



OS PRINCIPAIS PROBLEMAS DE PETSHOPS E COMO SOLUCIONÁ-LOS

Introdução.....	3
Como é o mercado de petshops?.....	5
Quais são os principais desafios que os empreendedores do mercado pet precisam enfrentar?	9
Como é possível superar os desafios do mercado pet e ter uma atuação bem-sucedida no setor?	15
Quais são as tendências para o mercado pet?.....	24
Conclusão.....	28
Sobre o Sebrae.....	30



INTRODUÇÃO



De acordo com uma [publicação da Folha de São Paulo](#) do primeiro trimestre de 2021, em se tratando do mercado pet — constituído predominantemente por pequenas empresas —, atualmente o Brasil ocupa o terceiro lugar no ranking mundial, apenas atrás da China e dos EUA. Embora o segmento já estivesse em crescimento, **o isolamento social e a maior permanência em casa foram os fatores que mais contribuíram para a elevação do faturamento, juntamente a uma maior “humanização” dos animais.**

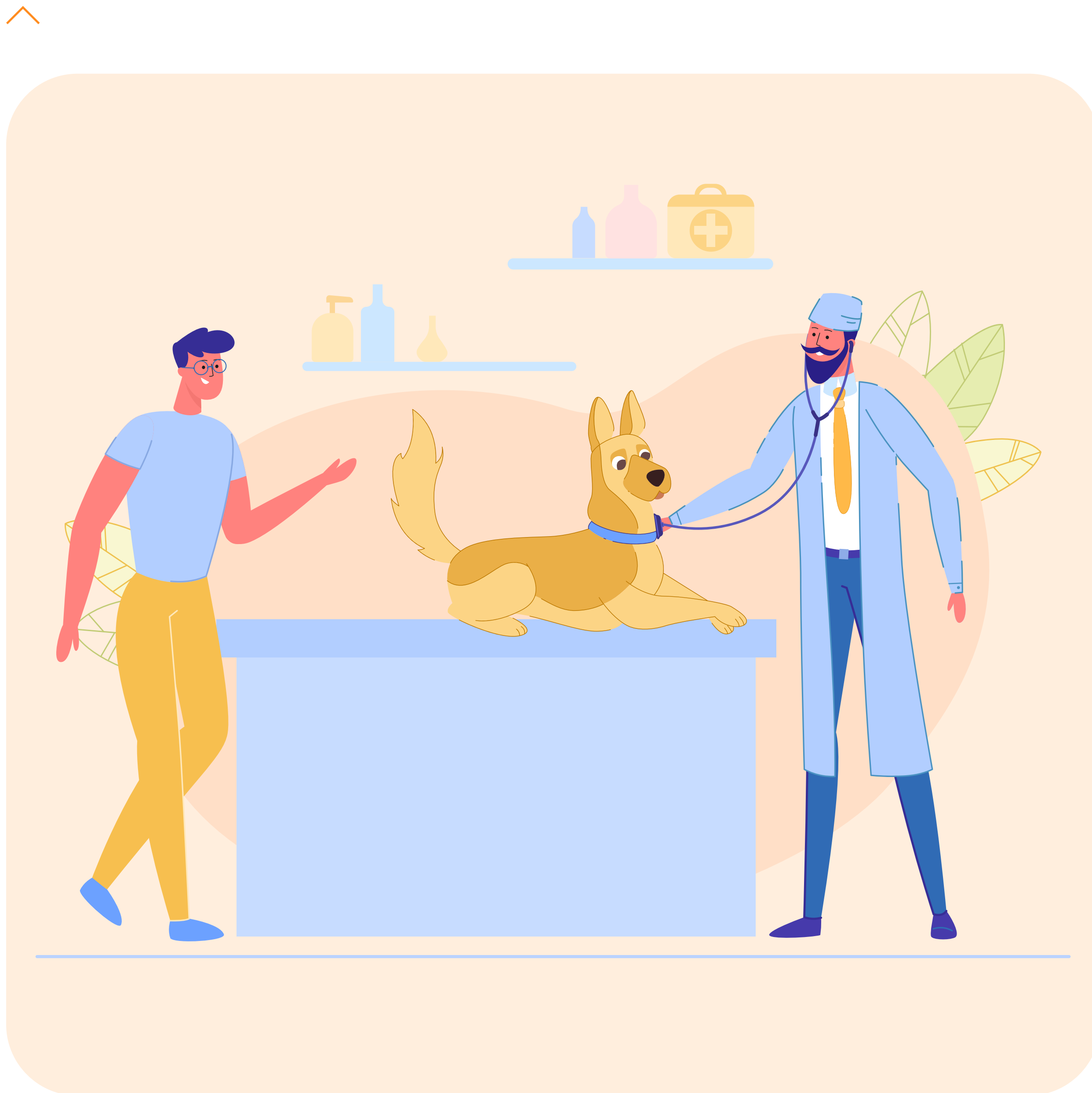
No entanto, a expressiva expansão, em simultâneo, coloca esses mesmos empreendimentos de pequeno e médio portes frente a diversos desafios. O controle das finanças do negócio, a sistematização dos processos internos e o rápido reconhecimento das demandas do público-alvo — algo extremamente necessário em razão do cenário altamente competitivo — são alguns exemplos de obstáculos a serem contornados.

