

Cliente: ABINPET
Veículo: SPC Gramado
Cidade/Estado: Gramado/RS
Data: 08/01/2016
Tema: Inteligência de Mercado
Tipo de mídia: online
Tipo de veículo: site
Link: <http://goo.gl/ZYCe51>



SPC – CDL GRAMADO

Serviços de SPC e SERASA com informações on line.

[🏠](#) [NOTÍCIAS](#) [COMO CHEGAR](#) [QUEM SOMOS](#) [SERVIÇOS](#) [VÍDEOS](#) [DENÚNCIA](#) [ASSOCIAR](#) [RESTRITO](#)



Notícias

3 exemplos para encarar a crise no seu negócio

📅 janeiro 8, 2016 👤 spcgramado 💬 0 Comentário 🗑️ crise.desempenho.faturamento

Crises têm uma característica comum: paralisam a maior parte dos agentes econômicos e desencorajam o empreendimento. Assim, as empresas encolhem ou no máximo mantêm seu desempenho, sempre na defensiva.

De certa forma, é natural que seja assim: ninguém começa uma viagem sabendo que há riscos de chuvas, trovoadas e possíveis desabamentos pela estrada.

Mas a história dos participantes do Extreme Makeover deste ano é a de quem passou, e bem, pela crise, e já quer entrar em 2016 acelerando.

1. Crescimento chinês em terras gaúchas

O caso da Pets Du Monde, empresa de Porto Alegre (RS) que produz alimentos para animais de estimação, é o mais emblemático: a empresa apresentou, no fim de 2014, um crescimento de 35% no faturamento em relação ao ano anterior. Em 2015, repetiu o índice.

Há peculiaridades desse mercado que explicam em parte esse crescimento: enquanto a expectativa para a economia do país é de queda de 3% do PIB em 2015, a do segmento de produtos para pets é de crescimento de 7,4%, segundo dados da Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação).

É claro que o momento da empresa ajuda: a Pets Du Monde está vivendo sua idade de crescimento. “Nesta fase, o mercado potencial e os esforços da empresa na ocupação do seu espaço provocam uma expansão muito forte ao longo de quatro ou cinco anos”, explica Angelina Ravazzi, fundadora e diretora geral da empresa.

Aparentemente, o posicionamento da marca ajudou nessa passagem ileza pela crise. Com produtos feitos à base de ingredientes in natura e sem aditivos, a Pets Du Monde atende ao topo da pirâmide, segmento que as crises atingem por último, quando atingem.

2. Crise? É melhor acelerar

Jéssica Magalhães e Fernando Bodra, o casal de Londrina que em 2010 fundou e hoje administra a Casa da Dança, não se espanta com a crise. No mês passado, alugou um imóvel no bairro comercial de Gleba Palhano, o que mais cresceu na cidade nos últimos dez anos. Ali, vão montar uma filial da escola, buscando um público que ainda está, na visão dos empresários, pouco servido: as pessoas que trabalham na região.

Não foi à toa que Jéssica e Fernando alugaram, para montar a nova escola, um imóvel no térreo de um prédio comercial: seu público-alvo mais próximo está justamente nos estabelecimentos vizinhos. “Nós não temos medo da crise e ela ainda não chegou até nós”, afirma Fernando.

Uma das razões para olhar o momento sem pessimismo é o próprio desempenho da escola em 2015. Praticamente sem aumentar o número de alunos, a Casa da Dança teve um aumento de faturamento de 25%, basicamente por conta da revisão de seus planos de pagamento – não há mais planos mensais e cresceu o número de planos semestrais – e por ter conseguido aumentar o tempo de permanência médio do aluno na escola – já foi de apenas um mês e meio, passou a cinco meses em 2015 e deve chegar a sete no fim de 2016.

O desafio agora é de organização: Jéssica e Fernando ainda não determinaram como vão se dividir entre as duas unidades, ao longo das semanas. É o tipo de desafio que muitos empresários gostariam de ter hoje.

3. A resposta de janeiro

O ano de 2015 não foi de crescimento para A Loja dos Musicais. Ao contrário, no critério faturamento, a empresa recuou 10% em relação a 2014. Mas nem por isso foi um ano perdido ou de crise.

Lurryan Nascimento, criador da empresa, que é especializada na criação, produção e comercialização de suvenires para peças musicais, tem um desafio inédito em sua história – e bastante raro num mês de janeiro de um ano que não promete expansão: “Em dezembro, conseguimos fechar cinco musicais para o primeiro trimestre do ano”, conta o empresário.

Momentos como o que vive a nossa economia hoje costumam ser cruéis para empresas como a de Lurryan, dedicada a um nicho muito específico do mercado e que ainda se insere no segmento dos supérfluos, cuja compra é a primeira a ser adiada ou suspensa pelas famílias.

Para fazer do limão uma limonada, Lurryan atuou em três frentes: primeiro, racionalizou gastos, renegociando com fornecedores e revendo sua linha de produção para evitar encalhes ao fim de cada peça. Depois, criou um site para vender seus produtos para além das plateias que frequentam os teatros. Por fim, planeja expandir seu negócio para outras áreas do teatro e para eventos. O grande impulso vem da demanda inesperada para o primeiro trimestre.

Fonte: PEGN