

# Investimentos nos pequenos negócios

< **REFLEXOS** > Se não tem como escapar dos reflexos da crise, o jeito é crescer com ela. Preço baixo e economia atraem todas as

classes nos momentos de dificuldades econômicas, e quem vende para pequenos negócios garante expansão no mercado

**S**e o mercado está focando na classe "C", é natural que tenha também um outro mercado focando em quem vende para este segmento. São os fornecedores de produtos e serviços para pequenos negócios. É o caso da rede Assai, do grupo Pão de Açúcar. O supermercado reúne características de atacado e varejo e procura atrair os comerciantes de lanchonetes, mercadinhos e ainda os vendedores informais. "Enquanto não detectamos retração do consumo seguimos adiante. Os dois últimos meses foram bastante bons. Não estamos fazendo demissões, pelo contrário, estamos reforçando os quadros para atender essa demanda", revela Maurício Cerretti, diretor do grupo.

A rede inaugurou duas lojas em Fortaleza depois do início da crise e adianta que nos próximos 120 dias uma nova loja, de 14 mil metros, será aberta em Caucaia. E tem mais. De acordo com Cerretti, o grupo já está buscando novos imóveis para expandir a rede na cidade. "Estamos estudando ainda outras regiões do Ceará, mas como ainda estamos em fase

➔ **Mais investimento para reforçar quadros e atender essa demanda**

de estudo não podemos revelar os locais exatos", explica.

Para Maurício Cerretti, o foco do Assai não é necessariamente classe "C", "D" ou "E". "Nosso foco é transformador", afirma. "Já temos famílias da classe A e B que estão se organizando para comprar em maior quantidade e por isso preferem nosso modelo de atacarejo por causa do preços baixos", avalia. O diretor aposta ainda na política dos preços agressivos como a formas de atrair os diversos públicos. "Nosso piso é de cimento mesmo. Nosso objetivo é manter os custos operacionais baixos, e assim transferirmos para o preço final ao consumidor, que é muito competitivo", completa.

## Economia

E tem mais gente apostando numa infra-estrutura economicamente mais viável. Bruno Dalla Fina sócio-

diretor da Tecnoflash foca no mercado cearense para expandir as vendas do climatizador que fabrica. O sistema é uma opção para substituir o tradicional ar condicionado e é indicado para economizar custos com energia ou ainda para ambientes abertos onde não é possível manter uma refrigeração. "Usamos uma tecnologia antiga e aprimoramos", conta Dalla Fina. "São micro partículas de água lançadas ao ar, que são absorvidas pela umidade natural do ambiente, refrescando o local", explica.

Para o diretor da empresa, o momento de crise é apenas o período em que o calor não está presente, ou seja, a busca da empresa carioca pelo mercado nordestino, aposta numa ausência da sazonalidade de temperatura. "Se o calor aumenta, temos aumento de pedidos, independente de crise", afirma. Mas Dalla Fina percebe também no momento econômico brasileiro uma chance de crescer. "O consumo de energia pode ser reduzido para 10% do total gasto com centrais de ar condicionado", diz. (Henriette de Salvi)



Redes de supermercados continuam ampliando os seus negócios em todo o Estado