Além disso, paralelamente a essas questões, **a todo momento diversas novidades surgem em serviços e em produtos**, exigindo que os empresários que atuam no mercado pet e desejam preservar os resultados positivos acompanhem essas tendências.

Considerando, então, todo o contexto do setor, elaboramos um e-book no intuito de torná-lo uma espécie de guia. A finalidade é abordar o segmento em profundidade — com todas as suas peculiaridades —, elencando também os contratemplos e como é possível enfrentá-los e o quão necessário é estar atento ao novo, garantindo melhores perspectivas do nicho. Continue a leitura dos próximos capítulos e informe-se!



COMO É O MERCADO DE PETSHOPS?



Segundo a [Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação \(ABINPET\)](#), nosso país tem a segunda maior população de gatos, cães e aves — canoras e ornamentais — em todo o mundo, sendo também o terceiro maior no total de animais de estimação. **Isso apenas reforça o tamanho potencial do setor e seus reflexos na economia.**

A verdade é que o desenvolvimento do mercado pet é um espelho do reconhecimento das inúmeras vantagens provenientes das interações entre os animais e os humanos para a saúde. Nos dias de hoje, os pets já foram “promovidos” a membros da família e essa nova forma de enxergá-los provavelmente foi um dos aspectos que fizeram com que o segmento fosse considerado como um serviço essencial durante o delicado período pandêmico, no qual a maior parte das outras áreas teve de interromper as atividades e fechar as portas.



O conceito e a finalidade

Quando se fala em mercado pet, fala-se, na realidade, de todo tipo de serviço e de comércio voltado para os animais de estimação — por vezes, também chamados de “animais de companhia” —, abrangendo principalmente:

