

## PERSPECTIVA 2015



# Mudar, empreender, crescer

**Abrir o próprio negócio é saída em tempos de recessão; mas é preciso saber aonde pisar**

Juros altos, PIB baixo, queda nos índices de emprego formal. Os prognósticos para 2015, de acordo com a frieza das planilhas, não é animador. No entanto, há quem faça dessa miscelânea de números uma fórmula de incentivo para a reinvenção profissional e de seus negócios. Se não está bom da maneira atual, é possível melhorar por conta própria.

Empreender, contudo, não significa dar passo em falso. Caminhar às cegas somente acentua os problemas. Planejamento, pés no chão e consciência plena sobre a área em que se investe são lições básicas para fazer da transformação mais do que uma maneira de simples sobrevivência, mas também para prosperar.

Em meio a índices, o fator psicológico influencia tanto empreendedores quanto a própria maré econômica. Quanto maior a ladeira descida pelos percentuais, mais reações negativas do próprio mercado. “É a potencialização da realidade pelas próprias projeções ou notícias. Quanto mais crise anunciada, mais controle de gastos”, observa o analista Milton Debiase.

Gerente regional em Bauru do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), ele diz que a retração no consumo é apenas um dos fatores a serem estudados com muito afinco por novos empreendedores. Ou seja, ao mesmo tempo em que recessão gera necessidade de reinvenção profissional, também requer maior cautela ao empreendedor.

Especificamente para Bauru, projeta o analista, a principal veia econômica local, o setor de serviços, não deve sofrer grandes turbulências em 2015. “Até mesmo pelas necessidades dos tempos modernos, sempre haverá demanda para serviços”, considera. “Beleza e estética sempre vai bem, alimentação fora de casa, manutenção em geral, também”, exemplifica.

É possível fazer da dificuldade oportunidade de negócios”

Milton Debiase,  
gerente do Sebrae/Bauru

## Valor agregado

O grande diferencial, insiste o analista, pode muitas vezes estar sobre algo que já existe. “Analisar potencialidades não percebidas pelo consumidor mesmo em serviços ou produtos já oferecidos também é decisivo na escolha. Numa economia estagnada, o cliente pensa duas vezes antes de gastar. O mercado absorve quem oferece mais valor agregado”, completa.

Preços menores, produtos e serviços variados. Diferenciar para otimizar lucros. Essa é a ordem para quem quer empreender em meio à retração na economia. “É possível fazer da dificuldade oportunidade de negócios, sim”, conceitua.

## Venda o peixe

Estudos de mercado (demanda, concorrência, valores agregados) realizados, de nada adianta apresentar diferencial se o alvo final não souber da existência do produto. “Marketing de relacionamento ainda é algo muito pouco explorado pelo empreendedor”, observa. “Um simples database (cadastro de clientes e respectivas preferências) ajuda muito”, ilustra.

Todos os canais possíveis de venda devem ser explorados, ensina. “Facebook, blogs, meios eletrônicos de chegar ao cliente, cujos desejos devem ser conhecidos. Tudo é muito útil, na verdade obrigatório”, classifica.

## Riscos reais, soluções virtuais

Analisar os riscos é o beabá para empreender em qualquer cenário, macroeconômico ou particular. Mas, em tempos incertos, saber aonde se pisa é mais que obrigatório, observa o gerente do Sebrae/Bauru. “Há mais competição sobre uma fatia menor do bolo. Nesta disputa, vence quem está mais atualizado sobre as formas mais rápidas de chegar ao cliente.

Estabelecido o nicho, diante de estudos de viabilidade e, mais do que tudo, necessidade do consumidor (é preciso saber do que a clientela precisa ou inovar sobre algo já conhecido) está na frente quem exige o mínimo de esforço de quem está disposto a consumir o produto oferecido.

Para isto, o meio virtual é o melhor caminho e, mesmo com a total consolidação do universo digital, observa Debiase, ainda há empreendedor que não se atentou para este meio de trabalhar. “Muita gente deixa de faturar no mundo físico porque não se antenou ao meio virtual de expor e vender produtos”, considera.



Eder Azevedo

Para Milton Debiase, o setor de serviços, uma das principais veias da economia local, não deve sofrer grandes turbulências

## DIFICULDADES X OPORTUNIDADES

**Passos fundamentais para otimizar seu potencial empreendedor**

- 1º Visão Global**
  - Avalie a competitividade mercadológica do segmento.
  - Conheça a concorrência.
  - Estabeleça o público-alvo.
  - Avalie, escolha e defina fornecedores.
- 2º Cuidados**
  - Pese os custos e as despesas.
  - Considere os riscos em qualquer decisão.
  - Dê prioridade ao uso de recursos próprios (evite financiamentos devido aos altos juros).
  - Não tenha pressa.
- 3º Negócio antenado**
  - Em caso de serviços ou produtos já existentes, acrescente novidades.
  - Não despreze novas formas de divulgação (principalmente o meio digital).
  - Estabeleça formas de marketing de relacionamento (antecipe-se aos desejos da clientela).
- 4º Mantenha-se**
  - Sempre reveja estrutura de gastos (custos/despesa, fluxo de estoque).
  - Observe o número de funcionários (quantidade x produtividade).
  - Não desconsidere reposicionamento de mercado.
- 5º Aja enquanto há tempo!**
  - Não adie decisões.
  - Ouça consultores, sua equipe e outros empresários.
  - Se for para mudar de ramo, mude!
  - Nunca interrompa estudos e avaliações.

**\*SERVIÇO**  
Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae/Bauru) Avenida Duque de Caxias, 16-82  
Telefone: (14) 3234-1499  
Email (dúvidas/sugestões): erbauru@sebraesp.com.br