

A TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS – OS FATORES DE SUCESSO OU INSUCESSO DO EMPREENDEDOR DO SETOR DE OFICINAS MECÂNICAS

Luana Braatz Vargas Paz¹⁵
Carine Raquel Backes Dörr¹⁶

RESUMO

O brasileiro é um empreendedor nato, a grande maioria já nasce com algumas habilidades essenciais para tal função: proatividade, boas ideias e vontade de fazer acontecer. Porém, a taxa de sobrevivência das empresas no Brasil é baixa, e o ramo de oficinas mecânicas não é diferente, sendo um dos setores que menos sobrevive no Brasil, apesar de ser promissor. Identificando o potencial de crescimento do setor de oficinas e a alta taxa de mortalidade empresarial deste, buscou-se analisar os fatores que contribuem para que o empreendedor de oficinas mecânicas encerre as atividades de sua empresa. Para melhor desenvolver a pesquisa, que é de abordagem qualitativa, o instrumento utilizado na coleta de dados foi a entrevista semiestruturada, com posterior análise de conteúdo. Frente aos resultados, a principal diferença entre os empreendedores de sucesso e insucesso é a maneira de gerir a empresa. Os empreendedores de sucesso entendem a importância de ter uma boa equipe na prestação de serviços e na gestão administrativa, além de atuar com planejamento. Já os empreendedores que encerraram as atividades de uma empresa, denominados aqui como de insucesso, não creditaram a devida importância à função de administrar, além de atuar sem planejamento.

Palavras-chave: Empreendedores. Oficinas mecânicas. Sucesso. Insucesso.

ABSTRACT

Brazilians are true entrepreneurs. Most of them are born with essential abilities for such a function: proactivity, good ideas and the will to make it happen. However, the companies' survival rate in Brazil is low. The mechanical workshop branch has a great promising capacity, however it's one of the less durable in Brazil. This article seeks to identify the factors of success and unsuccess of the entrepreneur on this branch, in the city of Taquara/RS, in order to analyse the causes for ending these companies. For the better development of the research, which has a qualitative approach, the instrument used in the data collecting was the semi structured interview, with post-content analysis. Seeing the results, the main difference between the entrepreneurs with success and/or unsuccess is the company's managing process. The successful entrepreneurs understand the importance of having a good team in the productive and administrative sectors, and they also see the importance of acting with planning. In the other hand, the entrepreneurs that ended their companies' activities, here referred to as unsuccessfull, did not understand the importance of administrating, and acted without any planning.

Keywords: *Entrepreneurs. Mechanical workshops. Success. Insucess.*

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um país com grande potencial empreendedor, ocupando o 8º lugar no ranking dos 31 países de economias impulsionadas pela eficiência, conforme dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015).

¹⁵ Acadêmica do curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – RS. E-mail: lubraatz@hotmail.com.

¹⁶ Professora Mestre Orientadora. - Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – RS. E-mail: cbackes@faccat.br.

As taxas de entrada de empresas novas no mercado são altas, porém as taxas de saídas também possuem índices elevados. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016), com base nas entradas e saídas de empresas no ano de 2014, as Regiões Sul e Sudeste são as que apresentaram maior taxa anual de sobrevivência de empresas, sendo que, no Rio Grande do Sul essa taxa foi de 86,1%. Em segundo lugar, o Rio de Janeiro aparece com 85,5%, seguido de Santa Catarina e do Espírito Santo, que apresentaram taxas de sobrevivência de 85,4% e 85,3%, respectivamente, para empresas com até 1 ano de existência. Já as taxas mais baixas foram registradas no Amapá, com 77,6% de sobrevivência, Amazonas com 80,2% e Pará com 80,4%.

A partir dos dados apresentados, observa-se que, o estudo dos fatores de entrada e permanência no mercado, e saída, aqui definidos como fatores de sucesso e insucesso nas organizações, é fundamental para que o administrador saiba como proceder frente aos desafios que surgem na caminhada empreendedora. A sobrevivência das empresas, e seu sucesso, é um fator determinante para o crescimento e desenvolvimento da economia de um país, pois geram empregos e renda para a população.