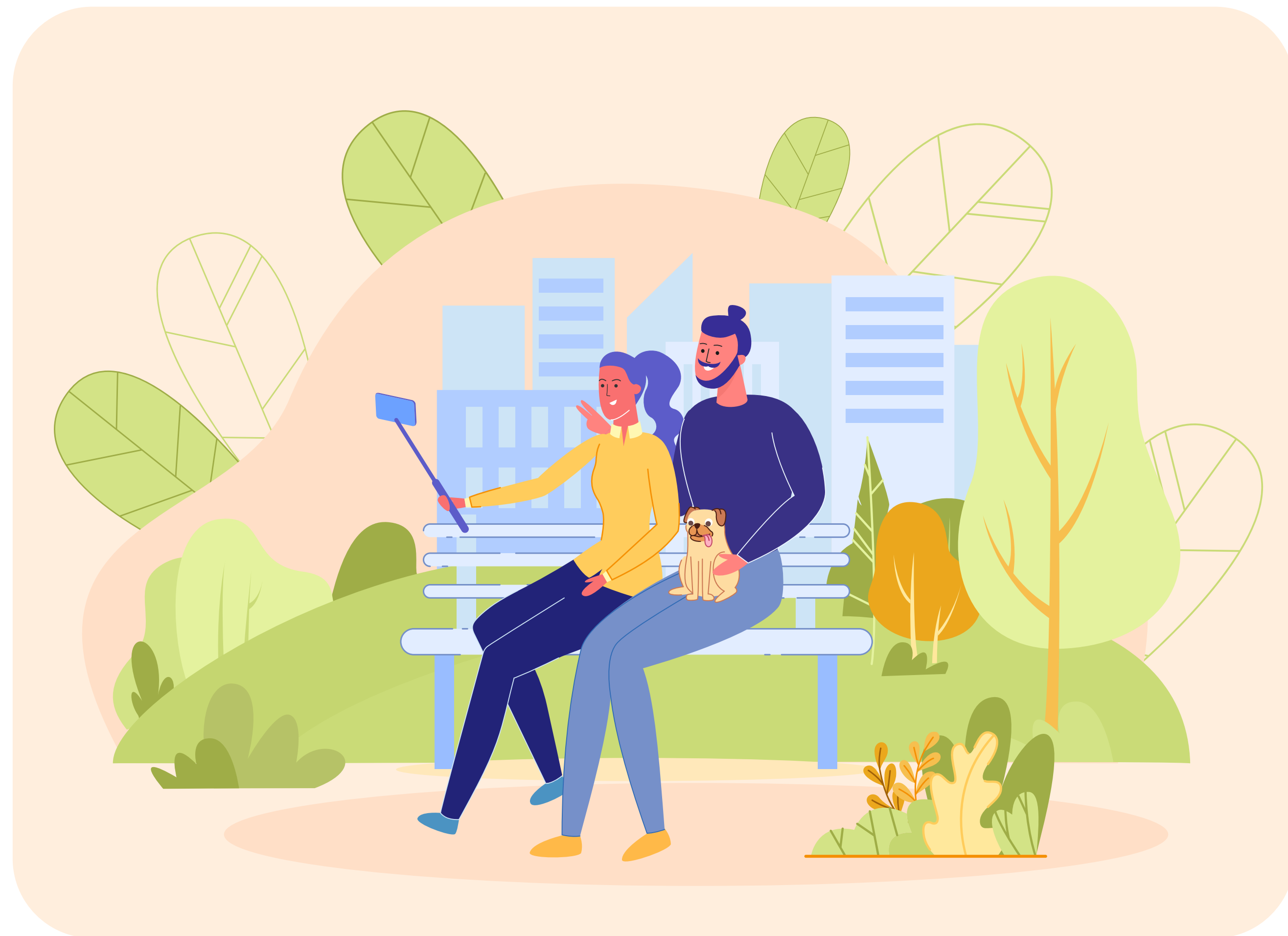
- os produtos e os serviços relacionados à preservação do bem-estar dos animais, como tosa e banho, bem como acessórios e itens de higiene, constituindo o que se conhece por *Pet Care*;
- os serviços direcionados aos pets, como hotelaria, *pet sitter*, adestramento e *dog walker* — todos englobados no nicho que se conhece como *Pet Service*;
- os estabelecimentos que comercializam serviços e produtos, em geral, para cães, gatos, roedores — como *hamsters*, coelhos, porquinhos-da-Índia, chinchilas etc. —, aves e répteis — como iguanas, cobras, tartarugas etc. —, peixes e furões, que são os populares *petshops*, cada vez mais sofisticados e diversificados, especialmente em razão das exigências do público-alvo (no caso, dos tutores);
- os serviços focados na nutrição dos animais de estimação, que têm, atualmente, a alimentação natural como uma tendência de peso, constituindo o tão queridinho *pet food*;
- os hospitais, as clínicas, os planos de saúde e os laboratórios veterinários, que são voltados à manutenção de boa saúde dos *pets*.

O atual cenário

Como dito, mesmo vivenciando um período ainda delicado em razão dos avassaladores impactos da pandemia do novo coronavírus, que resultaram no retorno do País à recessão econômica e a um contexto de crise, **as perspectivas do mercado pet vêm se revelando bastante otimistas.**

Segundo dados do [Instituto Pet Brasil \(IPB\)](#), no ano de 2020 o mercado pet movimentou nada menos do que R\$ 40,8 bilhões. Para se ter uma ideia, esse montante é superior ao faturamento do setor de linha branca, que abrange geladeiras, fogões, máquinas de lavar e freezers, por exemplo. O presidente do conselho consultivo do Instituto Pet Brasil, Nelo Marraccini, acerca de tais resultados, explica: *“As pessoas queriam uma companhia durante o isolamento, seja para elas mesmas ou para os filhos, que ficaram sem ir à escola”*.

O levantamento do IPB corrobora essa tese, apontando que houve um aumento de 50% no número de pets adotados nas capitais da região sudeste ao longo da pandemia. As [estimativas](#) também indicam que, impactado especialmente pelo nicho de *pet food*, **em 2021 o mercado pet deve alcançar um faturamento de, aproximadamente, R\$ 46,5 bilhões, o que representaria uma alta de 13,8% em um comparativo com o ano de 2020.**





QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS QUE OS EMPREENDEDORES DO MERCADO PET PRECISAM ENFRENTAR?



O mercado pet — e, em especial, o nicho de *petshops* —, como visto até aqui, engloba negócios promissores, o que provavelmente colaborou para a elevação do número de empresas do setor nos últimos anos. No entanto, como mencionado no início deste e-book, o segmento é dominado por pequenas empresas, conforme reforça o [BTG Pactual \(BPAC11\)](#), pontuando que, **mesmo com o bom posicionamento em âmbito mundial, o mercado nacional é fragmentado.**

A bem da verdade, mais de 50% dele está concentrado nas mãos de clínicas veterinárias de pequeno porte e em *petshops* igualmente pequenos. Diante disso, não é de se estranhar que exista um descompasso entre a acelerada evolução dos nichos e a capacidade de operabilidade desses empreendimentos, o que, por sua vez, faz surgirem inconvenientes e desafios que precisam ser contornados e enfrentados pelos empresários do ramo. Nesta seção, nosso intuito é elencar os principais deles.



