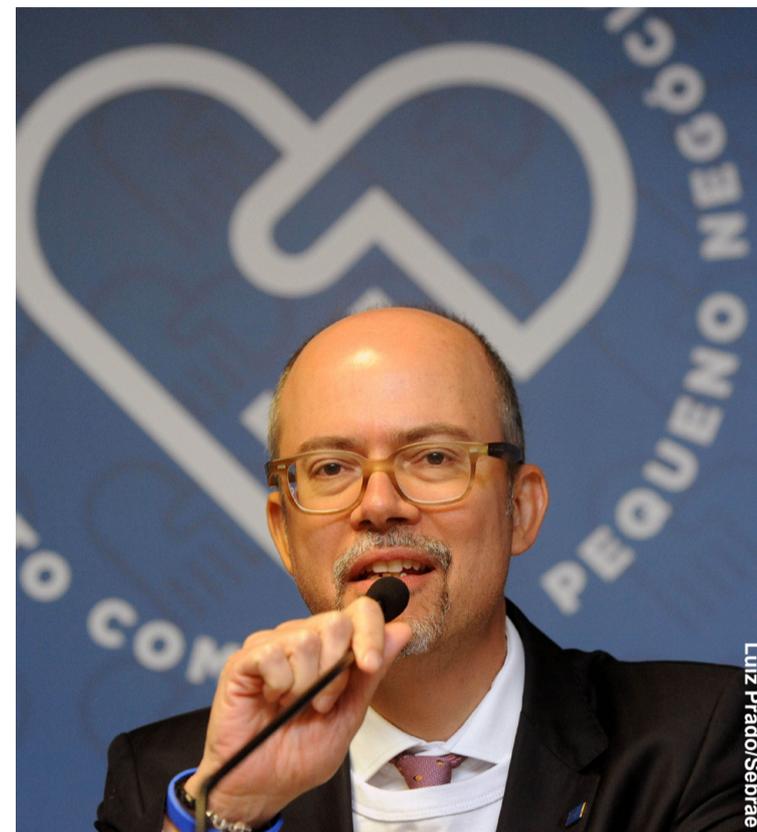


# 5 de outubro: Compre do Pequeno Negócio

Formado em Sociologia (PUC-SP), foi secretário-executivo e depois ministro do Turismo. Desde fevereiro de 2011 é diretor presidente do Sebrae Nacional. Antes disso, já havia atuado na instituição, entre março de 2005 e março de 2007, como gerente nacional de Marketing e Comunicação. Sua vida pública teve início na década de 1980, na Fundação Seade (Sistema Estadual de Análise de Dados) e no Cedec (Centro de Estudos de Cultura Contemporânea), ambos de São Paulo. Exerceu funções de direção nas prefeituras de São Paulo, São Vicente e Osasco, onde foi secretário de Indústria, Comércio e Abastecimento. Nessa entrevista exclusiva à **Coluna Pelo Estado**, fala sobre o Movimento Compre no Pequeno Negócio, que acontece nessa segunda-feira (5) em todos os estados brasileiros. “É importante dizer que os donos de pequenos negócios que puderem e quiserem fazer promoções, certamente farão isso. Mas essa não é a essência desse Movimento. A nossa bandeira é a valorização dos pequenos negócios a partir da compra consciente.” Até sexta-feira (02), mais de 150 mil empresários se cadastraram no site [www.comprepequeno.com.br](http://www.comprepequeno.com.br)



**[PeloEstado] - Qual a motivação para o Sebrae lançar o Movimento Compre no Pequeno Negócio?**

**Luiz Barreto** - Muita gente não imagina que comprar de uma micro ou pequena empresa contribui para a recuperação da economia. Os 10 milhões de pequenos negócios representam mais de 95% do total de empresas brasileiras e são responsáveis por 27% do PIB (Produto Interno Bruto) e mais da metade dos empregos formais do país. Eles garantem o salário de 17 milhões de trabalhadores com carteira assinada. Mesmo em um ano difícil como este, os pequenos negócios continuam gerando empregos. No primeiro semestre, foram 116,5 mil novas vagas nos mercadinhos, cafeterias, pet shops e outros comércios e serviços.

Quanto mais consumidores optarem pelas micro e pequenas empresas, mais elas terão condições de seguir no ritmo de geração de empregos e de renda. Queremos conscientizar a sociedade de que comprar do pequeno negócio é um ato cidadão, transformador, porque movimenta o dinheiro na região onde o consumidor mora ou trabalha. Isso gera novas oportunidades de desenvolvimento local e contribui para a abertura de novas vagas de trabalho e aumento da renda. Queremos que a sociedade abrace a causa do Movimento Compre do Pequeno Negócio porque essa é uma alternativa para a superação da crise.

**[PE] - Quantos empresários foram capacitados nos estados para esse dia?**

**LB** - Na semana entre os dias 21 e 26 de outubro, o Sebrae realizou, em todos os 26 estados e no Distrito Federal, ações gratuitas de capacitação para microempreendedores individuais (MEIs), donos de micro e pequenas empresas, e

pequenos produtores rurais. Além dos 700 pontos de atendimento do Sebrae, foram criados 411 pontos adicionais para ampliar o acesso dos pequenos negócios a orientações essenciais para o crescimento da empresa. Montamos uma agenda intensa de cursos, palestras e oficinas, principalmente sobre vendas e finanças. São temas importantes em qualquer época, mas em tempos de crise são ainda mais essenciais para a sustentabilidade do negócio.