Em pesquisa para análise da demografia das empresas, o IBGE (2016) apresenta que o setor de oficinas mecânicas é um dos negócios com grande capacidade promissora futura, porém, um dos que menos sobrevive no Brasil. Essa informação, somada a proximidade pessoal e profissional da autora, e a sua percepção da escassez de estudos voltados ao setor, justificou a escolha do ramo para pesquisa.

Este estudo teve como objetivo geral analisar os fatores que contribuem para que o empreendedor de oficinas mecânicas venha a encerrar as atividades de sua empresa. E como objetivos específicos, (i) identificar os dados existentes sobre a taxa de sobrevivência das empresas brasileiras; (ii) verificar a percepção dos empreendedores do ramo de oficinas mecânicas da cidade de Taquara/RS, sobre as causas do encerramento do seu negócio; (iii) verificar a percepção dos empreendedores do ramo de oficinas mecânicas da cidade de Taquara/RS, sobre as causas do bom andamento do seu negócio; e (iv) identificar os fatores de sucesso e insucesso no ramo de oficinas mecânicas na cidade de Taquara/RS.

A presente pesquisa é de abordagem qualitativa e foi aplicada por meio de entrevista semiestruturada, a fim de, analisar a percepção dos respondentes sobre o assunto em questão. Utilizou-se como método de análise de dados a análise de conteúdo. Para melhor compreensão, o artigo está dividido nas seguintes seções: Introdução, Fundamentação Teórica, Apresentação e Análise de Dados e Considerações Finais.

2 O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E SEUS FATORES DE SUCESSO E INSUCESSO

O papel do empreendedor é importante para a sociedade, pois a criação de novas empresas e a sobrevivência das mesmas contribui para o crescimento da economia de um país, porém, conforme dados do IBGE (2016), menos de 40% do total das novas empresas sobrevivem aos primeiros cinco anos de vida.

Esse fator pode estar relacionado com o motivo da abertura da empresa, que pode ser por necessidade do empresário ou por oportunidade de mercado. Quando o empreendimento inicia por necessidade do empresário, conforme dados do GEM (2015), um programa de pesquisa de abrangência mundial que avalia o nível de atividade empreendedora nacional, a possibilidade de insucesso, ou seja, o encerramento de uma empresa, é maior, já que as decisões podem ser tomadas precipitadamente pela pressa para empreender e gerar renda. Quando o empreendedor realiza a abertura de uma nova empresa por oportunidade de mercado, ele planeja melhor cada etapa, toma as decisões baseadas em análises e na razão e conseqüentemente corre menos riscos.

O empreendedorismo por necessidade é maior em países em desenvolvimento, como o Brasil, do que em países impulsionados pela inovação, como Estados Unidos e Alemanha, que segundo Sertek (2012) geram riquezas devido à influência e aceitação do mercado, onde predomina o empreendedorismo por oportunidade.

A palavra “inovar” se originou no latim *in + novare*, que significa “fazer novo”. Simplificando os termos, inovar significa ter uma ideia nova ou saber aplicar de forma original as ideias de outros. A implementação dessas ideias e um impacto econômico positivo é fundamental, pois é o que diferencia invenção de inovação (SARKAR, 2008).

As taxas de novos negócios abertos por necessidade no Brasil variaram entre 29% e 31% entre 2010 e 2014, passando para 44% em 2015. Já as taxas de novos negócios abertos por oportunidade variaram entre 67% e 71% entre 2010 e 2014, passando para 57% em 2015.

Avaliando a série histórica de relação entre empreendimentos iniciados por necessidade e por oportunidade de mercado, percebe-se que, apesar de ter sido fortemente afetado pela crise econômica no ano de 2015, o brasileiro está analisando melhor as possibilidades de mercado e as reais oportunidades, planejando melhor o novo negócio, agregando valor para a economia.

O país deve buscar a otimização do seu empreendedorismo de oportunidade (DORNELAS, 2012; BRANCO e SCHNEIDER, 2012).

Dornelas (2012) ressalta que foi na década de 1990 que o empreendedorismo começou a tomar forma no Brasil, com a criação de entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). O autor apresenta que, no período anterior a este, muito pouco falava-se em criação de pequenas empresas tendo em vista que, o empreendedor não obtinha informações necessárias para iniciar um novo negócio.