A manutenção de uma equipe de trabalho bem organizada

Lidar diretamente com os animais de estimação é uma atividade gratificante por si só. Entretanto, manter o time de colaboradores — por menor que seja — motivado e organizado pode se revelar um grande desafio com o qual o empresário precisa lidar. Nesse caso, é primordial manter em mente que os integrantes da sua equipe devem se sentir valorizados e reconhecidos, não importando, nesse contexto, o quão bacana o dia a dia de trabalho é.

Atuação eficiente e engajamento genuíno por parte do seu pessoal são fundamentais para preservar uma reputação positiva no mercado e, é claro, para manter os tutores satisfeitos com o serviço prestado. Essas questões estão entre os fatores que vêm tirando o seu sono? Então, o primeiro passo é buscar ser tão acessível quanto possível aos profissionais que atuam ao seu lado e saber escutá-los.

Além disso, uma boa prática pode ser agendar reuniões com o quadro de pessoal tanto dentro quanto fora do ambiente de trabalho, buscando sempre mantê-las agradáveis e leves. Outras excelentes medidas que podem ser implementadas no intuito de driblar esses inconvenientes são:

- oferecer treinamentos e capacitações aos integrantes do time;
- reconhecer a boa performance dos profissionais, buscando também despertar um sentimento de pertencimento;
- investir em soluções automatizadas para trazer mais praticidade e agilidade às tarefas administrativas, otimizando o tempo dos colaboradores que desempenham essas atribuições e oportunizando que eles se dediquem às atividades que têm mais impactos sobre o core business do estabelecimento.

O controle eficaz das finanças do empreendimento

Um gerenciamento financeiro malfeito inevitavelmente levará o negócio à falência, seja em curto prazo, seja em médio prazo. Portanto, a fim de não apenas garantir a boa operabilidade no mercado pet, mas de assegurar o alcance de resultados positivos e o crescimento contínuo, **dedicar-se ao controle das receitas é algo primordial.**

Nesse contexto, embora existam estabelecimentos que o fazem à moda antiga, insistindo em manter atividades manuais, o ideal é recorrer ao uso de gráficos, planilhas e outras ferramentas automatizadas. Esses recursos permitirão, inclusive, estabelecer um comparativo entre o desempenho do petshop em dois ou mais períodos, o que o auxiliará a notar eventuais deslizes e pontos de melhoria.

Mais do que nunca, vivemos uma era de transformação digital, portanto, não ser receptivo às inovações e resistir a enxergar a tecnologia como uma aliada acabará, em algum momento, por deixá-lo para trás em relação aos concorrentes. Isso, é claro, sem mencionar as falhas humanas, tão mais comuns quando não se investe em automação. Portanto, não deixe de investir em aplicações específicas para esse fim, **que fornecerão resultados mais fiéis à realidade e facilitarão a compreensão dos números.**





O reconhecimento das demandas do público-alvo do mercado pet

Acredite: saber identificar as necessidades e as expectativas do seu público — e, sempre que possível, antecipar-se a elas — é um desafio a ser superado tanto pelos novos negócios quanto pelos estabelecimentos mais bem consolidados, que já atuam há alguns anos no setor. O principal motivo para tanto é justamente o ritmo acelerado em que as novidades surgem, criando demandas que, há pouco tempo, nem sequer existiam.

O ideal, nesse caso, é sempre buscar fazer uma pesquisa entre os clientes do petshop, buscando — preferencialmente, em um tom de conversa — saber o quão satisfeitos eles estão com os serviços e/ou produtos oferecidos pelo estabelecimento. Nessa empreitada, o seu time de colaboradores pode ser um grande parceiro, já que eles lidam diretamente com os tutores e **podem ter um olhar mais sensível a ponto de perceber as necessidades não explicitadas.**

O imprescindível é entender que **o mundo está em constante mudança, logo, o que o pública espera também está.** Mantendo isso em mente, é essencial buscar descobrir como será possível atendê-lo sempre que surgir uma nova necessidade.



