



CONTABILIDADE

em pauta

A CRISE E SEUS EFEITOS PEDAGÓGICOS

Prof. Washington Silas Degraf¹

Enfim, o ano de 2015 vai chegar ao seu fim e sem deixar saudades. Pelo contrário, é um ano que será bastante festejado pelo seu término.

É natural ao se iniciar um ano que sejam definidas metas, planos, sonhos, desejos e tudo o mais que se objetive atingir; sempre olhando para frente e tendo como perspectiva algo melhor do que já existe ou que se tem. Ao iniciar 2015 não foi diferente, porém o que ninguém esperava é que o ano fosse tão ruim e que remetesse todos, ou quase todos, a um retrocesso.

O Brasil vivenciou uma crise como há muito não se via. O fantasma do desemprego voltou a rondar, acompanhado de um processo inflacionário corroendo a renda dos que se mantiveram empregados. A tudo isto somaram-se as incertezas do futuro no campo econômico, tirando as perspectivas de quanto tempo irá durar esse cenário chamado de recessão. Não cabe aqui dissertar sobre as causas de tudo isso, porém não se pode deixar passar em branco sem que se tirem lições que auxiliem a entender esse processo dentro das empresas.

Em primeiro lugar tem que se entender que crises sempre existiram e sempre irão existir. Esta não foi a primeira e nem será a última. O que pode variar é a intensidade, a durabilidade e os setores que serão mais, ou menos, atingidos. Portanto, uma empresa não pode se deixar levar pelas crises e atribuir seus efeitos a questão de sorte ou azar e até mesmo terceirizar a culpa pelos efeitos que possam causar. Quando se vivem momentos bons os méritos são da administração que proporcionou crescimento e lucratividade. Quando vêm os momentos ruins, a culpa é do mercado, do governo, de outros países e de quem mais se possa acusar, mas nunca da administração.

¹ Professor nos Cursos de Graduação das Faculdades Integradas Santa Cruz, Bacharel em Ciências Contábeis e pós Graduado em Administração de Marketing, possui mais de trintas anos de atuação profissional em gestão empresarial.

Aprofundando mais esse raciocínio, é possível sim, fazer uma reflexão de como as empresas geralmente são administradas nos tempos de bonança. É comum conviver com desperdícios, investimentos sem os devidos cuidados, falta de comprometimento com o futuro da organização, descuido com os clientes, fornecedores e até mesmo com as finanças da empresa. Contudo, isso é natural e praticamente inerente do ser humano, pois tudo é mais fácil. Os desperdícios e os gastos feitos são compensados pela farta entrada de recursos e receitas. A falta de comprometimento é amenizada pela tolerância do mercado em depender mais da empresa do que a empresa depender do mercado. O descuido com as finanças é suprida pela oferta de crédito.

Quando dos momentos ruins tudo isso deixa de ser perdoado, pois os clientes, bem como suas compras, ficam mais escassos, deixando de aceitar passivamente suas expectativas não serem corretamente atendidas. A obtenção de receitas fica mais difícil e não é acompanhada pela redução dos gastos, e para obtê-las são forçadas a sacrificar suas margens. A esse cenário se somam as dificuldades financeiras, que se tornam evidentes quando não se tem mais crédito barato e farto. As empresas então passam a acusar o golpe. Enfim, foram atingidas pela crise.

Pois bem, há que se entender que a economia é sazonal e haverá períodos de vacas gordas e períodos de vacas magras, se assemelhando a uma passagem bíblica. O mercado muitas vezes dá e em outros momentos toma. Como já mencionado, isso não é novo e nunca será. Cabe entender e saber aplicar o que a história ensina.

Na década de oitenta, o Brasil passava por uma de suas crises econômicas e a Weg, tradicional empresa catarinense e uma das maiores produtoras de motores do mundo, também sentia seus efeitos. O seu Presidente na época, Décio da Silva, tomou a iniciativa de que algo deveria ser feito: optou por aproveitar aquele momento e corrigir tudo que poderia ser melhorado na empresa. Desde a qualidade dos produtos, melhoria de processos e treinamento de toda sua equipe. Entendia que aquela crise em um determinado momento iria acabar e quando isso ocorresse a empresa deveria estar preparada para as oportunidades que se apresentariam. E assim foi feito e a Weg saiu mais forte e mais preparada para crescer e se tornar o que hoje é.

Também pode ser citado como exemplo a Cia Hering, que se viu praticamente falida com a vinda de produtos importados com preços menores. Mudou drasticamente sua atuação, investindo na valorização da marca e com isso renasceu das cinzas para ser uma empresa rentável, com uma excelente

capacidade financeira e com baixo endividamento.

Muito se fala que as empresas crescem na crise e isso é uma verdade como pode ser exemplificado pela Weg e por diversas outras empresas. Porém, o segredo está em saber utilizar os momentos ruins não para reclamar e procurar culpados, mas para aprender com eles o que pode ser melhorado.

É questão de tempo e todo esse momento ruim da economia irá passar e novos horizontes irão surgir trazendo grandes oportunidades de crescimento. As empresas voltarão a crescer e se fortalecer. Porém, quando isso ocorrer devem manter vivas na memória que as crises vão e voltam e para isso devem sempre estar preparadas para se manterem saudáveis financeiramente, com seus investimentos bem planejados, com suas despesas sempre controladas, com seus clientes sempre bem atendidos e, fundamentalmente, com baixos índices de endividamento. Quando do surgimento das novas crises seus concorrentes irão sentir enquanto quem se preparou também irá sentir, mas com intensidade menor. A empresa estará melhor preparada para se manter viva e se desenvolver, valendo a velha máxima de que nas crises é que se cresce.

“O informativo **CONTABILIDADE EM PAUTA** é um espaço destinado a divulgação das idéias e produção acadêmicas dos professores, alunos e ex-alunos do Curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba. Cada artigo, ou opinião, é de responsabilidade dos autores e as ideias nele inseridos, não necessariamente, refletem o pensamento do curso. O objetivo deste espaço é fomentar debates sobre assuntos relacionados a contabilidade e finanças.”