

O empreendedorismo e as causas da descontinuidade das empresas comerciais varejistas no Município Gaúcho de Nova Petrópolis (Microrregião das Hortênsias)

Entrepreneurship and causes the disruption of commercial retailers in the municipality of Nova Petrópolis Gaúcho (Microregion Hortênsias)

A. Eckert; M. S. Mecca; M. S. G. M. Denicol; W. Drechsler

Universidade de Caxias do Sul, 95070-560, Caxias do Sul-RS, Brasil

(Recebido em 09 de setembro de 2011; aceito em 06 de outubro de 2012)

As constantes modificações ocorridas no âmbito corporativo têm exigido dos empresários uma nova forma de gerir suas empresas, modificações estas que afetam de uma forma geral as empresas. Um desses aspectos é a concorrência interna. Outro fator é a abertura das fronteiras, principalmente impulsionadas pela China, Índia e outros países. Os empresários necessitam dar ênfase às palavras inovação, empreendedorismo, gestão das micro e pequenas empresas e contabilidade gerencial. Essa pesquisa tem por objetivo identificar quais as causas da descontinuidade das empresas comerciais varejistas no município gaúcho de Nova Petrópolis. Para atingir este objetivo foi realizado um estudo de caso cuja amostra é composta pelas empresas que descontinuaram suas atividades no período de 2008 a 2010 no referido município. O estudo apresenta análises sobre os dados coletados e apontamentos efetuados conforme a pesquisa bibliográfica pesquisada. Concluiu-se que a causa principal da descontinuidade das empresas durante os três anos, foi a de que o negócio não era lucrativo, além da influência de outros fatores. Esse estudo contribui tanto para os empresários como uma forma de melhorarem a sua gestão, como também para o município, pois com o fechamento das empresas a economia do mesmo é afetada.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Descontinuidade de empresas; Gestão; Comércio Varejista

The constant changes occurring within the business enterprise has required a new way to manage their businesses, these changes that affect businesses generally. One of these is internal competition. Another factor is the opening of borders, mainly driven by China, India and other countries. Entrepreneurs need to give emphasis to the words innovation, entrepreneurship, management of micro and small business management and accounting. This research aims to identify the causes of discontinuity of retail trade companies in Nova Petropolis - RS. To achieve this objective, we performed a case study whose sample is made by companies that discontinued its activities in the period 2008 to 2010 in that city. The study presents analysis of data collected and made notes according to the literature search. It was concluded that the main cause of disruption of business during the three years, was that the business was not profitable, and the influence of other factors. This study contributes to both the business and a way to improve their management but also for the city, because with the closing of the same companies the economy is affected.

Keywords: Entrepreneurship; Discontinuance of companies; Management; retail business

INTRODUÇÃO

No Brasil, com a baixa inflação e o processo de abertura econômica, é fato corrente que as empresas passaram a disputar clientes com base em diferenças de qualidade e no preço de seus produtos. A nova realidade já não mais permite às empresas as ineficiências praticadas no passado. Para tanto, há uma imediata necessidade de voltar-se para a produtividade e para a qualidade como caminhos para a sobrevivência. Contudo, a globalização pede um melhoramento contínuo na gestão das empresas.

Apesar do grande número de micro e pequenas empresas que anualmente abrem suas portas, ainda é preocupante a quantidade de organizações que cerram suas portas no primeiro ano de vida, por esse motivo que é importante entendermos as razões pelas quais isso acontece.

Um empresário de sucesso precisa ter e adquirir atributos como planejamento, organização, informação, controle, dentre outras. O objetivo deste trabalho é identificar quais foram os

principais motivos da descontinuidade das empresas comerciais varejistas do município gaúcho de Nova Petrópolis. A importância deste trabalho está diretamente ligada à sobrevivência das empresas, relacionando quais são os principais motivos que levam as empresas à descontinuidade.

A realização do estudo aqui proposto é importante na medida em que pode trazer dados acerca das principais dificuldades na gestão de uma organização, além de ser uma ferramenta orientativa para os empresários empreendedores, não somente da região de Nova Petrópolis, mas sim de diversas regiões. O tema apresentado aqui sobre descontinuidade das empresas é de extrema importância nos dias atuais e pouco observado pelos empresários.

A capacidade de uma empresa estar com liquidez, em dia com os impostos, em dia com as contas a pagar, se deve a muitos fatores que devem ser observados e seguidos. Se uma organização não está bem financeiramente, ela começa a perder a credibilidade e se rapidamente não tomar uma atitude com certeza não terá volta.

A globalização do mundo trouxe muitos problemas para as empresas, de forma que o mercado interno estava tornando-se cada vez mais exigente e competitivo. Com isso, os empresários tiveram a necessidade de adaptar os seus sistemas de custos, financeiros, logística, na medida em que o mercado interno já não admite mais os erros cometidos antigamente. A quebra das fronteiras exigiu dos empresários um maior controle sobre suas finanças, inovação, visão, coragem, além de outras qualidades. Mas aqueles que não fizeram nada, provavelmente irão enfrentar muitas dificuldades.

METODOLOGIA

Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, que segundo Manzo (1971, p. 32) citado por Lakatos e Marconi (1991, p. 184) “a pesquisa com fonte bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”.