A sistematização dos processos

Neste tópico, há que se ressaltar, mais uma vez, que vivemos um momento em que as novidades tecnológicas são lançadas ao mercado em uma velocidade incrível. Levando isso em conta, diante do cotidiano tão corrido e da crescente evolução da tecnologia, **é imperativo contar com soluções informatizadas, sempre que possível, especialmente voltadas ao seu setor de atuação.**

Tais ferramentas têm o potencial de trazer mais praticidade e uma precisão maior à interpretação de informações que têm uma crucial importância para a manutenção do funcionamento do estabelecimento. Quer vislumbrar o quanto essenciais elas são? Basta, por exemplo, imaginar quanto tempo seria desperdiçado caso fosse necessário preencher as informações dos tutores e dos animais de estimação em cadastros não informatizados, manualmente.

A divulgação do estabelecimento, tornando-o conhecido na região de atendimento

Lembra-se de que falamos sobre o quão essencial é dedicar-se ao bom controle das finanças do seu empreendimento? Pois saiba que tão importante quanto fazê-lo é gerenciar o marketing com uma igual dedicação e investir na divulgação do seu petshop. Como você pôde ver, os levantamentos acerca do mercado apontam excelentes perspectivas de crescimento, e as ações sugeridas para driblar os contratempos listados acima de nada serviriam se o seu foco não estiver voltado à expansão do negócio e à captação de público.

Então, se você ainda está dando os primeiros passos no seu nicho, além de trabalhar a presença digital — o que é imprescindível, nos dias de hoje, para qualquer empresa, independentemente do porte e da área de atuação —, pode ser interessante apostar na divulgação de panfletos e *folders*. Por outro lado, se você já mantém uma clientela fiel, uma boa alternativa para permanecer nutrindo as relações estabelecidas pode ser enviar newsletters periodicamente. Assim, **o foco será voltado ao contato com os consumidores.**



**COMO É POSSÍVEL SUPERAR OS DESAFIOS DO MERCADO
PET E TER UMA ATUAÇÃO BEM-SUCEDIDA NO SETOR?**

Nesta seção, nosso intuito é não apenas orientá-lo acerca das melhores práticas a serem implementadas no seu estabelecimento com o objetivo de contornar os inconvenientes mais comuns — listados no capítulo anterior —, mas também elencar uma série de medidas que o ajudarão a ter uma atuação bem-sucedida no mercado pet, atingindo bons resultados em termos de faturamento e tornando-se uma referência no seu nicho. Continue a leitura das próximas linhas!

Conheça o perfil do seu estabelecimento

Tanto os serviços quanto os produtos oferecidos no petshop precisam estar em conformidade com o estilo do seu estabelecimento e alinhados à sua marca. Justamente por haver distintos públicos, há também uma grande variedade de perfis de negócios no mercado pet — por exemplo, empreendimentos que têm foco em cães ou que são especializados em gatos, comércios que ofertam a maior variedade possível de artigos para pets etc.

Traçar um mix de itens e/ou serviços a serem disponibilizados aos seus clientes é imprescindível. No entanto, para que essa definição seja bem-feita, é preciso avaliar o perfil do negócio e, por conseguinte, o que faz mais sentido lançar ao mercado. Isso nos leva diretamente ao tópico seguinte.





Entenda quem é o público-alvo do petshop

Como dito, definir o mix de serviços e produtos que serão disponibilizados aos consumidores é essencial. Entretanto, para ter resultados mais positivos a partir desse delineamento, **você deve descobrir quem são seus clientes e conhecer verdadeiramente o seu público-alvo**. Afinal, essa escolha deve ser fundamentada não nos seus interesses como empreendedor, mas, sim, nas demandas desse setor.

Uma excelente alternativa para coletar informações nesse sentido é criar pesquisas — além, é claro, de conversar diretamente com os consumidores. Para tanto, é possível recorrer a algumas ferramentas, como o Google Forms, e submetê-las aos clientes. Inclusive, pode ser bastante interessante, até com o propósito de incentivar a participação das pessoas, aproveitar para oferecer descontos e/ou brindes àqueles que toparem respondê-las.

Dessa maneira, além de conseguir as informações de que precisa, você também agrada os consumidores que dedicaram alguns minutos do seu tempo para ajudá-lo a identificar onde o seu negócio vem acertando e o que pode ser melhorado.

Administre o tempo

A gestão de tempo é essencial para a boa administração do seu estabelecimento.

Inclusive, embora não tenha sido mencionado no capítulo anterior, entre as barreiras que comumente precisam ser contornadas pelos empresários do setor, está a dificuldade de, por vezes, priorizar algumas questões em detrimento de outras em circunstâncias específicas.

No entanto, nesse contexto, um bom planejamento estratégico, que deve ser suficientemente claro, e objetivos igualmente inteligíveis são grandes facilitadores para a otimização dos processos internos e para a priorização do que é necessário.



