

## A CRISE PODE SER BOA?

*Graziela Maria Domingos Silva*<sup>4</sup>

Sim!

A palavra de ordem é essa, do convívio familiar ao social, do amador ao profissional, as discussões dos brasileiros tem circulado em torno dessa pequena palavra e de seus grandes resultados no cenário econômico nacional e internacional. É quase que automático: você liga o noticiário e já sabe por quais notícias esperar.

O que muitos se esquecem é que, mesmo nesse contexto meio adverso, algumas alternativas de negócios surgem, outras desenvolvem, justamente amparadas pelos pilares da crise. Ideias criativas e inovadoras que buscam junto à instabilidade momentânea suas raízes para se fortalecer no mercado.

E essa referência não trata apenas de grandes empresas, ao contrário, os menores empreendimentos tem muito mais a ganhar nessa fase. Pelo tamanho e pela segmentação podem dar respostas mais rápidas ao mercado. Cabe ao dono/gerente ter conhecimento abrangente do seu mercado para propor as condições mais atrativas ao seu público-alvo, de acordo com momento.

Para quem deseja se tornar um empreendedor talvez esteja aí a oportunidade esperada, ofertar um produto ou serviço com preços menores que os da concorrência. Em tempos de recessão o fator "preço" passa a ter uma importância ainda maior, na medida em que faz com que as pessoas se disponham a testar novos fornecedores em justificativa da economia alcançada.

Não podemos desprezar, é claro, o fator "qualidade" do bem ou serviço ofertado. Boas ideias, além de conhecimento administrativo e controle financeiro, são fundamentais para o sucesso de negócios de qualquer natureza. Outra dica importante é escolher planos de investimentos que exijam baixo capital inicial, pois sendo o endividamento menor, os lucros virão mais rápido e em maior liquidez, o que permitirá reinvestimento e expansão.

Os *e-commerces* são atualmente opções extremamente viáveis por englobarem diversas das características citadas: baixo investimento inicial, retorno rápido, exigência de pouco pessoal, inexistência ou reduzido estoque e facilidade de entrar no mercado.

Outra forma é a prestação de serviços como: manicure, cabelereiro e assistência técnica de informática. Ao oferecer um serviço diferenciado ao cliente e, talvez, disponibilizar o atendimento domiciliar, agregando, assim, conforto e praticidade, que é o que todos buscam.

O sucesso dos empreendimentos comerciais são, em sua maior parte, consequência de investidores conscientes e bem informados, que diante de um bom planejamento resolvem enfrentar as dificuldades de mercado. A vivência nos mostra que às maiores taxas de risco estão associadas, também, aos maiores indicativos de retorno. Se planeje e bons negócios.

<sup>4</sup> Bacharela em Administração pela Universidade Federal de Viçosa. Administradora da mesma instituição, lotada no *Campus* Rio Paranaíba. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1732255604046735>.