A capacidade empreendedora do brasileiro é um dos fatores que chama a atenção de especialistas (GEM, 2015). Dentre os motivos que levam o brasileiro a empreender, estão: a) abrir um negócio porque viu oportunidade; b) por influência de pessoas próximas; c) porque quer ter autonomia; d) por conta de uma demissão; e) para alcançar a realização pessoal e independência financeira; f) pela busca da liberdade de executar suas ideias; g) porque está insatisfeito no trabalho e já tem experiência no ramo (DORNELAS, 2007).

A busca pela realização pessoal, ou seja, a felicidade, é citada por Branco e Schneider (2012) como principal motivo de um indivíduo tornar-se empreendedor, sendo este definido por Arantes (2014) como alguém transformador, caracterizando-se assim, como o motor do crescimento econômico.

Maximiano (2006) acrescenta adjetivos ao empreendedor salientando que ele é uma pessoa que possui criatividade e capacidade de implementação, estabelecendo a diferença de alguém que é somente criativo, porém não consegue realizar tal comportamento. Uma pessoa que tenha a coragem de assumir riscos, sabendo que terá de investir financeiramente e emocionalmente no novo negócio, sem poder prever o futuro e precisando contar com suas habilidades para vencer as barreiras que virão pela frente, alguém que seja perseverante e otimista, sabendo enfrentar obstáculos e se doando para a empresa. Uma pessoa com senso de independência, que tenha vontade de vencer desafios e buscar sua autonomia.

Filho (2012) e Branco e Schneider (2012) concordam com as definições e complementam o conceito de empreendedor como sendo alguém inovador, que tem a capacidade de criar com base na realidade existente, que mobilize recursos para abrir um novo negócio e que veja oportunidades no lugar de dificuldades, por mais difícil que o caminho possa parecer.

O ato de empreender gera o empreendedorismo, conceituado por Dornelas (2012) como pessoas envolvidas em processos capazes de transformar ideias em oportunidades. Estas oportunidades devem se tornar empresas de sucesso. Branco e Schneider (2012) fazem uma relação do empreendedorismo com o ato de agir, fazer acontecer. Filho (2012) diz que o empreendedorismo pode ser estudado, aprendido e praticado.

Como exemplos de desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, Dornelas (2012) cita o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, que investiu grandiosamente na capacitação de pessoas; o crescimento do movimento de incubadoras de empresas; os cursos de empreendedorismo oferecidos em faculdades e universidades; o aumento de brasileiros que abrem o próprio negócio, entre outras tantas iniciativas.

A taxa de empreendedorismo em estágio inicial (TEA), que são pessoas na condição de empreendedores de novos negócios com menos de 42 meses de existência, no Brasil, em 2014 era 17,2% e em 2015 passou para 21%. A taxa de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE), que considera aqueles que estão no mercado por mais de 42 meses, também cresceu, passando de

15% em 2010 para 19% em 2015. A taxa total de empreendedorismo (TTE), que considera todos os empreendimentos, independente do seu tempo de existência, em 2010 era de 32%, fechou em 39% em 2015. (GEM, 2015)

Entretanto, a taxa específica de empreendedorismo das pessoas com nível de escolaridade “pós-secundário”, que abrange níveis superior completo, especialização completo e incompleto, mestrado completo e incompleto e doutorado incompleto, é baixa, totalizando apenas 16,7%. Tal informação apresenta o espaço, e necessidade, para que se invista mais na educação do empreendedor, pois quando o indivíduo possui maior nível de escolaridade empreende mais por oportunidade, do que por necessidade. Porém, os indivíduos que possuem nível de escolaridade denominado como “alguma educação secundária”, ou seja, que abrange o segundo grau completo até o nível superior incompleto, totalizam 19,8% no Brasil, e estes costumam abrir um negócio mais por necessidade do que por oportunidade (GEM, 2015).

Por sua vez, Sarkar (2008, p. 114) destaca que a educação contribui decisivamente para a “promoção e criação de uma cultura empreendedora e de empresas inovadoras”.