Complementarmente, foi realizado um estudo de caso (multicaso), onde, através de um levantamento, buscou-se investigar quais as causas da descontinuidade das empresas do ramo comercial varejista do município gaúcho de Nova Petrópolis. Segundo Yin (2006, p.25) “questões do tipo “como” e por que” são mais explanatórias e é provável que leve ao uso de estudos de casos, pesquisas históricas e experimentos como estratégias de pesquisas escolhidas”. O estudo de caso por Cervo e Bervian, (2002, p. 67), “é a pesquisa sobre um determinado indivíduo, familiar, grupo ou consumidor que seja representativo do seu universo, para examinar aspectos variados de sua vida”.

Para a realização da pesquisa foi enviado um questionário para as 201 empresas que encerraram suas atividades de 2008 a 2010. O questionário foi adaptado da pesquisa realizada pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2010, que apontou os principais motivos de encerramento do negócio. Na pesquisa realizada com os empreendedores objeto deste estudo, questionou-se qual dos motivos elencados foram determinantes para a descontinuidade do seu empreendimento. Dos 201 questionários enviados, retornaram 45, ou seja, 22%.

O motivo da escolha das empresas comerciais varejistas se deu pelo fato da existência de um cadastro atualizado e histórico disponibilizado pela associação que reúne estas empresas. No município objeto deste estudo, trata-se de um ramo de atividade bastante explorado em função do turismo que toda a Região das Hortênsias atrai.

EMPREENDEADORISMO

O termo empreendedorismo, na visão de Hisrich e Peters (2004, p. 29), é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos, financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Dornelas (2001, p. 19) através de Jeffrey Timmons (1990) diz que “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi

para o século XX”. Já para Kumar e Ali (2010), o empreendedorismo diz respeito à descoberta de oportunidades lucrativas e a decisão de explorá-los, em perceber uma oportunidade onde os outros vêem apenas contradições, caos e confusão.

Segundo Dolabela (1999, p. 43) “empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

O empreendedorismo sempre teve um papel fundamental na sociedade. Neste momento ele está se intensificando, pois além do avanço tecnológico exigir maiores habilidades dos empreendedores, a economia e os meios de produção também se sofisticaram. Além, dos exemplos acima identificados outro fator que está levando o empreendedorismo a uma maior sofisticação é a competição entre empresas concorrentes, e é por esse motivo que podemos chamar o momento atual de era do empreendedorismo. No dizer de Hisrich e Peters (2004, p. 43)

O estudo do empreendedorismo é relevante atualmente não só porque ajuda os empreendedores a melhor atender a suas necessidades pessoais, mas também devido à contribuição econômica dos novos empreendimentos. Mais do que aumentar a renda nacional através da criação de novos empregos, o empreendedorismo atua como uma força positiva no crescimento econômico dos novos empreendimentos.

Atualmente, o empreendedorismo vem sendo utilizado de forma ampla, relacionado diretamente a um desenvolvimento inovador e a geração de resultados em qualquer tipo de organização. Conforme Souza e Guimarães (2005, p. 15) “o empreendedorismo, nos dias atuais, vem sendo utilizado de forma abrangente, referindo-se a ações inovadoras e dinâmicas em busca de resultados concretos em empresas, em geral, e em outras organizações, tanto governamentais como não governamentais”.

Por que dar tanta importância ao papel reservado ao ensino do empreendedorismo? Porque há comportamentos e atitudes que conduzem à inovação, à capacidade de transformação do mundo, à geração de riquezas. (DOLABELA, 1999, p. 86).

Empreendedorismo e o empreendedor, segundo Filion (1999, p. 17), tiveram sua origem por volta do século XVIII na França através de um banqueiro chamado Cantillon, que defendia a liberdade plena para que cada um pudesse tirar o melhor proveito dos frutos do seu trabalho. Para ele o empreendedor era aquele que comprava matéria-prima por um preço certo para revendê-lo a preço incerto

Pereira (1999, p.17) afirma que

Na realidade, os pesquisadores do empreendedorismo concordam em dizer que a origem desse conceito está nas obras de Cantillon, que era um banqueiro no século XVIII, mas que hoje seria qualificado de investidor em capital de risco. O interesse de Cantillon pelos empreendedores não era um fenômeno isolado na época. [...] Para ele, o empreendedor era aquele que comprava matéria-prima por um preço certo para revendê-lo a um preço incerto. Ele entendia, no fundo, que se o empreendedor lucrara além do esperado, isto ocorreria porque ele havia inovado: fizera algo de novo e diferente.

Mais tarde, o austríaco Joseph Schumpeter, segundo Dornelas (2001, p. 37) diz que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais”.

Ainda segundo Dornelas (2001, p. 37) através de Kirzner (1973) relata que “O “empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Dornelas (2001, p. 37) faz referência a Joseph Schumpeter e Kirzner afirmando que:

Ambos autores são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.

Posteriormente, Drucker (1986), considerado “o pai da administração moderna”, é que amplia a definição proposta por Jean-Baptiste Say, descrevendo segundo Souza e Guimarães (2005, p. 12 e 13) que: “o empreendedor tenta inovar no presente, guiado pelo mercado, minimizando os riscos, concentrando-se nas oportunidades. A essência da característica empreendedora está em saber lidar com as incertezas e que qualquer indivíduo que tenha à sua frente uma decisão importante a ser tomada pode comportar-se de forma empreendedora, desde que tenha conceitos e teorias dando suporte aos seus atos.