Estude a margem de lucratividade, a sazonalidade e a validade

Como dito, é incontestável que a demanda por um serviço e/ou por um produto é um fator que precisa necessariamente ser levado em conta no momento de definir o *mix* que será disponibilizado no seu petshop. Contudo, há que se destacar que **esse não é o único elemento que precisa ser considerado**.

Além de uma boa procura — que assegurará resultados positivos em vendas —, é imprescindível que os empreendedores do mercado pet estudem outras questões, como a validade, a sazonalidade e a margem de lucros. Afinal, itens que têm uma margem de lucratividade reduzida, por exemplo, não são os melhores aliados quando o propósito é alavancar o empreendimento. Já os produtos que têm um prazo de vencimento curto e/ou são sazonais podem até mesmo gerar prejuízos à sua rentabilidade.

A grande realidade é que não há uma “fórmula pronta” ou uma espécie de “receita de bolo” que o fará tomar decisões cirúrgicas no momento de escolher os serviços e/ou produtos que serão oferecidos. Portanto, **o mais recomendável é sempre buscar colocar tudo na ponta do lápis para tomar decisões tão acertadas quanto possível**.





Conte com um quadro de pessoal verdadeiramente qualificado

Atualmente, como mencionamos, **os animais de estimação passaram a ser enxergados pelos tutores como membros da família.** Logo, naturalmente, lidando com eles, os funcionários lidam com vidas que têm um valor inestimável para o seu público.

Sendo assim, é bastante comum que os clientes mantenham expectativas altas em relação ao atendimento que será oferecido no seu estabelecimento. Justamente por isso, **o principal objetivo a ser perseguido pelo negócio é a entrega de uma experiência altamente positiva para os consumidores** — entra aí, então, a necessidade de dispor de um quadro de colaboradores capacitados, já que, via de regra, eles lidarão diretamente com o público.



Nesse sentido, é importante ter em mente algo que muitos empresários desconhecem: a formação de bons times de trabalho começa no processo de R&S (recrutamento e seleção). Então, lembre-se de:

- estabelecer o perfil de profissional ideal para o seu petshop — no momento da seleção e, posteriormente, da contratação, é conveniente levar em conta algumas características, como simpatia, empatia, paixão pelos animais, habilidades interpessoais etc.;
- treinar regularmente o seu time, afinal, novas técnicas e produtos e/ou serviços inovadores surgem com uma alta frequência, e os tutores mais dedicados, costumeiramente, são ávidos por novidades. Contudo, não se esqueça de que as capacitações oferecidas, além de serem voltadas para técnicas motivacionais e de venda, devem abranger conhecimentos técnicos;
- elaborar um código de conduta, pois ter registradas descrições bastante claras acerca dos comportamentos adequados e das atitudes inapropriadas dentro do ambiente de trabalho pode ser de grande ajuda, em especial no momento de repassar tais diretrizes a profissionais recém-admitidos;
- manter a equipe motivada, afinal, como você certamente já leu ou ouviu em algum momento, **funcionários felizes são funcionários também mais produtivos**;
- não reter profissionais que não se encaixam no perfil do negócio, mesmo diante de uma eventual escassez de indivíduos com experiência no ramo, afinal, colaboradores desalinhados às demandas do empreendimento não apenas podem “contaminar” os demais integrantes do quadro funcional, mas também podem prejudicar severamente o bom relacionamento com a clientela.

Analise os concorrentes que atuam no seu nicho

Outra medida interessante — especialmente em se tratando do mercado pet, que, por si só, é bastante competitivo —, é avaliar que tipo de serviço é prestado e quais artigos são comercializados pelos estabelecimentos que compartilham do seu público-alvo. Inclusive, isso é recomendável até mesmo para que seu *petshop* não acabe por se envolver em “batalhas” de preços.

Nesse sentido, é até conveniente buscar dispor de alguns produtos e/ou serviços mais exclusivos, que só são encontrados no seu estabelecimento. Ainda que isso exija um investimento maior, clientes mais específicos serão atraídos, ampliando o alcance de consumidores, e, em boa parte das vezes, ao visitarem a loja, comprarão outros artigos, elevando o seu ticket médio. Além disso, **o diferencial reside nos detalhes, e a exclusividade pode ser um elemento determinante para a fidelização.**





Tenha atenção aos seus fornecedores

Outro ponto que merece uma atenção especial ao estabelecer com quais serviços e produtos você trabalhará no estabelecimento é quem fornecerá os insumos necessários e os artigos a serem comercializados — outro aspecto que, às vezes, não é avaliado de forma tão criteriosa quanto deveria.