Com relação ao apoio para a abertura de empresas, mesmo com a gratuidade de serviços como o Sebrae e a disponibilidade em diversos canais de comunicação (GEM, 2015), a grande maioria dos brasileiros cria, desenvolve e mantém seu negócio apenas com o próprio instinto sem se utilizar dessas oportunidades. Em 2015 apenas 14,1% dos empreendedores brasileiros procuraram algum órgão de apoio para abertura e desenvolvimento do seu negócio, dentre estes, 66,2% buscaram pelo Sebrae, 13,9% o Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), e 13,8% o Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) (GEM, 2015).

Em pesquisa realizada na região do Vale do Paranhana com 246 empreendedores, a fim de, descobrir onde o empreendedor obteve informações sobre o mercado e exigências legais do negócio, 36,47% dos respondentes afirmaram que já tinham informações, pois eram funcionários em outra empresa do ramo, acreditando não ser necessário buscar mais informações.

Dos que buscaram informações, apenas 8,53% buscaram em escolas/faculdades e 8,53% em instituições que auxiliam o empreendedor, o que confirma a pesquisa realizada pelo GEM. As fontes de informação mais utilizadas pelos empreendedores da região do Vale do Paranhana são os escritórios de contabilidade (29,46%) e outros empresários (25,58%) (DÖRR, 2013).

Com base nas pesquisas realizadas por instituições como o IBGE e GEM, a taxa de mortalidade das empresas brasileiras é alta, o que torna relevante identificar os fatores que levam ao crescimento de uma empresa, que, neste artigo, foram denominados fatores de sucesso, ou ao seu encerramento, aqui denominados fatores de insucesso.

De acordo com o IBGE (2016), do total de 694,5 mil empresas que nasceram no ano de 2009, 536,6 mil sobreviveram em 2010, 452,5 mil em 2011, 387,4 mil em 2012, 339,1 mil até 2013

e 275 mil em 2014, equivalendo à taxa de apenas 39,6% de sobrevivência após cinco anos da abertura.

A mortalidade precoce das empresas brasileiras é abordada por Filho (2012), que apresenta o planejamento prévio do negócio como fundamental para combater a mortalidade precoce. Maximiano (2006) também defende o planejamento estratégico como um dos itens fundamentais para o sucesso de uma empresa, e, entende que, o ato de planejar já está acontecendo quando o sujeito decide abrir o seu negócio: para o bom desempenho, o empreendedor deve definir o seu negócio e a missão da empresa, isto é, o que vai oferecer aos seus clientes e quem serão estes, além de traçar o objetivo da empresa.

Branco e Schneider, (2012) reforçam que, o momento em que um indivíduo encontra a oportunidade ideal para um negócio é o marco inicial de sua jornada, sabendo o que irá fazer, como e para quem. Então, é a hora de montar seu plano de negócios, estabelecendo quais serão os seus recursos em todas as áreas: humanos, financeiros físicos e tecnológicos.

Ainda, na visão dos referidos autores, para se alcançar o sucesso é fundamental que o empreendedor possua características de gestor, tais como: a) planejar; b) ser criativo; c) inovar; d) ser perseverante e otimista; e) ter entusiasmo e principalmente agir; f) além de se manter atualizado e estar sempre otimizando estas características, através de cursos, estudos, pesquisas e desenvolvimento pessoal. O empreendedor deve estar constantemente aprendendo.

Um empreendedor deve aprender a gerenciar, e uma gerência deve aprender a inovar, caso queiram alcançar o sucesso. As empresas devem criar mudanças ao invés de reagir a elas (DRUCKER, 1999).

Para Sarkar (2008) inovar é um ato de explorar novas ideias que encontram lugar e aceitação no mercado, agregando a isso novas tecnologias, processos e melhorado a prática. O autor também salienta que inovar envolve correr riscos, mas que é necessário para a sobrevivência das empresas.

Segundo Maximiano (2006), a tomada de decisões é a base da função de administrar. O empreendedor deve gerir o futuro e os objetivos de seu negócio, os recursos, resolver problemas, além de saber lidar com as pessoas, não somente com os seus funcionários, mas com clientes, investidores, sócios e fornecedores. “[...] Administrar é um processo de tomar decisões sobre o uso de recursos para permitir a realização de objetivos”. (MAXIMIANO, 2006, p. 13).

