

Porque o empresário de fomento mercantil deve investir em Tecnologia?

O mercado de fomento mercantil está mais competitivo, os clientes cada vez mais exigentes e as empresas que pretendem se manter no mercado estão buscando novos nichos, maior agilidade e um nível de profissionalização cada vez maior. Isto torna a concorrência acirrada e quem não se atentar para essas questões estratégicas ficará em desvantagem frente aqueles que se prepararam e com isso tenderão a desaparecer do mercado.

Como disse o Dr. Luiz Lemos Leite, Presidente da Associação Nacional de Factoring – ANFAC, em seu artigo Fomento Mercantil um Salto de Qualidade: “Não podem mais as empresas de fomento mercantil manter os mesmos padrões de gestão dos últimos 5 anos. Terão que promover uma profunda reestruturação de seus métodos de operar, buscando novos nichos de mercado.”

A atividade do fomento mercantil exige do empresário uma tomada de decisão rápida, com pouco tempo para análise, e nem sempre as informações estão disponíveis com qualidade e a rapidez necessária. Muitas vezes disputam o cliente com grandes organizações que possuem ferramentas de apoio à tomada de decisão que lhes proporcionam as condições necessárias para a decisão acertada. Competem em condição de desigualdade.

Neste cenário dinâmico e exigente a tecnologia da informação tem um papel fundamental e, se bem utilizada, dará a condição do empresário de fomento mercantil competir em condições de igualdade com essas grandes organizações, bem como com os seus concorrentes do segmento que já investem em TI como diferencial competitivo.

Investir em tecnologia não significa apenas ter o melhor hardware, o melhor software. O ambiente precisa estar devidamente adequado e as pessoas devidamente preparadas. O conjunto precisa funcionar em perfeita sincronia para que se possa exigir o máximo da tecnologia.

Atualmente o uso de soluções de Business Intelligence está crescendo. Essa tecnologia que era acessível apenas para grandes empresas dos mais variados segmentos, em especial grandes bancos, que disputam os melhores clientes, está acessível ao segmento de fomento mercantil, bem como está acessível também para as pequenas e médias empresas que são os clientes das empresas de fomento. Isto deixará o mercado ainda mais competitivo, seja entre as factorings ou no momento da negociação junto ao cliente.

De acordo com o estudo do Gartner, o investimento em BI será prioridade número um em termos de tecnologia ao longo de 2008. O empresário do fomento mercantil precisa estar preparado.

Valter Viana

Graduado em Administração de Empresas, Pós Graduado em Administração Econômico Financeira. Professor Universitário, Professor do MBA em Gestão Estratégica de Factoring, empresário de software house focada no segmento de fomento mercantil (WBA).