

EMPREENDEDORISMO

Cautela e atenção aos negócios de nicho: o que esperar do empreendedorismo em 2023

O consumo por meio da experiência deve estar no radar dos empreendedores no próximo ano

Isadora Jacoby

isadora@jornaldocomercio.com.br

Às vésperas do fim do ano, os diversos novos negócios que abriram as portas no Rio Grande do Sul apontam que 2022 foi um bom ano para empreender. André Vanoni de Godoy, diretor-superintendente do Sebrae-RS, acredita que foi o ano de descompressão da economia, o que provocou mudanças tanto no perfil de consumo quanto no de quem empreende. Para ele, o primeiro ano de arrefecimento da pandemia proporcionou um aquecimento no surgimento de novos negócios. “Notamos que nos primeiros meses de 2022 a perspectiva das pequenas empresas era de muito otimismo. Chegamos a índices em torno de 95% de empreendedores que falaram que esperavam que o negócio, durante o ano de 2022, fosse crescer, que seu faturamento e contratações iriam aumentar. Atribuo que este bom ano de 2022 tem muito de uma retomada da economia”, destaca Godoy.

Para as pequenas empresas, o padrão de consumo mais similar ao período pré-pandemia foi fundamental para que 2022 fechasse em saldo positivo. “Vivemos uma onda de descompressão da economia a partir do fim da pandemia. Foi um ano bom para todos os empreendedores, e notamos isso pelos índices de crescimento do País e do próprio Estado, lembrando que estamos saindo de uma pandemia”, pontua Godoy.

No entanto, apesar do ano positivo que se encerra, a projeção para 2023 é de cautela no que diz respeito ao empreendedorismo. Isso porque, segundo o diretor-superintendente do Sebrae-RS, outro rescaldo da pandemia pode começar a ter seus impactos mais evidentes a partir do próximo ano.

“Os benefícios que os governos mundiais e o Brasil criaram para, justamente, proteger as empresas e as pessoas

durante a pandemia começam a ter os seus reflexos agora, fundamentalmente na questão fiscal do Estado. Não é por outra razão que nossa taxa de juros é de 13,75% e estão falando que vai a 15% no ano que vem. Esse é um fator que pode impactar muito a continuidade dessa retomada, principalmente em relação aos pequenos negócios, que dependem fundamentalmente de acesso a crédito, e acessar crédito com uma Selic a 13,75% é quase proibitivo para o pequeno negócio”, percebe Godoy, destacando que a transição de governo sempre agrega instabilidade para quem empreende. “Por conta da Selic muito alta, tenho receio que o início do ano seja difícil para as



Os benefícios que os governos criaram para proteger as empresas durante a pandemia começam a ter os seus reflexos agora

empresas. Tem também a transição de governo. O Congresso aprovou na CCJ no Senado a suplementação orçamentária, ou seja, furaram o teto de gastos, que é uma das âncoras da estabilidade do País. Corremos o risco de ter um descontrole nos gastos do governo, o que gera inflação, conseqüentemente a taxa de juros vai voltar a subir e isso impacta em toda a economia”, afirma Godoy, ponderando que é preciso cautela para encarar o próximo ano.

Apesar das ressalvas, há otimismo para 2023, principalmente para quem já está empreendendo e deixou para trás as adversidades trazidas pela pandemia. “Quem está com seu negócio estabelecido e conseguiu passar pela pandemia, a tendência é que continue. Para quem pretende empreender, é uma decisão que não pode ser feita sem pensar. É preciso

analisar o ambiente onde pretende abrir o negócio em relação ao que já existe. Aqueles negócios com modelos mais tecnológicos, alinhados com esse novo comportamento do consumidor, tendem a ter mais chance de sobreviver”, explica Godoy.

Quem está projetando abrir um negócio mais tradicional, a dica é observar o mercado e, principalmente, a região onde deseja instalar a operação. “Um negócio tradicional, como uma padaria, uma oficina mecânica, uma loja de roupas, requer analisar muito o entorno de onde a pessoa vai abrir. Por isso, os negócios que vão ser abertos mais alinhados com as tendências econômicas e consumo têm mais chance de sobreviver”, garante Godoy, ressaltando que negócios tecnológicos são mais promissores.

“Negócios mais digitalizados, que ofereçam produtos e serviços que facilitem a vida das pessoas são ramos de negócios que passam ao largo das crises. Podem sofrer um pouquinho, mas como estão alinhados com as novas tendências de consumo, a chance de sobreviverem é muito maior”, afirma.

Independentemente do formato, a dica do superintendente do Sebrae-RS para pequenos empreendedores e empreendedoras é apostar nos negócios de nicho. “No entanto, o nicho não tem espaço para muita gente. A partir do momento que se estabelecem vários negócios que ocupam aquele nicho, ele se esgota. As empresas precisam procurar oportunidades de negócios que tenham potencial de futuro”, pondera.

Além disso, Godoy destaca a importância de empreender por oportunidade para colher bons frutos. “O empreendedorismo por necessidade é um problema para quem está nele. A pessoa normalmente não tem vocação para ser empreendedor, não conhece o mercado e abre aquilo porque precisa gerar renda. Foi o que aconteceu muito com os MEIs, que cresceram durante a pandemia. As pessoas perderam o emprego, precisavam trabalhar, e, para isso, precisavam estar formalizadas. O empreendedorismo por oportunidade tende a ter mais sucesso, é onde



André Godoy, superintendente do Sebrae-RS, prevê rescaldos da pandemia

se visualiza uma oportunidade de mercado e se estrutura para que aquilo aconteça. Então, esses tendem a prosperar mesmo em épocas mais difíceis da economia”, destaca.

Além do nicho, para quem deseja começar 2023 à frente do próprio negócio, o caminho da economia criativa pode ser a chave para uma experiência próspera no empreendedorismo. A tendência, explica Godoy, é um rescaldo da pandemia, quando, mais que consumir um produto ou serviço, os clientes passaram a entender o valor da experiência ofertada pelo negócio. “O ramo da economia criativa, incluindo negócios que envolvam muita experiência sensorial, tiveram um boom em 2022, surfaram a descompressão da demanda de eventos, gastronomia, turismo. A tendência é que isso continue, a depender da variável econômica”, pontua.

Outra mudança intensificada nos últimos anos e que deve seguir em 2023 é a expansão da fronteira de consumo. Nesta

esteira, o diretor-superintendente do Sebrae-RS destaca que é preciso que os negócios gaúchos se preparem para concorrer não apenas com o mercado local.

“O hábito de consumo mudou. Hoje, uma pessoa que compra em uma loja em Porto Alegre pode comprar de uma loja em Pequim e receber o produto em uma semana. A diferença é o relacionamento que se estabelece com o consumidor, e isso tem muito a ver com a experiência”, reitera sobre a importância de oferecer mais que apenas o produto e serviço.

Na perspectiva da concorrência, é importante entender que, em um momento de economia mais frágil, a decisão de compra do consumidor impacta negócios de diferentes segmentos. “A concorrência não se dá mais entre empresas do mesmo ramo, mas entre empresas. Ao entrar em uma loja para comprar um par de sapatos, isso impacta na decisão de consumo se for comprar um celular ou um carro”, ressalta.