A grande questão é que, mais do que o próprio produto, o empreendedor precisa verificar se o parceiro disponibiliza o atendimento de que ele precisa, utiliza matéria-prima de qualidade, é receptivo à negociação de valores, pode suprir demandas emergenciais etc.

Avalie as tendências do mercado pet e acompanhe as preferências do seu público-alvo

Por fim, é importante saber que não é porque um artigo atingiu um número de vendas expressivo no último trimestre, por exemplo — ou porque um serviço foi frequentemente procurado durante um período determinado — que o desempenho permanecerá igual. Por essa razão, é essencial, especialmente em se tratando do mercado pet, acompanhar as novidades e as tendências do setor, que, atualmente, é um dos mais dinâmicos.

Além disso, sempre procure identificar o tipo de serviço e/ou item que os tutores mais têm buscado para seus “filhos de quatro patas”. Em suma, acompanhe minuciosamente qualquer evolução do segmento e o que há de novo em termos de serviços, medicamentos, brinquedos, vestuário, acessórios e outros artigos relacionados aos animais de estimação. Entendida a importância dessa prática, vamos ao próximo capítulo, que complementa esta seção.



QUAIS SÃO AS TENDÊNCIAS PARA O MERCADO PET?

Conforme [dados do IPB](#), no nosso país, o gasto mensal com cães é de, aproximadamente, R\$ 338, sofrendo variações a depender do porte do animal. Via de regra, depois da alimentação, as consultas ao veterinário são as maiores fontes de despesa.

Entretanto, com as novidades que vêm sendo lançadas ao mercado nos últimos tempos, os empreendedores que atuam no setor e desejam não somente manter a operabilidade do estabelecimento, mas, sim, crescer exponencialmente e ter as vendas potencializadas, devem acompanhá-las de perto.

Para ajudá-lo nessa missão, nos tópicos a seguir, elencaremos as principais tendências às quais você deve estar atento a fim de avaliar o que faz mais sentido oferecer de acordo com seu público-alvo e nicho de atuação.

Lembre-se de que, em um cenário de alta concorrência, sair do lugar-comum e não oferecer somente mais do mesmo é necessário para se destacar. Vamos conferir?!





Assinatura de ração

Como dito, a alimentação dos pets corresponde ao maior faturamento do mercado, portanto, oferecer um serviço de assinatura de ração pode representar uma excelente oportunidade — **além de funcionar como um diferencial competitivo**. Cada vez mais, as pessoas têm valorizado a comodidade e esse tipo de serviço vai justamente ao encontro dessa busca, pois os tutores passam a ter a praticidade de receber o alimento dos seus pets em casa, dispensando a necessidade de deslocamento até um estabelecimento.

Além disso, a partir dessa oferta, uma relação ganha-ganha pode se estabelecer. Isso porque, como um “plus”, em razão de a compra ser recorrente, os clientes podem obter descontos sobre o preço usualmente praticado, e os comerciantes passam a ter uma entrada de recursos fixa com a qual eles podem contar dentro de um período de tempo regular.

Assinatura de banho e tosa

Aproveitando o ganho do tópico anterior, a assinatura de banho e tosa — popularmente conhecida também como “clubinho” — pode ser uma excelente aposta, já que se trata de um serviço procurado de forma recorrente. Nesse caso, é interessante estabelecer diferentes planos e/ou pacotes que levem em conta, por exemplo, o porte e a pelagem do pet, a frequência e os tipos de serviços inclusos, como hidratação, *dry-room* (que é uma secagem sem ruídos), escova, cauterização de pelos etc.

Da mesma forma que o serviço de assinatura de rações, os clientes que optarem por contratá-lo podem ter algumas vantagens, como descontos exclusivos, brindes e gratuidade em alguns serviços eventuais. Mais uma vez, **há uma relação ganha-ganha em razão da entrada de receita frequente**, viabilizando ao estabelecimento planejar novos investimentos e expansões.



Alimentação natural

Em relação a tendências no mercado pet, com certeza a alimentação natural — ou AN — é uma que não pode ser ignorada de modo algum. Voltada para cães e gatos e, geralmente, comercializada em marmitas, esse tipo de produto também pode ser oferecido no formato de assinatura, disponibilizando aos tutores a possibilidade de receber em domicílio refeições completas com alimentos saudáveis e previamente selecionados visando ao bem-estar dos animais.

