

Empresa procura saída em mercado não tradicional

Com os custos reduzidos ao limite do possível, já pressionadas pela demanda contida e às voltas com o crédito escasso e caro, as empresas brasileiras estão recorrendo a soluções de **marketing** que lhes permitam ganhar fatias em mercados onde tradicionalmente não atuavam. Mas, além dos fatores **produção e mercado**, preocupam-se cada vez mais com o **financeiro**.

Enquanto muitas empresas popularizam a produção, de modo a reduzir custos e oferecer produtos mais baratos, outras sofisticam o que produzem, em busca de melhores preços por unidade vendida. Pressionadas de um lado pelo avanço das grandes e de outro pelas investidas das pequenas em seus mercados, as empresas médias são as que mais sofrem. (Pág. 17)