Empreendedores são pessoas, segundo Lezana e Tonelli (2004 p. 39), que perseguem o benefício, trabalham individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção) para extrair os melhores benefícios de suas inovações num meio incerto. Outros autores, como por exemplo, Bruyat e Julien (2000), conceituam o empreendedor como aquele que constrói uma visão, com o objetivo de gerar crescimento e lucro, alguém que possui postura estratégica e um comportamento inovador.

O PERFIL EMPREENDEDOR

A maioria das pessoas já pensou, nem que seja por um único momento, em ter seu negócio próprio e se tornar um empreendedor. “Trabalhar para si e não para os outros, não precisar dar satisfação a chefes e superiores, ter o controle sobre os horários e ganhar muito dinheiro”, é o que muitos pensam.

As principais razões que levam as pessoas a se tornarem empreendedoras segundo Chiavenato (2004, p.15) são:

- a) Forte desejo de ser seu próprio patrão, de ter independência e não receber ordens de outros, fundamentando-se apenas em seu talento pessoal;
- b) Oportunidade de trabalhar naquilo que gosta em vez de trabalhar como subalterno apenas para ter segurança de um salário mensal e férias a cada ano;
- c) Sentimento de que pode desenvolver a sua própria iniciativa sem o guarda-chuva do patrão;
- d) Desejo pessoal de reconhecimento e de prestígio;
- e) Poderoso impulso para acumular riqueza e oportunidade de ganhar mais do que quando era simples empregado;
- f) Descoberta de uma oportunidade que outros ignoram ou subestimaram;
- g) Desafio de aplicar recursos próprios e habilidades pessoais em um ambiente desconhecido.

As motivações e a possível abertura de uma empresa não tornam o indivíduo um empreendedor. O empresário para assumir um perfil empreendedor deve ter uma série de atributos. Souza e Guimarães (2005, p. 06) afirmam que:

No entanto, o fato de ser empresário não quer dizer necessariamente ser um empreendedor, pois este demonstra ter um comportamento inovador, criando uma nova situação para sua empresa ou trabalho, enquanto o empresário está mais preocupado com os aspectos operacionais da administração do negócio.

Dolabela (1999, p. 71) através de Timmons (1994) e Hornaday (1982) apresenta características do empreendedor:

- a) Tem um “modelo”, uma pessoa que influencia;

- b) Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- c) Trabalha sozinho. O processo visionário é individual;
- d) Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;
- e) Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros;
- f) É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados;
- g) Sabe fixar metas e alcançá-las; luta contra padrões impostos; diferencia-se;
- h) Tem a capacidade de descobrir nichos;
- i) Tem forte intuição: como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz;
- j) Tem sempre alto comprometimento; crê no que faz;
- k) Cria situações para obter *feedback* sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento;
- l) Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- m) É um sonhador realista: é racional, mas usa também a parte direta do cérebro;
- n) Cria um sistema próprio com relações com empregados. É comparado a um “líder de banca”, que dá liberdade a todos os músicos, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo.
- o) É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- p) Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- q) Tece “redes de relações” moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos; considera a rede de relações internas mais importantes que a externa.
- r) Conhece muito bem o ramo em que atua;
- s) Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- t) Traduz seu pensamento em ações.

Conforme Corrêa (1995, p. 147), o perfil encontrado nos empreendedores do Rio Grande do Sul:

[...] são indivíduos internamente motivados para atuar em seus negócios com autoconfiança, mais desejoso de independência e autonomia do que pessoas não empreendedoras – são pessoas que possuem predisposição para o progresso, têm uma percepção mais arrojada sobre o futuro e às próprias condições para enfrentar os fatores diversos ao meio.

Acreditam na capacidade do homem em construir seu destino, melhorar o ambiente externo e enfrentar situações difíceis como são os desafios – difíceis, mas possíveis de serem suplantados, pois que tem o homem potencialidade para tal.

Dornelas (2003, p. 63-65) identifica que as características comuns aos empreendedores, na capacidade de serem visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são dedicados, são independentes e constroem seu próprio destino, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados, são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados, criam valor para a sociedade.

O perfil do empreendedor é baseado num conjunto de fatores de comportamentos e atitudes que contribuem para o sucesso como anteriormente mencionado. A identificação do perfil do empreendedor de sucesso é feita para que se possa aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas.

Mas é importante termos consciência de que ainda não se pode estabelecer uma relação absoluta de causa e efeito. Ou seja, se uma pessoa tiver tais características, certamente vai ter sucesso.

Em relação às habilidades exigidas aos empreendedores, pode-se classificar em três áreas importantes: habilidades técnicas, habilidades de administração de empresas e habilidades empreendedoras pessoais. (HISRICH E PETERS, 2004)

Dolabela (1999) apresenta um quadro-resumo relacionando as atividades a serem desempenhadas com as características, competências e aprendizagens dos empresários empreendedores. Essas informações são apresentadas no Quadro 1.

Apesar de elencar as características e as competências que o empresário deve assumir para ser um empreendedor de sucesso, não se pode estabelecer uma relação absoluta da causa e efeito. Ou seja, não se pode afirmar que uma pessoa dotada de tais características irá necessariamente alcançar o sucesso como empreendedor. O que se pode dizer é que, se determinada pessoa apresenta as características e aptidões mais comumente encontradas nos empreendedores, mais chances terá de ser bem sucedida. (DOLABELA, 1999).