Um erro comum do empreendedor é menosprezar a função de gerenciar a empresa. Todas as fases do processo devem ser tratadas com devida importância, e o empreendedor precisa reconhecer suas próprias limitações contratando profissionais que o auxiliarão nas diversas funções do seu negócio, incluindo a de gerenciar, reduzindo, assim, os problemas, e facilitando o alcance do sucesso (DORNELAS, 2012).

Algumas das exigências para a abertura de uma empresa são que, o empreendedor conheça os clientes e o mercado, que saiba quais os recursos necessários para que seu negócio funcione, que

entenda os processos diários e que tenha conhecimento dos possíveis resultados (BRANCO E SCHNEIDER, 2012).

Maximiano (2006) reforça a satisfação do cliente como um dos pilares do sucesso da empresa, pois é através deste fator que o empreendedor vai organizar seu negócio, para que funcione da melhor maneira possível. O cliente sempre deve ser ouvido, e para sua satisfação, os produtos/serviços precisam ser de qualidade, sendo esta uma responsabilidade do empreendedor. A satisfação e a qualidade são fatores obrigatórios mínimos exigidos para manutenção no mercado.

Para Filho (2012), as habilidades necessárias para o empreendedor de sucesso são: as habilidades gerenciais, ligadas ao grau de formação, atualização e informação do indivíduo. As habilidades comportamentais, que são aquelas em que se compreende o empreendedor como alguém com ética, liderança, princípios, generosidade, capacidade de aprender e ensinar, honestidade, bom senso, entre outros. As habilidades críticas que buscam sempre a melhor maneira de lidar com as adversidades e injustiças e, por fim, as habilidades morais e intelectuais, que demonstram inteligência, criatividade, autonomia e capacidade de reformulação.

Dornelas (2007) acrescenta afirmando que, entre os empreendedores de sucesso estão os que conhecem bem o ramo de atividades em que resolveu atuar, são bem relacionados e aproveitam oportunidades, utilizando o planejamento do negócio, assumindo riscos de maneira inteligente, sabendo até que ponto podem arriscar. Os dedicados que trabalham arduamente para alcançar bons resultados e também os que têm sócios que complementam suas habilidades, agregando valor à empresa.

Quando o empreendedor possui as características descritas anteriormente e realiza tais ações, o sucesso da empresa é provável. Maximiano (2006) define uma empresa de sucesso como aquela que alcança bons resultados financeiros, obtendo lucro eficiente nos seus processos, através de boa produtividade apresentando qualidade nos seus produtos e serviços, e que possua funcionários empenhados, o que o autor salienta ser responsabilidade do empreendedor, que deve acompanhar seus subordinados a fim de garantir que estejam se sentindo bem e satisfeitos no ambiente de trabalho.

A observação dos fatores externos também é importante para que o empreendedor alcance o sucesso, pois eles influenciam diretamente no dia a dia da empresa. Antes de abrir o seu negócio, o empreendedor deverá fazer uma análise do mercado, levantando dados sobre a concorrência, os compradores, e aos seus canais de comunicação, procurando saber a quantidade de competidores e delimitando oportunidades e ameaças. Terá de fazer um diagnóstico organizacional, avaliando seus pontos fortes e fracos diante do mercado e definir suas estratégias, que vão definir o rumo que a empresa irá tomar. Precisa conhecer seus fornecedores, política de preço e vantagens competitivas (MAXIMIANO, 2006).

Dolabela (2008) ainda reforça a importância de estar atento aos fatores que afetam o novo negócio, e acrescenta que, deve-se estar atento à sazonalidade, aos efeitos da situação econômica, as leis e controle governamental, a disponibilidade de recursos e insumos, o ciclo de vida do negócio e se, o mesmo tem potencial de lucro e crescimento.

Ressaltando a alta taxa de mortalidade das empresas brasileiras, Dolabela (2008) e Dornelas (2012), citam a importância do plano de negócios nas organizações. Muitas vezes, o novo empreendimento não sobrevive por conta do lançamento prematuro do produto ou serviço, e que apesar da capacidade técnica dos empreendedores, alguns não têm real conhecimento do mercado e nem de gestão, tanto financeira, como administrativa. Grande parte destas empresas é formada por pequenos empresários, que por muitas vezes, atuam sem planejamento.

