

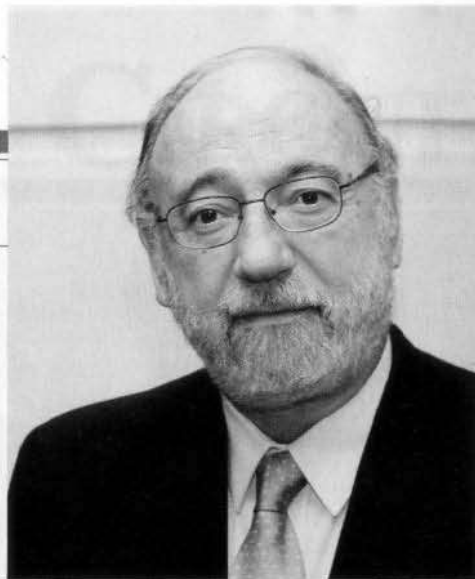
PERFIL

Os reis do bumerangue

Consumidores do sexo masculino encabeçam a lista de caloteiros

As mulheres normalmente são tachadas como consumistas pelos homens. Eles costumam reclamar que elas gastam demais, que o cartão de crédito é uma arma mortal para o orçamento e por aí vai. Mas, segundo a pesquisa Perfil do Inadimplente, realizada pela Telecheque, empresa especializada na avaliação de crédito ao varejo, os homens também gastam de forma descontrolada e, pior, não pagam tão bem quanto as mulheres.

De acordo com o levantamento, 53% de uma amostra de 2.605 consumidores que tinham restrição de crédito no primeiro semestre do ano são do sexo masculino, dos quais 49% são casados, 37% têm ensino médio completo e 34% têm idade entre 21 e 30 anos. A principal explicação para a inadimplência é o descontrole financeiro. Em seguida, aparecem como causa o empréstimo do nome a outras pessoas e o atraso no pagamento dos salários. "A maior inadimplência dos homens se explica pelo fato de eles ainda serem os responsáveis pelos principais gastos familiares", afirma Otacílio Santos, diretor da Telecheque. Os postos de gasolina foram os que mais sofreram com cheques sem fundo no primeiro semestre do ano — 18% do total. □ A.M.F.



EUGÊNIO GOULART

MINIENTREVISTA

Com o faro bem apurado

Para o consultor espanhol Josep Riverola Garcia, um bom negócio nasce da solução de um problema

Encontrar a galinha dos ovos de ouro nos negócios é o sonho de todo empreendedor. Alguns enxergam mais do que uma oportunidade. Outros passam a vida à procura dela e não saem do lugar. Para o espanhol Josep Riverola Garcia, Ph.D. em Investigação Operativa pela Universidade de Stanford, na Inglaterra, e membro do conselho da Kope Consulting, especializada em gestão do conhecimento, a busca de solução para os problemas abre caminho para a prospecção de novos empreendimentos. "As melhores chances estão em áreas nas quais você pode ver a cara do cliente", afirma. Co-autor do livro *Transformando Conhecimentos em Resultados* (Clio Editora, 56 reais, 377 págs.), Garcia diz, em entrevista a **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, que é possível descobrir luz no fim do túnel.

■ *Que segredos os empresários devem desvendar para farejar bons negócios?*

Descobrir uma nova oportunidade para empreender significa saber enxergar o que as pessoas não encontram com facilidade ou com o que elas estão insatisfeitas. O segredo está em resolver os problemas da clientela. Para chegar lá, é preciso estudar a fundo as necessidades dos eventuais clientes e observar o que os ou-

Todos nós temos grandes idéias, mas poucos conseguem concretizá-las com sucesso

tros fazem em diversos contextos, áreas e países. É essencial, ainda, pensar grande, imaginando qual é a melhor solução para tornar o negócio viável.

■ *O que pesa mais na busca da galinha dos ovos de ouro: a inspiração ou a transpiração?*

A inspiração responde por apenas 5% do esforço. Os demais 95% ficam por conta da operação dura, da busca e do cruzamento de informações. Todos nós temos grandes idéias. O maior problema é colocá-las em prática. Poucos conseguem concretizá-las com sucesso.

■ *Há áreas que facilitam mais a detecção de novos negócios?*

Sim, todas aquelas nas quais se pode ver a cara do cliente. As melhores áreas para prospecção são as de serviços, principalmente os voltados ao lazer, ao turismo e à terceira idade. Já as áreas tecnologicamente mais avançadas, como a de microeletrônica e de telecomunicações, são menos receptivas, porque exigem conhecimentos muito especializados.

■ *O que o empreendedor deve levar em conta para saber se está diante de uma boa oportunidade de negócio?*

Em primeiro lugar, o *feeling*. Num segundo momento, o empreendedor deve pensar o seguinte: se a idéia fosse proposta para mim, eu a aceitaria? Na seqüência, estimar, com a maior precisão possível, a quantia necessária para a sua implantação e o quanto a nova aventura trará de retorno. Muitos negócios morrem em decorrência do cálculo incorreto dos recursos necessários para implantá-los. Por fim, ele deve estudar a concorrência e procurar se cercar de pessoas otimistas, com capacidade e conhecimento para atuar de forma independente. □ KATIA SIMÕES