Atividades	Características	Competências	Aprendizagens
Descoberta de Oportunidades	Faro, Intuição	Pragmatismo, bom senso, capacidade de reconhecer o que é útil e dá resultados	Análise setorial. Conhecer as características do setor, os clientes e o concorrente líder
Concepção de visões	Imaginação, independência, paixão	Concepção, pensamento sistemático	Avaliação de todos os recursos necessários e dos respectivos custos
Tomada de decisões	Julgamento, prudência	Visão	Obter informações, saber minimizar o risco
Realização de Visões	Diligência, constância	Ação	Saber obter informações para realizar ajustes contínuos, retroalimentação
Utilização de equipamentos, (principalmente de tecnologia da informação)	Destreza	Polivalência (no começo, o empreendedor faz tudo)	Técnica
Compras	Acuidade	Negociação. Saber conter-se nos próprios limites, conhecer profundamente o tema e ter flexibilidade para permitir que todos ganhem	Diagnóstico do setor, pesquisa de compras
Projeto e colocação do produto/serviço no mercado	Diferenciação, originalidade	Coordenação de múltiplas atividades: hábitos de consumo dos clientes, publicidade, promoção	Marketing, gestão
Vendas	Flexibilidade para ajustar-se aos clientes e circunstâncias, buscar <i>feedback</i>	Adaptação às pessoas e circunstâncias	Conhecimento do cliente
Formação da equipe e conselheiros	Ser previdente, projeção ao longo prazo	Saber construir redes de relações internas e externas	Gestão de recursos humanos, saber compartilhar
Delegação de tarefas	Comunicação, capacidade de aprender	Delegação. Saber dizer o que deve ser feito e por quem; saber acompanhar, obter informações	Gestão de operações

Quadro 1: o trabalho do Empreendedor e seus requisitos.

Fonte: Dolabela (1999. p.72-73).

O PROCESSO DE GESTÃO NAS EMPRESAS

Para que um empreendimento possa estar sempre atualizado e competitivo no mercado, é necessário que o empreendedor faça uma gestão adequada deste novo negócio. Segundo Catelli (2001, p.57), “a gestão caracteriza-se pela atuação em nível interno da empresa que procura otimizar as relações recursos-produtos/serviços, considerando as variáveis dos ambientes externo e interno que impactam as atividades da empresa, em seus aspectos operacionais, financeiros, econômicos e patrimoniais”. De maneira resumida, é necessário que o empreendedor esteja sempre atento nas modificações que ocorrem no ambiente interno e externo da sua empresa, visto que são diversas as variáveis que atuam diretamente e indiretamente na modificação do seu patrimônio.

A gestão de negócio é o conjunto de atividades que objetiva entender e explicar como as transações ocorridas ou a ocorrer, no âmbito de um negócio, produzem alterações no seu patrimônio. O conjunto de atividades que forma a gestão de negócio abrange também a prática de fornecer ao gerente recomendações para que as transações produzam resultados mais favoráveis. A avaliação é sempre feita visando o efeito dessas ações no patrimônio. (HONG, 2009)

A gestão deve auxiliar o gerente a identificar as oportunidades e ameaças que possam vir a ocorrer. Uma ferramenta que auxilia os empreendedores na definição, planejamento e administração do negócio, é o modelo de gestão. Conforme Perez Jr., Pestana e Franco (1995), é através do modelo de gestão que se pode identificar os diversos aspectos que compõem uma organização. A partir dele é possível determinar o motivo da existência do negócio, bem como auxiliar a sua eficiência e eficácia, garantindo, assim, a sua existência contínua no mercado. Para um melhor entendimento, os autores trazem a definição do que é eficiência e eficácia. Eficiência é realizar uma determinada atividade da melhor maneira possível, reduzindo custos e resolvendo os problemas. Eficácia é o grau em que se satisfazem as expectativas previamente determinadas de resultado, atingindo as metas estipuladas e aumentando os lucros.

ESTUDO DE CASO

Nova Petrópolis, que faz parte da microrregião das hortênsias, tornou-se município em 1955, está localizada a 802 metros de altitude e fica a 90 quilômetros de Porto Alegre, capital gaúcha. As bases agrícolas receberam grandes investimentos de infra-estrutura, destacando-se a implantação de um novo cooperativismo. O desenvolvimento industrial intensificou-se com o deslocamento de indústrias para a zona rural, aproveitando os excedentes na mão-de-obra. Na década de 70 com o resgate das origens históricas do município, houve um grande incremento na vida cultural, especialmente no folclore. O movimento turístico intensificou-se gradativamente assumindo o aspecto de turismo cultural. Expandiram-se com isso as malharias, artesanato, hotéis, restaurantes e cafés coloniais.

No período de 2008 a 2010, conforme dados do cadastro municipal da Prefeitura de Nova Petrópolis, 201 empresas descontinuaram suas atividades. Para esta pesquisa buscou-se o contato com estas 201 empresas, sendo que se teve retorno de 45 delas, o que representa 22%.

Para o questionamento utilizou-se os quesitos da pesquisa realizada pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2010, que apontou os principais motivos de encerramento do negócio. No contato realizado com os empreendedores questionou-se qual dos motivos elencados pela pesquisa GEM 2010 foram determinantes para a descontinuidade do seu empreendimento. A compilação das respostas encontra-se na tabela 1.

