04/05/2016 - Inovar, Reduzir e Evoluir: a base da estratégia para empresas do ramo petrolífero sobreviverem ao futuro

Há alguns anos, o setor de petróleo vivia uma fase de bonança: com os ótimos preços do barril, prestadores de serviço e companhias de equipamentos visualizavam um futuro otimista e aportavam investimentos vultosos– tanto que muitos permitiram a ascensão de seus próprios custos junto ao aumento de preços praticados.
Com a queda do petróleo iniciada em 2014, essa estratégia arriscada cobrou seu preço – uma vez que as petrolíferas passaram a cortar atividades e a pressionar cada vez mais seus fornecedores para o corte de custos – o que levou as prestadoras de serviços e equipamentos a reduzirem massivamente a injeção de capital e postergarem investimentos como forma de sobrevivência. Mesmo assim, as perdas foram significativas: o setor apresentou queda 25% em lucro de setembro a dezembro de 2014 para o mesmo período de 2015, além de perderem US$ 130 bilhões em capitalização de mercado no período.
Para sobreviver a esse cenário – que dura até hoje e que, de acordo levantamento realizado pela Bain & Company, deve se prolongar pelo menos durante todo o ano de 2016 – as empresas devem dedicar seus esforços à construção de relações fortes e colaborativas com o público consumidor, além de controlarem custos internos. A fim de que os executivos possam tomar a direção correta e prosperarem, há três ações-chave a serem praticadas por fornecedores do setor de petróleo:

1)□□□□□ Continuar a controlar seus próprios custos
O objetivo das empresas deve girar em torno da criação de uma companhia que possa permanecer em um ambiente de baixos preços por anos. Para isso, é necessária a adoção de medidas como, por exemplo, a criação de uma base de gastos zero para garantir que os custos estejam alinhados com as atividades mais críticas e valiosas; simplificar radicalmente sua marca operacional, cadeia de mantimentos e logística e garantir o alinhamento com um novo olhar sobre a atividade; Integrar aquisições feitas durante o período recente de crescimento e criar um núcleo de produtos modulares e padrões.

2)□□□□□ Reduzir os custos do consumidor
As empresas devem colaborar estritamente com os clientes, desenvolvendo mais produtos e processos eficientes e procurando por novos modelos de negócios que estejam alinhados de forma coerente com os incentivos do setor. Essas táticas podem incluir: identificar áreas nas quais as normas dos clientes estão levando a custos significativos e construtivamente desafiá-los a encontrarem maneiras de atingir os mesmos objetivos por um custo menor; procurar áreas seletivas onde a tecnologia pode empurrar os custos para baixo, com manutenção de condições de base; e usar análises avançadas para identificar oportunidades para otimizar o custo de manutenção dos equipamentos enquanto mantém saúde rigorosa e normas de segurança e meio ambiente.

3)□□□□□ Avaliar o portfólio
Os fornecedores deveriam procurar por oportunidades para reduzirem sua exposição à volatilidade de preços, preencher gaps em suas ofertas e criarem opções de resposta efetiva

enquanto o setor eventualmente se recupera. Para isso, eles podem reorientar seus produtos e portfólios geográficos em direção à curva de corte de custos – tendo como base custos reduzidos de engenharia e manufatura – e, além disso, podem identificar pró-ativamente potenciais alvos de M&As para construírem escala e escopo.

Sobre a Bain & Company, Inc.- A Bain & Company, empresa líder global em consultoria de negócios, orienta clientes em relação a estratégias, operações, tecnologia, constituição de empresas, fusões e aquisições, desenvolvendo práticas que assegurem aos clientes transparência nos processos de mudança e tomada de decisões. A Consultoria trabalha em sinergia com os clientes, vinculando seu fee aos resultados. O desempenho dos clientes da Bain superou o mercado de ações em 4 para 1. Fundada em 1973, em Boston, a Bain conta com 50 escritórios em 32 países e já trabalhou com mais de 4.600 empresas entre multinacionais e companhias privadas e públicas em todos os setores da economia. Para mais informações, acesse: www.bain.com.br.

RP1 Comunicação