**[PE] - Qual a importância do segmento para municípios de menor porte, do interior?**

**LB** - De cada R\$ 10 gastos no Brasil, R\$ 4 correspondem ao consumo efetuado no interior do país. Levantamento do Sebrae, realizado em parceria com o Instituto Data Popular, mostra que o consumo fora das capitais e regiões metropolitanas soma R\$ 827 bilhões ao ano, o equivalente a 38% do total do consumo no país. Esse cenário confirma a existência de um ambiente promissor para os pequenos negócios, na medida em que metade da população brasileira vive no interior e que essas regiões vêm apresentando um crescente desenvolvimento econômico. O consumo no interior, hoje, já é maior do que o PIB de muitos países, como Chile, Dinamarca ou Portugal, por exemplo. E ainda há muito potencial de crescimento, em especial para as micro e pequenas empresas que estão nessas localidades e conhecem melhor os mercados e as demandas da sua população. Além disso, a pesquisa mostrou que os consumidores no interior definem suas compras principalmente com base no preço e na qualidade e dão menos importância à marca, o que favorece as empresas menores que se preparam para oferecer bons produtos e serviços.

**[PE] - E bons negócios.**

**LB** - O desejo de consumo representa bons negócios não apenas para o comércio, mas para todos os outros segmentos envolvidos. Isso porque será preciso fabricar móveis, prestar manutenção para as TVs, geladeiras e lavadoras, ter agências de viagens e lojas para vender malas, por exemplo. Sabemos que 73% dos municípios do interior têm menos de 20 mil habitantes, o que diminui o interesse das grandes redes. Já o pequeno negócio pode nascer e crescer na sua própria localidade e assim ainda contribui para o desenvolvimento regional. Mais empregos, renda e receita para esses municípios.

**[PE] - O evento deve se tornar anual?**

**LB** - Com certeza, a expectativa é que em todos os anos o 5 de Outubro se torne uma data em que as pessoas preferencialmente comprem das micro e pequenas empresas e, assim, colaborem com o crescimento da economia brasileira. A expectativa desse Movimento é mostrar para a sociedade consumidora a relevância dos pequenos negócios para a estabilidade social e econômica do país. Todo mundo compra de pequenos negócios, a começar pelo pão quentinho na padaria perto de casa. O que se pretende com esse Movimento é dar um novo significado ao ato de compra. Que o consumidor se conscientize que ao comprar da pequena empresa, ele ajuda a fortalecer a economia local, estimula os pequenos negócios a inovarem, a diversificarem a oferta de produtos e serviços, a atenderem melhor o cliente. Esperamos também que essa conscientização promova um aquecimento nas vendas dos pequenos negócios. Que o consumidor entenda que todo dia é dia de comprar dos pequenos, mas que o dia 5 de

outubro se torne um dia especial para valorizar os negócios que fazem parte da rotina de todos nós.

**[PE] - O momento de incertezas do país é propício para uma iniciativa assim?**

**LB** - O ano de 2015 tem sido de cautela para as micro e pequenas empresas de todo o Brasil. Mas esse ambiente de incertezas, ao mesmo tempo em que é adverso para a estabilidade econômica, abre possibilidades para inovar, se diferenciar e conquistar novos clientes e mercados. Portanto, da crise podem surgir boas oportunidades para quem está preparado para tirar proveito das adversidades. Nesse cenário, o Sebrae pode atuar para apoiar efetivamente os pequenos negócios e o Movimento é uma forma de mostrar esse apoio. Nós percebemos uma oportunidade para fortalecer a economia, conscientizando a população da força dos pequenos negócios, que representam mais de 10 milhões de empresas e geram 52% dos empregos formais.

Os pequenos negócios possuem maior flexibilidade para se adaptarem às mudanças do mercado, superando desafios com criatividade. A retração do consumo está forçando os empresários a olharem para dentro do próprio negócio e a qualificar sua gestão para superar as adversidades. Por isso, é fundamental reduzir custos, fidelizar os clientes, controlar melhor o fluxo de caixa, buscar novos mercados, diferenciar-se da concorrência e renegociar preço e prazo com fornecedores. É preciso ser ainda mais rigoroso com a administração da empresa.

**[PE] - Há experiência semelhante em outros países?**

**LB** - O projeto de criação do Movimento Compre do Pequeno Negócio inspira-se em experiências de

marketing positivas nos mercados norte-americano e europeu. Dos Estados Unidos chegam experiências como *National Small Business Week*, *Black Friday* e o *Small Business Saturday*. O primeiro é comemorado anualmente, desde 1963, quando o governo americano instituiu a Semana Nacional da Pequena Empresa. Como parte das comemorações, a Agência para Pequenos Negócios *US Small Business Administration* aproveitou a oportunidade para destacar o impacto da pequena empresa em todos os 50 estados e territórios dos EUA. Já a *Black Friday* é a tradicional sexta-feira de liquidações e acontece sempre na quarta semana de novembro, após o Dia de Ação de Graças. O *Small Business Saturday* acontece no sábado imediato. Idealizada pela marca de cartões American Express, essa estratégia teve início em 2010 com o propósito de estimular o pequeno comércio local – que não consegue competir com grandes empresas. O *Small Business Saturday* celebra também a grande contribuição da pequena empresa para a comunidade, valorizando a ideia de que, ao comprar do comerciante do bairro, o consumidor ajuda a fortalecer a economia local, gerando um círculo virtuoso: pequenas empresas estimuladas e fortalecidas buscam inovar, diversificar suas ofertas de produtos/serviços e geram mais empregos. Da Europa, sobressaem iniciativas de valorização do comércio local que promovem a ideia do consumo responsável e reforçam a importância de comprar do pequeno comércio da vizinhança, sustentando que os pequenos comércios locais têm a capacidade de manter a cidade viva, segura, amável, multifuncional, comercialmente justa e socialmente equitativa, culturalmente diversa e geradora de emprego na comunidade.