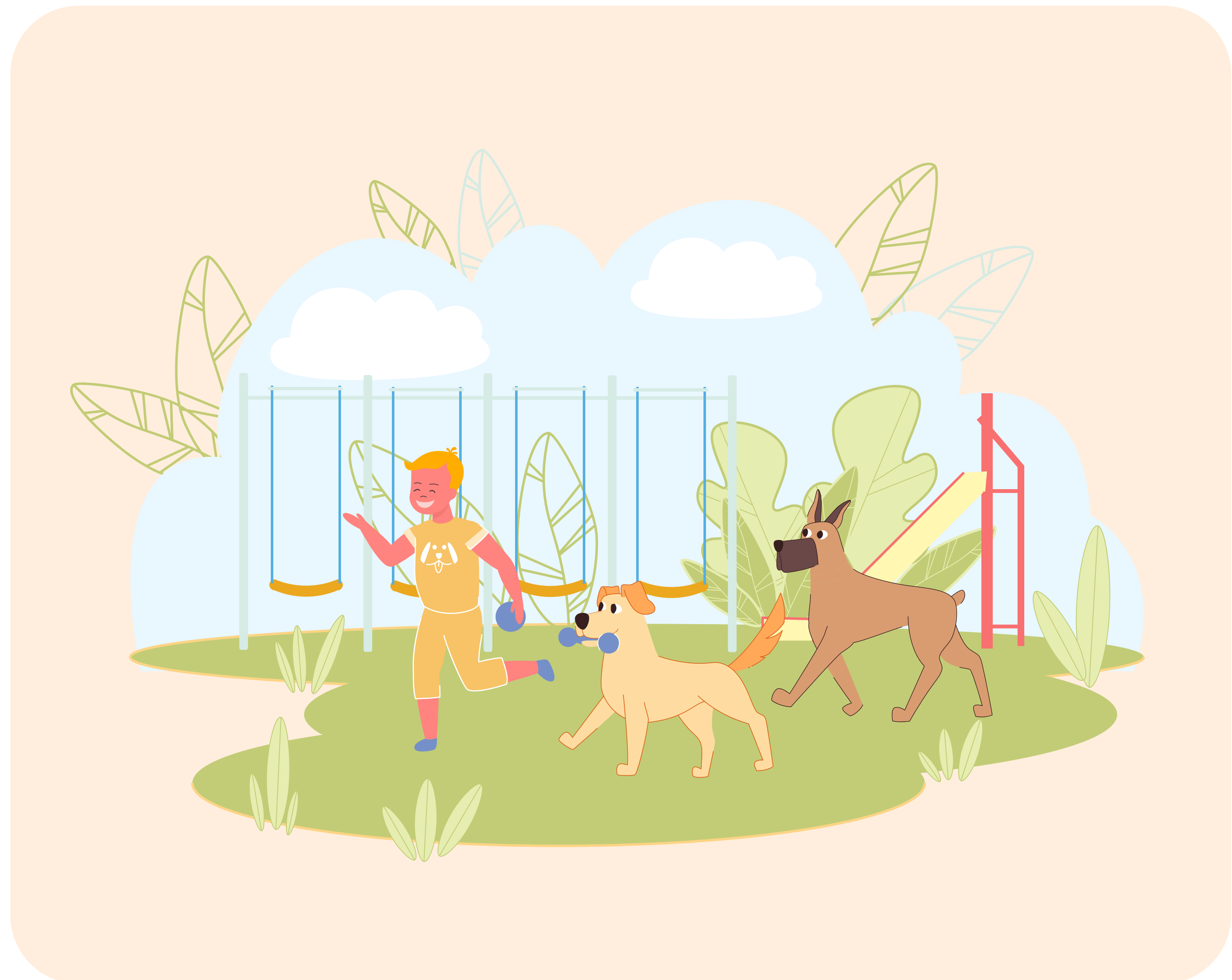
Como a qualidade do que os pets consomem vem se tornando uma preocupação maior nos últimos tempos, **o investimento nesse nicho específico pode ser altamente promissor.**



CONCLUSÃO

Como você pôde ver — mesmo porque os números não escondem —, o mercado pet não só tem apresentado picos de crescimento significativos, mas também tem excelentes perspectivas. Afinal, cada vez mais, as relações entre os tutores e os animais de companhia vêm mudando e esses últimos, **na maior parte dos lares, já são verdadeiramente tratados como membros da família.**

Esse cenário, somado ao fato de que várias tendências vêm surgindo e são muito bem recebidas pelo público do setor, mostra que **vale investir nesse nicho.** Apenas é fundamental levar em consideração que o segmento é, sim, altamente competitivo, portanto, é fundamental que você saiba como driblar os eventuais inconvenientes que possam surgir e acompanhar regularmente as inovações, a fim de não se permitir ser deixado para trás pela concorrência.





O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco é uma entidade privada sem fins lucrativos, agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.

Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae em Pernambuco atua em todo o território estadual. Além da sede no Recife, a instituição conta com mais 5 unidades espalhadas pelo Estado. Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua em: educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros.