Maximiano (2006) cita a falta de políticas públicas que viabilizem a construção de novos empreendimentos como uma das principais causas da precoce mortalidade das empresas brasileiras. Segundo ele, juros altos, alta burocracia e poucas linhas de crédito são fatores que prejudicam o empreendedor.

Os fatores mais citados por especialistas que influenciam negativamente a abertura de novos negócios brasileiros e manutenção dos mesmos, no estudo realizado pelo GEM em 2015, são as políticas governamentais com 54,1%, a educação e capacitação com 48,6%, os custos do trabalho, acesso e regulamentação 33,8% (GEM, 2015).

Já a OCDE (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico) (2015) destaca o excesso de burocracia no Brasil como barreira ao empreendedorismo. Enquanto em países como Chile, México e Colômbia, o processo de abertura de uma empresa pode ser feito em 11 dias, no Brasil o período é de 83 dias, sendo necessários 12 procedimentos.

As causas mais citadas quando perguntado aos empreendedores sobre o encerramento de seus negócios, segundo pesquisa realizada pelo Sebrae (2016), foram “impostos, custos, despesas e juros” com 31%, “vendas, pouca procura, demanda, clientes e forte concorrência” com 29%, “problemas financeiros, inadimplência, falta de linhas de crédito e capital de giro” com 25% e “gestão, problemas administrativos e contábeis, incapacidade, sociedade e logística” também com 25%. Dos entrevistados, 52% afirmam que, o fato que teria evitado o fechamento seriam menos impostos e encargos, seguido de mais clientes com 28%, crédito mais facilitado com 21%, e planejamento do negócio com 18% (SEBRAE, 2016).

Os fatores que determinam a mortalidade das empresas sofrem pouca alteração no Brasil. São citados muitas vezes nas pesquisas do Sebrae: a falta de desenvolvimento do comportamento empreendedor nos indivíduos, deficiências no planejamento prévio do negócio e na gestão do mesmo após a abertura, poucas políticas de apoio às empresas, problemas na conjuntura econômica e problemas pessoais dos proprietários das empresas (SEBRAE-SP, 2008).

Segundo Branco e Schneider (2012) o sucesso ou insucesso de uma nova empresa está intimamente ligado com a capacidade do empreendedor de planejar o mesmo. A motivação pessoal também é muito importante, pois diariamente aparecerão novos desafios e dificuldades que deverão ser contornados e transformados em oportunidade. Os autores ainda citam alguns fatores importantes na caminhada empreendedora: o conhecimento do negócio, encontrar o melhor caminho para o negócio com base no próprio cotidiano, acreditar na própria capacidade aprendendo sempre e de maneira contínua.

Dolabela (2008) afirma que, alcança o sucesso quem tem buscado realizar um sonho, agindo em prol de torná-lo realidade e, o fracasso é atribuído não a quem ainda não conseguiu realizar seu sonho, mas sim, a quem desistiu do mesmo. O fracasso está relacionado à desistência.

Para alcançar o sucesso o empreendedor precisa agir. O que faz o negócio dar certo não é somente ter boas ideias, mas saber colocá-las em prática. “[...] O que diferencia um empreendedor de sucesso de um sonhador são suas atitudes em relação às ideias. O sonhador possui sonhos e ideias, que, muitas vezes, parecem e são brilhantes, porém lhe falta a atitude empreendedora” (BRANCO e SCHNEIDER, 2012, p. 85).

Em pesquisa aplicada em 2000 empresas ativas e inativas pelo Sebrae (2016), apresentada no Quadro 1, identificou-se os fatores que diferenciam as empresas sobreviventes das empresas fechadas.

Nota-se a tendência citada anteriormente, da empresa aberta por necessidade ter maior chance ao insucesso e a empresa aberta por oportunidade ao sucesso. Os empreendedores que continuam ativos, ao contrário dos que encerraram atividades, planejaram com calma a sua empresa, negociaram prazos com fornecedores, procuraram inovar nos seus produtos e serviços, acompanharam de perto as receitas e despesas e procuraram se aperfeiçoar, através de cursos sobre administrar o seu negócio (SEBRAE, 2016). O resultado da pesquisa confere-se no Quadro 1.