Tabela 1: Empresas que descontinuaram suas atividades em Nova Petrópolis – RS.

Principal motivo do encerramento do negócio	Proporção (%)			
	2008	2009	2010	2008 A 2010
Oportunidade de vender o negócio	10,00	23,08	13,64	15,57
O negócio não era lucrativo	30,00	30,77	40,91	33,89
Dificuldades na obtenção de recursos financeiros	-	-	9,09	3,03
Outro trabalho ou oportunidade de negócio	10,00	15,38	4,55	9,98
Saída planejada com antecedência	-	-	-	-
Aposentadoria	-	-	-	-
Razões pessoais	20,00	23,08	18,18	20,42
Incidente	-	-	-	-
Outro	30,00	7,69	13,64	17,11
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

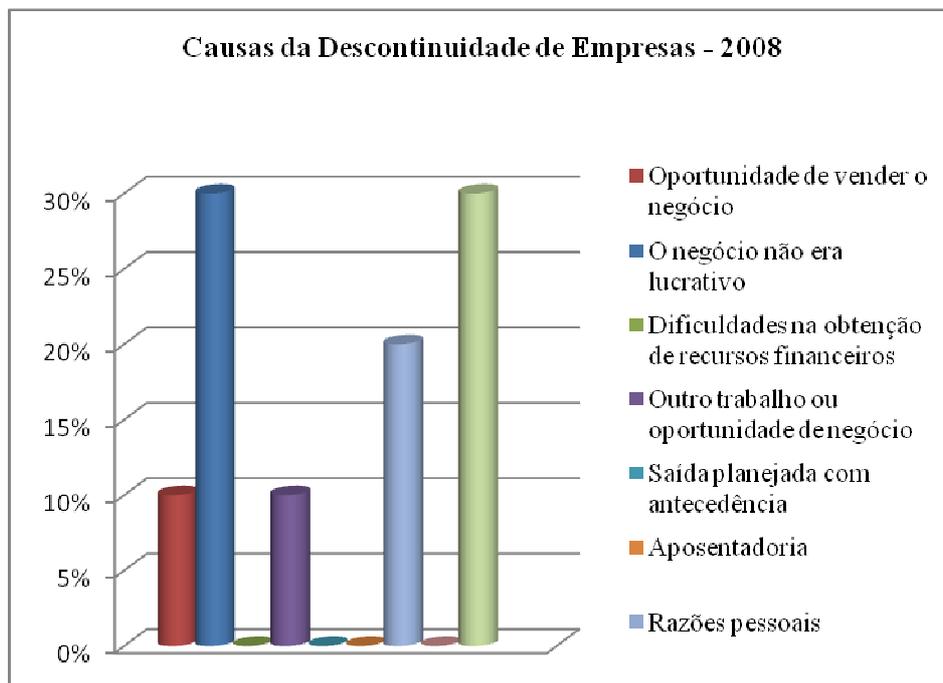


Figura 1: Causas da descontinuidade de empresas 2008.

Em relação a 2008 cabe ressaltar que 30% dos entrevistados tiveram suas empresas descontinuadas, alegando que o negócio não era lucrativo, e também alegando outros motivos, como falecimento do empresário e outras razões não mencionadas pelos empresários, conforme figura 1.

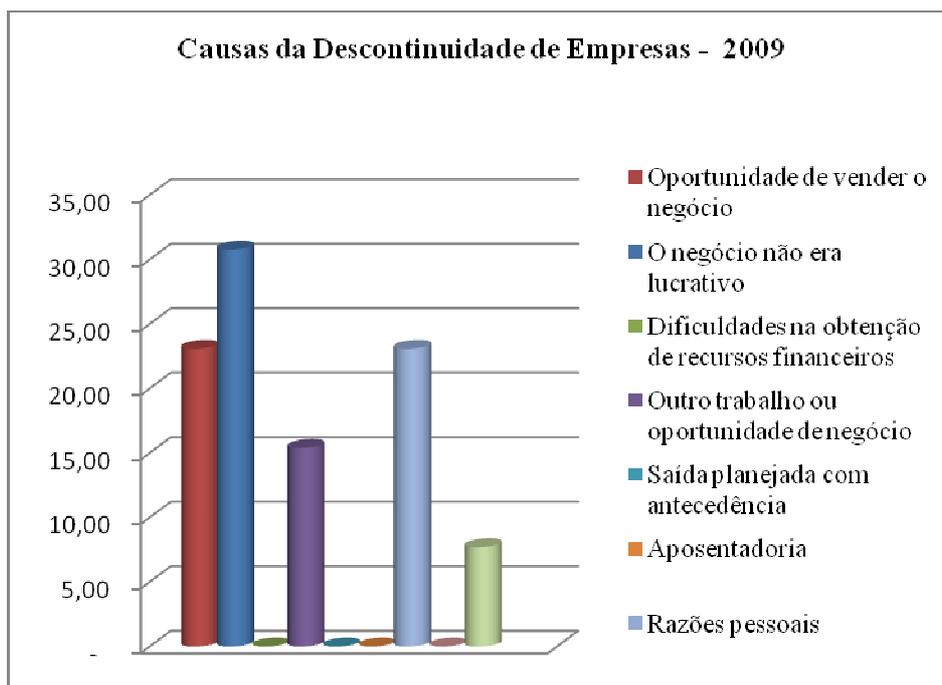


Figura 2: Causas da descontinuidade de empresas 2009.

