

O Empresário Moderno e as Estatísticas

Francisco Estevam Martins de Oliveira (*)

Na medida em que convivemos em um mercado competitivo, torna-se cada vez mais necessário que tenhamos uma administração eficiente através de decisões corretas e ágeis. Neste cenário, o empresário moderno tem que competir com um número crescente de profissionais formados e um mercado consumidor restrito (menos de 5% da população têm acesso à estatística). Assim, o empresário moderno tem que tomar decisões, e tem que acertar em suas decisões. Para isto, ele pode e deve se cercar das melhores técnicas e ferramentas administrativas. É neste momento que surgem as estatísticas. A estatística foi uma das principais ferramentas gerenciais dos japoneses depois da 2ª Guerra Mundial, e hoje é uma importante fonte de informações para qualquer empresa competitiva, independente do tamanho, seja a Coca-Cola, seja um pequeno estabelecimento comercial.

Através de estatísticas de fluxo de caixa, por exemplo, pode-se fazer previsões de entradas e saídas de caixa da sua empresa em meses seguintes e planejarmos datas de investimentos, programarmos pagamentos em que o saldo de caixa esteja mais alto, cortar-se despesas corretamente, entre outras. Através de estatísticas dos clientes, pode-se direcionar a empresa para um público-alvo mais adequado. Estatísticas de satisfação dos clientes têm várias funções como o aprimoramento contínuo do seu serviço (*controle de qualidade*), melhorando os pontos fracos e mantendo os pontos altos, mantendo contato e ouvindo opinião do cliente, além de poder avaliar o desempenho do pessoal interno. Vários dados podem ser obtidos, como por exemplo, medir-se o retorno de uma mala direta enviada para os clientes que visitam sua empresa há mais de seis meses. A rigor, toda ação administrativa pode ter sua eficiência medida através de estatísticas simples.

Para podermos realizar estatísticas precisas e obtermos bons resultados, alguns pontos devem ser tomados:

a) **Planejamento** - planejar-se para saber quanto, onde e como vamos obter dados para realizarmos estatísticas, treinando e informando toda equipe para realizar tais levantamentos;

b) **Registro** - é o momento de serem anotados todos os dados para as estatísticas.

Estes registros devem ser padronizados e conter todas as informações úteis;

c) **Interpretação dos dados** - depois de extraídos todos os dados e feitas todas as estatísticas, deve ser feita a análise dos resultados obtidos, verificando possíveis tendências (por exemplo, aumento crescente de pagamentos em torno do dia 10, ou diminuição de críticas aos funcionários após um treinamento específico) e interpretando possíveis causas (por exemplo, baixa entrada de caixa no mês de janeiro devido a um momento sazonal de menor consumo). Depois, baseado nestas informações e dados concretos, diminuímos as falhas cometidas de julgamento, tomando decisões que melhoram a administração da empresa.

A título de curiosidade, eu possuo apenas 1,66 metros de altura. Sei que parece não ter sentido esta informação no final deste artigo. Mas ela tem duas funções. A primeira é reverter uma imagem deixada pela minha foto, que dá a impressão de eu ser alto. Ela é fruto da generosidade do fotógrafo. Comparando com a altura média das pessoas, eu sou considerado um homem de baixa estatura. A segunda é que esta é uma conclusão incontestável, que pode ser confirmada pelos números. É uma simples (e dura) questão de estatísticas, que não permite que se esconda a realidade....



(*) **Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Estatístico do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC) da Federação do Comércio do Estado do Ceará, Diretor da Coordenadoria Institucional do Serviço Social do Comércio (SESC) do Estado do Ceará e professor da Unifor.**