

# Pequenos empresários driblam a crise

Sheila D'Amorim  
Da equipe do Correio

O ano de 1995 termina com o rótulo de ano-crise. E não é para menos, de janeiro a novembro 588 empresas do Distrito Federal fecharam as portas, o comércio atingiu os mais altos índices de inadimplência e o consumidor suou para quitar suas dívidas.

Mas apesar do quadro nada animador, ainda houve quem preferisse ignorar as estatísticas e arriscar as economias num negócio novo.

E não foram poucos. Em 11 meses, 7.469 novas empresas foram registradas na Junta Comercial do DF. No ano passado, esse número chegou a 9.020.

**Sorveteria** — A paulista Úrsula Bonvini, 21 anos, largou o curso de Turismo para montar uma sorveteria com o namorado Carlos Henrique Ro-

drigues, 20 anos.

A vendedora autônoma Alessandra Maffia, 23 anos, e a amiga Patrícia Dantas, 26 anos, estudante de Publicidade, investiram as economias numa empresa de carimbos.

Os negócios? “Vão muito bem, obrigado”, garantem os mais novos empresários da praça. O segredo do sucesso? “Originalidade e qualidade”, resumem.

Mas quem acha que essas pessoas simplesmente resolveram se aventurar, engana-se. Cautela e muita pesquisa de mercado antes de sair por aí gastando dinheiro é a dica número um desses empresários e de especialistas do setor para quem sonha com o negócio próprio.

**Cenário** — “Saber aonde está pisando antes de se arriscar é fundamental. O cenário econômico atualmente é diferente”, diz Paulo

Henrique, diretor da Junta Comercial do DF.

Ele hoje atende com frequência a consultas que, até um ano atrás, raramente eram feitas.

“A preocupação de quem está arriscando no mercado hoje é lançar algo novo, de qualidade, baixo custo e com clientela certa. Daí a preferência pelo setor de serviços”, analisa Ari Ferreira, gerente de informações do Sebrae-DF.

Essa foi a área mais pesquisada pelos candidatos a empresários em 1995. Dos 109,8 mil atendimentos feitos no Sebrae-DF este ano, 50% foram consultas relativas ao comportamento do mercado no setor de serviços.

Em seguida vem a indústria que representou 20% do total dos atendimentos. O comércio ficou em terceiro lugar ao lado da agroindústria, com 15% cada.

Paulo de Araújo 7.12.95



Depois de muita pesquisa Carlos investiu todas as suas economias em uma sorveteria self-service, a Calafrio