Quanto a 2009 pode-se perceber, conforme figura 2, que a principal causa da descontinuidade foi que o negócio não era lucrativo chega a 30%, e podemos verificar também que oportunidade de vender o negócio e razões pessoais chegam em torno de 25% das respostas.

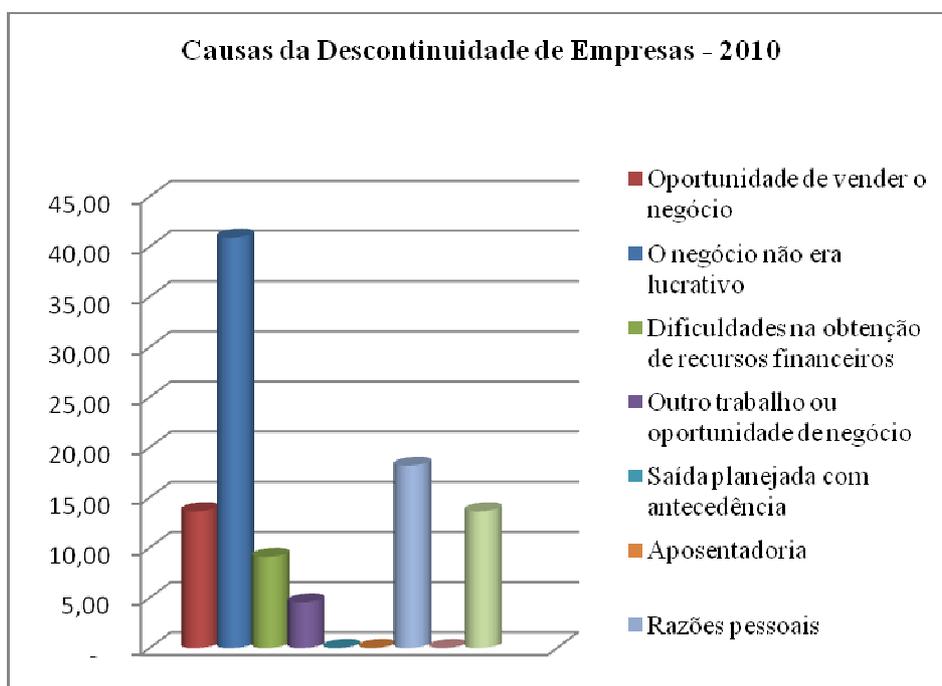


Figura 3: Causas da descontinuidade de empresas 2010.

Em 2010, novamente percebe-se, conforme figura 3, que a principal causa da descontinuidade das empresas foi de que o negócio não era lucrativo, cerca de 40% dos entrevistados, seguida de outro fator relacionada pelos empresário como razões pessoais.

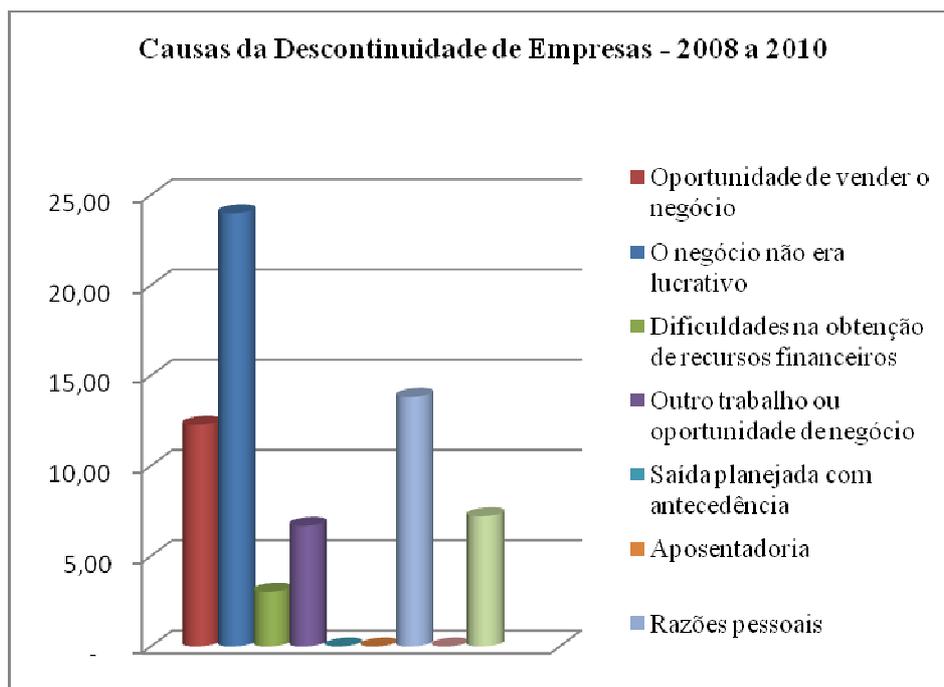


Figura 4: Causas da descontinuidade de empresas 2008 a 2010

Na média de 2008 a 2010 percebe-se que as duas principais causas da descontinuidade das empresas, conforme figura 4, foram de que o negócio não era lucrativo e o segundo principal fator foi de razões pessoais.

