

# Economia.

**Inflação acumulada de 8,13% é a maior em 12 anos**

Pág. 32

EDITORA:  
JOYCE MERIGUETTI  
jmeriguetti@redgazeta.com.br  
Tel.: 3321.8327

## CRISE? QUE CRISE?!



MARCELO PREST

### Mais vendas

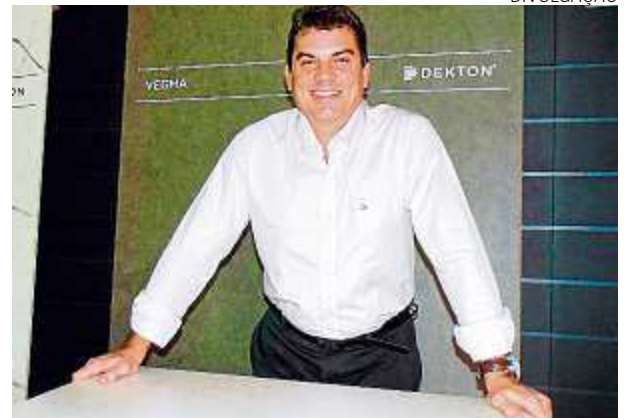
Com uma estratégia agressiva de abertura de lojas, o diretor da rede Móveis Simonetti, Dilmar Simonetti, dribla a crise com grandes promoções e foco na clientela. “Neste ano, pensamos em subir pouco o volume de vendas. É um planejamento feito ao longo de anos, com o crescimento se tornando visível agora”.



DIVULGAÇÃO

### Nova aposta

O momento de crise hídrica foi um ótimo período para a Fortlev, especializada em caixas d'água, diz o diretor comercial e de marketing, Evandro Sant'Anna. “Mas esse momento já se foi. Estamos sentindo a crise, mesmo assim, devemos crescer entre 5 e 10% por estarmos brigando no mercado de tubos e conexões”.



DIVULGAÇÃO

### Qualidade

O Grupo Cosentino, sediado na Espanha e com única fábrica brasileira na Serra, aposta em crescimento de 25% para 2015. A empresa do setor de rochas aposta na qualidade e não vê crise. “Unimos a força de produtos consolidados a um produto de valor agregado para exportação”, diz Sidiclei Mathielo, CEO do Brasil.

# SEM TEMPO RUIM

# LIÇÕES DE QUEM DRIBLA

# A CRISE E SAI LUCRANDO

Enxergar oportunidades e novos nichos é uma das estratégias

LUÍSA TORRE  
ltorre@redgazeta.com.br

Desemprego em alta, inflação alta e crédito retraído são situações que pessoas físicas e jurídicas têm enfrentado nos últimos meses por conta da crise econômica. No entanto, há empresários que, na contramão da crise, vêm tendo bons resultados e projetam crescimento para 2015. Enxergar oportunidades na crise, encontrar meios alternativos e nichos de mercado e apostar no planejamento para os momentos difíceis são algumas das estratégias de quem está driblando a crise.

Um deles é Dilmar Simonetti, da rede Móveis Simonetti. Em março, abriu uma loja a cada sexta-feira na Grande Vitória e bateu recordes: em Terra Vermelha, vendeu 100 televisões num dia –

ou R\$ 300 mil em renda – graças a uma bela promoção de inauguração. O mesmo aconteceu no Shopping Vila Velha, no mesmo mês, quando 70 aparelhos de ar-condicionado sumiram da loja nova em 30 minutos.

“Tivemos uma queda pequena em algumas cidades, em torno de 2% a 3%, mas em outras vimos um

### Crescimento com a otimização

« Empresas que apostaram em otimização de custos também saem ganhando. É o caso da empresa de Haroldo Massa, a Cetesp ES, que trabalha com engenharia de manutenção. “Nós mantemos máquinas funcionando adequadamente

grande aumento de vendas”, conta ele, que atua no Espírito Santo, Bahia e Minas. “Somos de Pinheiros e a ida para a Grande Vitória foi planejada por muitos anos. Abrimos 13 lojas até agora e temos mais cinco para abrir este ano. A gente está percebendo na primeira semana de maio que o ano vai acontecer, indepen-

para reduzir custos de energia e de operação”. Já a Guberman Informática, que atua na gestão dos custos de empresas frotistas, teve crescimento de 6% nas vendas dos softwares no 1º trimestre, diz o diretor comercial, Sérgio Guberman.

dente da crise”, diz.

A alta do dólar também beneficiou alguns setores, como o de rochas. “Consolidamos nossa marca através de uma equipe de vendas agressiva e produtos de qualidade. Já no mercado externo fomos favorecidos pela desvalorização do real e do aquecimento da economia americana”, diz Ricardo Verzola, diretor do Grupo Vitoria Stone. “A meta do grupo é crescer de 3% a 7% em 2015”, diz.

Apesar de sofrer com o valor dos insumos de laboratório, importados, a diretora financeira do Laboratórios Tommasi, Juliana Tommasi, diz que estão programadas duas novas filiais para 2015, na Serra e em Vila Velha. “A gente continua pensando positivo e acreditando que é apenas uma fase”, afirma.

### COMO SE DAR BEM NA CRISE

#### Rever processos

▼ Na hora da crise, uma boa dica é rever os processos adotados na empresa para otimizar resultados, eliminando gargalos.

#### Cortar custos

▼ É necessário que seja feito um diagnóstico para entender onde cortar custos – a mão de obra, aconselham especialistas, não deve ser o primeiro local de cortes.

#### Inovação

▼ Inovação e tecnologia podem ser um bom investimento para aumentar a eficiência dos processos dentro das empresas e otimizar custos.

