABRASEM (Associação Brasileira dos Produtores de Sementes). Fundador e Vice-presidente do SINDBIO/FIEMG (Sindicato das Empresas de Base Biotecnológica no Estado de Minas Gerais). É membro do Conselho de Representantes da FIEMG. É professor de Empreendedorismo e Planos de Negócio de cursos de pós-graduação e consultor da Fundação Israel Pinheiro.

Sua experiência prática empreendedora é interessante e diversificada, pois a partir de sonhos ou visões fundou empresas que se desenvolveram e hoje atuam com sucesso, gerando emprego e renda, em diversos setores como: alta tecnologia, indústria, comércio e prestação de serviços. Continua criando empresas e ajudando outras pessoas a criarem novos negócios.

Eder Luiz Bolson é autor do Livro: "**Tchau, Patrão !**"