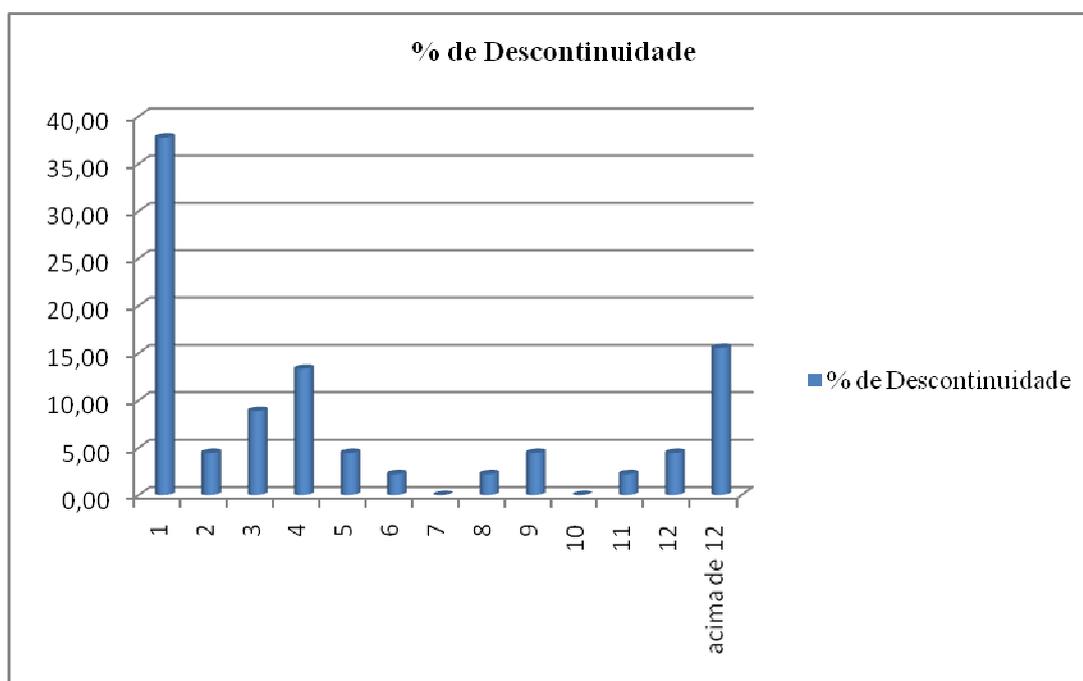


Figura 5: Porcentagem de Empresas que fecharam suas portas nos primeiros anos de vida.

Ao analisar o tempo de vida percebe-se, conforme figura 5, que das 45 empresas entrevistadas 38% tiveram sua descontinuidade no primeiro ano de vida, e nos mostra que praticamente 70% das empresas não passam dos 5 primeiros anos.

Com o objetivo de comparar os índices apresentados na pesquisa realizada pelo GEM Brasil 2010 com a pesquisa realizada no município de Nova Petrópolis – RS, na sequência apresentam-se os resultados da pesquisa nacional.

Tabela 2: Empresas que descontinuaram suas atividades – dados da pesquisa GEM.

PESSOAS QUE ENCERRARAM SUA PARTICIPAÇÃO NO EMPREENDIMENTO NOS ÚLTIMOS 12 MESES DESCONTINUIDADE - BRASIL (2007-2009)				
Principal motivo do encerramento do negócio	Proporção (%)			
	2007	2008	2009	2007 A 2009
Oportunidade de vender o negócio	2,00	0,00	0,90	1,00
O negócio não era lucrativo	33,60	24,20	39,40	32,40
Dificuldades na obtenção de recursos financeiros	19,20	25,20	26,00	23,40
Outro trabalho ou oportunidade de negócio	5,10	13,70	5,30	8,00
Saída planejada com antecedência	6,20	0,00	8,70	5,00
Aposentadoria	0,00	0,00	0,90	0,03
Razões pessoais	26,80	34,90	15,70	25,80
Incidente	4,20	2,00	3,10	3,10
Outro	2,90	0,00	0,00	1,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: GEM Brasil (2010).

Comparando a pesquisa realizada pelo GEM Brasil com a realizada neste trabalho no município gaúcho de Nova Petrópolis, constata-se que em ambas as pesquisas o principal motivo da descontinuidade das empresas é de que o negócio não era lucrativo.

Conforme Padoveze (2007) o processo de gestão é um conjunto de processos decisórios e compreende o planejamento, execução e controle. Os resultados da pesquisa nacional e do município de Nova Petrópolis demonstram que pode ter ocorrido a ausência do planejamento, do acompanhamento da execução e o controle das atividades e recursos financeiros, levando a descontinuidade das empresas pelo motivo de que as mesmas não eram lucrativas. Entende-se que se o empresário tivesse elaborado o planejamento da empresa poderia ter verificado com antecedência a baixa lucratividade do empreendimento.

Ainda em termos de planejamento, Robbins (2003) comenta que o planejamento é a construção do futuro desejado pela empresa, através da definição de metas e objetivos conforme a estratégia da empresa. Segundo ele, trata-se de uma função gerencial que abrange a definição das metas de uma organização, o estabelecimento de uma estratégia global para alcançá-las e desenvolvimento de uma hierarquia abrangente de planos para integrar e coordenar atividades.

