

Economia.

Produtor conhece banana imbatível contra pragas
Pág. 26

EDITORA:
ELAINE SILVA
ecferreira@redgazeta.com.br
Tel.: 3321.8327
agazeta.com.br/dinheiro
gazetadineiro

OS SETORES FORTES

PEQUENOS NEGÓCIOS QUE

MAIS CRESCEM NO ESTADO

Loja de vestuário, pet shop e açougue são destaque no comércio

■ **FERNANDA ZANDONADI**
fzandonadi@redgazeta.com.br

A importância das micro e pequenas empresas para o país é inegável. Elas respondem por 99% dos negócios no Brasil e são responsáveis pela geração de cerca de 52% dos empregos, segundo dados do Sebrae. E esses números tendem a crescer, principalmente apoiados no crédito mais fácil.

No Estado, os pequenos negócios que mais crescem estão no setor de comércio, entre eles lojas de vestuário, pet shops, mercados e açougues. Essa área recebeu aporte de crédito, só do de Desenvolvimento do Espírito Santo (Bandes), de R\$ 16,44 milhões este ano. Pequenas empresas ligadas à indústria de transformação e ao transporte também experimentaram avanço no Estado. Foram R\$ 12,43 milhões aportados nas empresas dessas áreas.

“Estamos experimentando um crescimento no crédito ano a ano, inclusive nas micro e pequenas empresas”, explica o gerente de Relacionamento do Bandes, Jonyeverton



Aline abriu pet shop e agregou valor oferecendo uma gama de serviços para bichos

dos Reis, que explica que a política da instituição é oferecer acesso a financiamentos até mesmo para negócios que estão começando, período mais difícil para acesso ao dinheiro.

BONS PAGADORES

Os pequenos empresários, além de gerarem capilaridade à economia. No Bandes, a taxa de inadimplência dos micro e pequenos negócios é de 0,7%. “Diluindo o crédito entre várias empresas, diluímos os ris-

cos”, avalia Reis.

SUCESO PET

Há dois anos, a médica veterinária Aline Valdetaro abriu sua loja, a MyPet. Além de cuidar da estética dos animais de estimação, Aline agregou outros serviços, como tratamento de saúde para os bichos e o TáciDog, que pega o bichinho em casa e devolve, já limpinho e bem cuidado.

Além disso, fez uma parceria com a mãe e a irmã, que oferecem hotel

para os pets em caso de os donos precisarem viajar. Agora, Aline comemora o sucesso de sua empresa.

“Está excelente de forma geral. Nos meses de junho, julho e agosto caiu o movimento, mas é normal. Todos os anos, nesse período, a procura cai em pet shop. É um movimento sazonal mesmo. Mas no geral, o movimento está muito bom e, além disso, amo o que faço. Isso faz toda a diferença”, diz a jovem empresária.

RICARDO MEDEIROS

A FORÇA DAS MICRO E PEQUENAS

Áreas em que as empresas mais buscaram recursos

	milhões de R\$
■ Comércio e reparação de autos	16,44
■ Indústria de transformação	12,43
■ Transporte, armazenagem e correio	6,38
■ Alojamento e alimentação	5,1
■ Outras atividades e serviços	0,956
■ Educação	0,953
■ Saúde humana e serviços sociais	0,737
■ Artes, cultura, esporte e educação	0,337
■ Atividades adm. e serviços complement.	0,312
■ Atividades profissionais, científicas e téc.	0,302
■ Construção	0,769
■ Total geral de crédito	44,06
■ Água, esgoto, ativ. de gestão de resíduos e descontaminação	0,22

Fonte: Bandes

A Gazeta - Ed. de Arte - Genilcio

MOMENTO DIFÍCIL

O crédito ajuda, mas as micro e pequenas empresas no Estado e no país passam por um momento delicado.

O início foi a crise internacional, que minou o poder das grandes companhias e, conseqüentemente, das micro e pequenas.

Superintendente do Sebrae, José Eugênio Vieira afirma que o fim Fundo de Desenvolvimento das Atividades Portuárias (Fundap) impactou as cidades

de todo o Estado.

“Os municípios experimentaram a retração da receita e precisaram adequar as despesas de custeio e pessoal. Isso reflete diretamente no comércio. Estamos ainda em uma fase de ajustamento e 2014 deve ser ainda um ano de incertezas”, explica Vieira, ao enfatizar a importância de os pequenos empresários buscarem orientação, um bom plano de negócios e terem mais acesso ao crédito nesse momento.

AS REGRAS DO JOGO

▼ Sociedade

Não pense que sociedades nunca dão certo. Deve-se saber que, muitas vezes, uma boa ideia só se viabiliza com uma boa sociedade, seja com alguém da família ou com algum amigo. Para dar certo, você precisa tomar algumas

providências. A primeira delas é fazer a autocrítica quando algo dá errado e saber que não se pode culpar o sócio por tudo. Em segundo lugar, é importante você tomar informações sobre seu possível sócio, procurar saber quem é a pessoa com a qual você vai se

associar para não entrar numa fria. Por fim, uma das coisas mais importantes é você resolver as pendências do negócio no dia a dia. Deve existir uma comunicação diária.

▼ Clientes

Ouvir o cliente tem que se tornar uma grande

preocupação de rotina. Mais importante ainda é dar conseqüências práticas para as reclamações do cliente. Você pode ter uma pequena urna, um pequeno questionário. E é preciso estimular o consumidor a responder isso e levar muito a sério essa opinião. Se ele faz uma queixa,

entre em contato com ele, ligue, dê uma satisfação.

▼ Marketing

É preciso fazer algumas perguntas. Quem vai comprar o meu produto? Qual preço esse consumidor está disposto a pagar por ele? O que eu sei sobre o meu público-alvo? Como me informar sobre

esse público? Qual o perfil dele? Quais são seus concorrentes? Capte e pesquise todas as informações e só abra seu negócio com muita informação sobre o público. Fonte: adaptado, pelo Bandes, do livro “Caminhos Seguros para o Empreendedor”, de Dirceu Pio e Pedro Cascaes Filho.