#### Novos nichos

▼ Enquanto muita gente lamenta o momento difícil, empresários que contornam a crise tomam decisões que propiciam encontrar novos mercados e desenvolver novos produtos para alcançar nichos ainda pouco explorados.

#### Planejamento sólido

▼ Toda empresa que quer prosperar deve apostar num planejamento de longo prazo, com metas, previsão de riscos e possíveis soluções e cenários. Com um planejamento realista e bem feito, há empresas que conseguem passar por uma crise sem sofrer demais.

## CRISE? QUE CRISE?!

## SUPERAÇÃO

# Serviços para a família são setor que mais cresceu

**Apenas em fevereiro, ante o mesmo mês do ano passado, o setor lucrou 16,3% a mais**

▄ **LUÍSA TORRE**  
ltorre@redgazeta.com.br

Apesar dos tempos difíceis, as famílias capixabas têm mantido seus gastos em setores como educação, lazer e beleza. É o que mostra levantamento do Instituto Jones Santos Neves com base em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em fevereiro deste ano, se comparado ao mesmo mês do ano passado, o setor de serviços prestados à família teve um crescimento de receita de 16,3%. No ano, a alta foi de 19,3% e o aumento de receita acumulado em 12 meses é de 15,5%.

O setor engloba itens como hotéis, restaurantes, ambulantes de alimentação, catering e bufê, ensino de esporte, arte e idiomas, artes cênicas e espetáculos, atividades de condicionamento físico, parques de diversão, discotecas, lavanderias, salões de beleza e atividades funerárias. De acordo com o especialista em estudos e pesquisas governamentais, Adriano Santos, ou-

tro setor que cresceu foi o de venda de eletrodomésticos. “Em 12 meses, a receita do setor cresceu 22,6%. Já o volume de vendas aumentou 17%”.

## EFEITOS

É em momentos de crise que surgem as oportunidades, destaca João Luiz Borges de Araújo, diretor da Idea Consultoria e Treinamento Empresarial. “A empresa que conhece seus clientes, atende seu mercado, tem um planejamento estabelecido e, no planeja-

## PLANEJAMENTO



*“A empresa que conhece seus clientes, atende seu mercado e tem um planejamento estabelecido consegue reagir à crise”*

**JOÃO LUÍZ BORGES DE ARAÚJO** CONSULTOR

mento, projeta cenários possíveis, é bem provável que ela consiga reagir melhor à crise. Mas ela deve olhar com cuidado suas despesas, o que é essencial e o que pode reduzir”.

Setores mais afetados, principalmente aqueles que dependem de energia, devem otimizar recursos, explica a economista e professora da Fucape, Arilda Teixeira. “É o momento delas olharem para dentro e verem onde estão elementos que ou aumentaram o efeito da crise ou que impede elas de saírem da crise”.

Há setores, como o de alimentação, que sofrem menos, diz ela. “Não há um baque nesses setores pois é a última coisa que se corta, assim como educação e saúde”.

O especialista em governança corporativa e sócio da Vix Partners, Adriano Salvi, afirma que para enfrentar bem a crise é preciso melhorar alguns pontos dentro das empresas. “O maior problema que as empresas enfrentam é não encontrar fontes de recursos para financiar suas atividades. Nesse cenário, aquelas que demonstram transparência, eficiência na gestão e no controle de riscos conseguem competir”.



EDSON CHAGAS

## Aposta em novo nicho

Enquanto fazia uma dieta que a fez perder 25 kg, Priscilla Honorato começou a testar pratos saudáveis na sua cozinha. O sucesso foi tanto que os amigos a incentivaram a criar seu próprio negócio. Há oito meses, Priscilla conta que encontrou um nicho em franco crescimento – apesar da crise. “No boca a boca, eu comecei a fazer várias encomendas. E está crescendo muito”, comemora.

## EM ALTA NO ES

### Serviços para a família

▼ Serviços de alimentação, educação, diversão, exercícios físicos e salões de beleza são alguns dos itens que compõem os serviços para a família, cuja receita cresceu 16,3% no Estado em fevereiro deste ano, se comparado ao ano anterior.

### Eletrodomésticos

▼ O comércio de eletrodomésticos cresceu em volume de vendas (10,3%) e em receita (10,2%).

### Supermercados

▼ Apesar do volume de venda crescer pouco (2,2%), supermercados tiveram aumento de 12,3% na receita.

Fonte: Instituto Jones Santos Neves

## ANÁLISE

### Criatividade é importante na crise

▄ Quando uma crise se apresenta para algumas empresas, outras podem sofrer efeitos benéficos, como é o caso das empresas ligadas à área de commodities, como rochas, que com o dólar em alta passam a ter rendimento maior. Por outro lado, há aquelas que, na crise, não sentem um reflexo imediato, tipo a alimentação – as pessoas não deixam de comprar, mas não fazem mais estoque. Tem um setor que dificilmente sente a crise, que é o setor de beleza. As pessoas não deixam de cuidar da aparência, às vezes economizam para

poder fazer a unha e o cabelo. Mas, na hora da crise, tem que ter criatividade. Como buscar o cliente que está indo embora? Criar um chamariz, deixar o cliente ter contato com o produto, fazer promoções-relâmpago, surpresas... tem que ter criatividade, não pode ficar de braços cruzados. Controlar gastos mais de perto e cortar custos também ajuda – os cortes podem ser em detalhes como pôr horários para o funcionamento do ar-condicionado ou controlar elevadores.

—  
**JOSÉ EUGÊNIO VIEIRA**  
SUPERINTENDENTE DO SEBRAE-ES