



GARGALO NA PROFISSIONALIZAÇÃO DAS VENDAS

FALTA DE ESTRUTURA COMERCIAL É DESAFIO PARA O CRESCIMENTO DE EMPRESAS

Em busca de expansão, as micro, pequenas e médias empresas enfrentam gargalo na profissionalização das vendas

A relevância de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) para a economia brasileira é comprovada pela participação majoritária entre os empreendimentos do país, a contribuição no valor adicionado e a empregabilidade. Neste 27 de junho, quando se celebra mundialmente o dia das MPMEs, além de reconhecer a importância do setor, é preciso fomentar o debate sobre os desafios a serem superados.

Junto aos microempreendedores Individuais (MEIs), a MPMEs representam 97% dos negócios ativos no Brasil, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), sendo responsáveis por 26,5% do Produto Interno Bruto Nacional (PIB). O país soma 21,7 milhões de empreendimentos, responsáveis por seis em cada dez empregos formais. Para 2026, a projeção é de crescimento real de 2,9% no faturamento do setor, conforme o Índice Omie de Desempenho Econômico (IODE), realizado pela Omie.

Como forma de reconhecer a importância econômica e social de pequenos e médios negócios, em 2017, a Assembleia Geral das Nações Unidas estabeleceu a data de 27 de junho como o Dia das Micro, Pequenas e Médias Empresas.

Além de celebrar, a data é uma oportunidade de pensar soluções e melhorias. A falta de estrutura comercial se apresenta como um dos principais desafios ao crescimento de MPMEs, impedindo que escalem as vendas e transformando o setor comercial no principal gargalo para a expansão.

De acordo com o cofundador da Escola Exchange, Ricardo Okino, um dos principais erros de pequenas e médias empresas é depender do dono para conseguir vender. “No início, essa habilidade é muito importante, mas, ao longo do tempo, se o proprietário não consegue transformar seu



“Encontrar novos canais de aquisição e de clientes é essencial para continuar crescendo. Se não há previsão constante de geração de leads, não há como crescer de forma constante.”

conhecimento sobre serviços ou produtos e como funciona o processo de vendas do negócio em conhecimento explícito para sua equipe, acaba se tornando refém da própria operação, limitando o crescimento.”

A ausência de uma estrutura comercial impede que MPMEs escalem vendas, mesmo quando existe demanda pelo produto ou serviço, impactando diretamente o faturamento. Isso porque, como explica o especialista, “cada um vende do jeito que quiser”, tendo em vista que não há padronização de processo e treinamento comercial. O resultado é desperdício de dinheiro e de potenciais clientes.

Por isso, ele destaca a importância de ter uma estrutura capaz de acompanhar o crescimento, com processos claros e um plano de desenvolvimento comercial, como playbooks e treinamentos, para sustentar e multiplicar o conhecimento de vendas para novos colaboradores.

Crescer de forma sustentável e lucrativa

A geração de demanda também influencia a escalabilidade do negócio. Por isso, garantir uma boa estratégia, seja ela proativa ou reativa, é um passo recomendado para quem busca aumentar a produtividade, fortalecer a competitividade e adquirir amadurecimento comercial.

Nesse sentido, indicações e networking também são importantes, mas Okino alerta que existe um limite de crescimento. “Encontrar novos canais de aquisição e de clientes é essencial para continuar crescendo. Se não há previsão constante de geração de leads, não há como crescer de forma constante.”

Para o especialista, toda empresa precisa crescer, mas não a qualquer custo. Por isso, o caminho ideal é crescer de forma sustentável e lucrativa.

“Isso significa que o custo de aquisição do cliente não pode ser superior à receita que o cliente gera ao longo do tempo. E a estratégia comercial deve acompanhar esse raciocínio, ou seja, a estrutura, os processos e as pessoas devem fazer sentido conforme o modelo de crescimento da empresa e a receita gerada para cada negócio.”

Tecnologia deve fazer parte da rotina dos negócios

O uso de tecnologias nos processos das empresas que buscam a expansão é fundamental, como explica Okino. “Mais um ponto fundamental para o crescimento das empresas é adotar soluções tecnológicas e de Inteligência Artificial, como CRM, sales coaching e automações, a fim de sustentar a execução dos processos estabelecidos e garantir o crescimento linear e constante.”

Pesquisa conduzida pela IDC revela que, no Brasil, 88% das organizações consultadas acreditam que a IA será o principal motor de competitividade até 2030, já 90% das entrevistadas apontam que a tecnologia se tornará um diferencial em seus respectivos setores.