Através desse motivo relacionado anteriormente podemos dizer também que o empresário não assumiu uma visão empreendedora, pois conforme Drucker (1986), o empreendedor tenta inovar no presente, guiado pelo mercado, minimizando os riscos, concentrando-se nas oportunidades. A essência da característica empreendedora está em saber lidar com as incertezas e que qualquer indivíduo que tenha a sua frente uma decisão importante a ser tomada pode comportar-se de forma empreendedora, desde que tenha conceitos e teorias dando suporte aos seus atos.

CONCLUSÃO

O objetivo geral deste trabalho é identificar quais as causas da descontinuidade das empresas do ramo comercial varejista no município de Nova Petrópolis. Tal tarefa foi concluída e o resultado apresentado através da fundamentação teórica e prática, onde foi comprovado, conforme tabela 1, que o principal motivo que levou as empresas a descontinuidade foi que a empresa não era lucrativa, nos três anos analisados. Outro motivo de descontinuidade que obteve uma porcentagem alta foi o motivo de razões pessoais, também nos três anos analisados. A pesquisa Nacional do GEM Brasil identifica que o motivo da descontinuidade das empresas na média, foi de que a empresa não era lucrativa (tabela 2). Se comparadas as pesquisas do GEM Brasil com esta realizada na cidade de Nova Petrópolis, percebe-se que os dois principais motivos da descontinuidade são (1) a falta de lucratividade das empresas e (2) as razões pessoais. A partir dos dados encontrados, conclui-se que a descontinuidade das empresas em Nova Petrópolis tem o mesmo motivo que as demais empresas brasileiras identificadas pela pesquisa do GEM.

Mas porque as empresas não são lucrativas? Ao analisar de uma forma simples essa questão, observa-se que para uma empresa não ser lucrativa ela poderá ter seus custos maiores que suas receitas. Essa disparidade entre entradas e saídas está diretamente relacionada à falta de gestão do negócio. Provavelmente como apresentado no embasamento teórico é possível que estas empresas não tenham feito um planejamento adequado para o seu negócio, não tenham conhecimento da atividade exercida, desconheçam seus concorrentes, e uma série de outras situações.

Outro dado interessante está relacionado ao tempo de vida das empresas. Das empresas pesquisadas o que chamou muita atenção foi que 38% delas fecharam suas portas no primeiro ano de vida, e com até três anos de vida a taxa do encerramento foi de 51%.

É importante verificar que no período de 2008 a 2010 foram constituídas, conforme dados do cadastro municipal da prefeitura de Nova Petrópolis, 169 empresas do ramo comercial varejista e neste mesmo período 201 empresas descontinuaram seus negócios. Um número que serve de alerta para a economia do município e para os contadores.

Este estudo certamente poderá auxiliar na conscientização de novos empreendedores acerca da importância do planejamento, permitindo que o empreendedor conheça seus pontos fortes e fracos, diminua os riscos, analise o volume de recursos que serão necessários para implantação do negócio, qual será a lucratividade e a rentabilidade do seu negócio. Acredita-se que o planejamento do negócio é uma ferramenta que auxilia os investidores a terem uma melhor percepção do mercado dando maior poder de comparação de um empreendimento rentável ou não rentável.

-
1. BRUYAT, C; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, v. 16, n. 2, p. 165-180, Março, 2000.
 2. CATELLI, Armando. *Controladoria: uma abordagem da gestão econômica – GECON*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.
 3. CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
 4. CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Saraiva, 2004.
 5. CORRÊA, Volnei Alves. *Novos empreendimentos: uma nova concepção no processo de formação de novos empreendedores*. In: Encontro Nacional dos Programas de Pós Graduação em Administração da Anpad – Enampad. Rio de Janeiro, 1995.
 6. DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
 7. DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
 8. _____. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
 9. DRUCKER, Peter Ferdinand. *Inovação e Espírito Empreendedor: Entrepreneurship*. 6 ed. São Paulo: Pioneira, 1985.

10. FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes depequenos negócios. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*. SãoPaulo, 1999.
11. GEM – Global Monitor Entrepreneurship. *Empreendedorismo no Brasil* – 2009.
12. HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. *Empreendedorismo*. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
13. HONG, Yuh Ching. *Contabilidade gerencial*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
14. KUMAR, Sushil. ALI, Jabir. Indian agri-seed industry: understanding the entrepreneurial process. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 17 No. 3, 2010
15. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991.
16. LEZANA, A. G. R.; TONELLI, A. “O comportamento do empreendedor”. In: DE MORI, F. (Org) *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio*. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 2004. p. 12-66.
17. PADOVEZE, Clóvis Luís; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. *Análise das demonstrações financeiras*. 2.ed. rev. e ampl. São Paulo: Thomson, 2007.
18. PEREIRA, Maurício Guedes. *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília: Instituto Euvaldo Lodi, 1999.
19. PEREZ JR, José Hernandez; PESTANA, Armando Oliveira; FRANCO, Sergio Paulo Cintra. *Controladoria de Gestão: teoria e prática*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1995.
20. ROBBINS,P. Stephen. *Administração Mudanças e perspectivas*. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
21. SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. *Empreendedorismo além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas, 2005.
22. YIN, Robert K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 2. Ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2006.