Quadro 1 – Perfil das empresas ativas e inativas

	Empresas Sobreviventes	Empresas Fechadas
ANTES DA ABERTURA	Era empregado no mesmo ramo	Estava desempregado
	Abriu por oportunidade	Abriu por necessidade
	Desejava ter o próprio negócio	Abriu por exigência de cliente/fornecedor
PLANEJAMENTO/RECURSOS	Planejou por mais tempo (11 meses) e com mais qualidade	Planejamento deficiente (8 meses)
	Negociou prazos com fornecedores	Não negociou prazo com fornecedores
	Obteve empréstimo em bancos	Não obteve empréstimo em bancos

GESTÃO DO NEGÓCIO	Aperfeiçoava produtos com frequência	Não aperfeiçoava produtos
	Investia na capacitação da mão de obra e dos sócios	Não investia na capacitação da mão de obra e dos sócios
	Estava sempre atualizado com respeito às novas tecnologias do setor	Não se atualizava
	Acompanhamento rigoroso receitas/despesas	Não fazia acompanhamento rigoroso receitas/despesas
	Diferenciava produtos e serviços	Produtos sem diferencial
CAPACITAÇÃO	Fez curso para melhorar o conhecimento sobre como administrar um negócio, enquanto tinha a empresa	Não fez nenhum curso sobre gestão do negócio

Fonte: Sebrae (2016).

Com base no referencial teórico deste trabalho, conclui-se que, o empreendedor deve estar atento aos fatores de sucesso e insucesso, internos e externos, pois estes afetam diretamente o rumo que a empresa irá tomar. Os fatores de sucesso mais relevantes citados pelos autores são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 – Fatores de Sucesso

FATORES DE SUCESSO	
Planejamento do negócio	Filho (2012); Maximiano (2006); Dornelas (2012).
Conhecimentos de gestão e financeiros	Filho (2012); Branco e Schneider (2012); Maximiano (2006); Dornelas (2012).
Buscar atualização e conhecimento	Branco e Schneider (2012); Filho (2012); Dornelas (2007); Sebrae (2016).
Conhecimento do ramo de atividades, clientes e mercado	Branco e Schneider (2012); Maximiano (2006); Dornelas (2007).
Inovação e qualidade nos produtos e serviços	Maximiano (2006); Sebrae (2016); Sarkar (2008).
Capacidade de assumir riscos	Dornelas (2007).
Conhecimento da concorrência e fornecedores	Maximiano (2006); Dolabela (2008); Sebrae (2016).
Atenção à situação econômica, leis e controle governamental	Dolabela (2008); GEM (2015); Sebrae (2016).

Fonte: A Autora (2017).

Foram apresentados no Quadro 2, com base nos autores referenciados anteriormente, os principais fatores de sucesso do empreendedor brasileiro, evidenciando a importância de buscar conhecimento sobre gestão, elaborar um bom planejamento, conhecer o ramo em que atua e o mercado. E também, ficar atento a todos os fatores externos.

No Quadro 3, apresentam-se os fatores de insucesso mais relevantes, citados pelos autores referenciados.

Quadro 3 – Fatores de Insucesso

FATORES DE INSUCESO	
Ausência do plano de negócios	Dolabela (2008); Dornelas (2012); Sebrae-SP (2008).
Ausência de conhecimento de mercado	Dolabela (2008); Dornelas (2012).
Ausência de conhecimentos de gestão	Dolabela (2008); Dornelas (2012); GEM (2015); Sebrae (2016); Sebrae-SP (2008).
Juros altos e burocracia, dificuldade em obter crédito, inadimplência	Maximiano (2006); GEM (2015); OCDE (2015); Sebrae (2016).
Políticas governamentais	Maximiano (2006); GEM (2015); Sebrae (2016).
Forte concorrência	Sebrae (2016).

Fonte: A Autora (2017).

Observa-se no Quadro 3 que os fatores referentes a uma empresa de sucesso ou insucesso são praticamente os mesmos. Porém, o comportamento e conhecimento do empreendedor em relação aos fatores é o que faz a diferença e define o rumo que o negócio irá tomar.

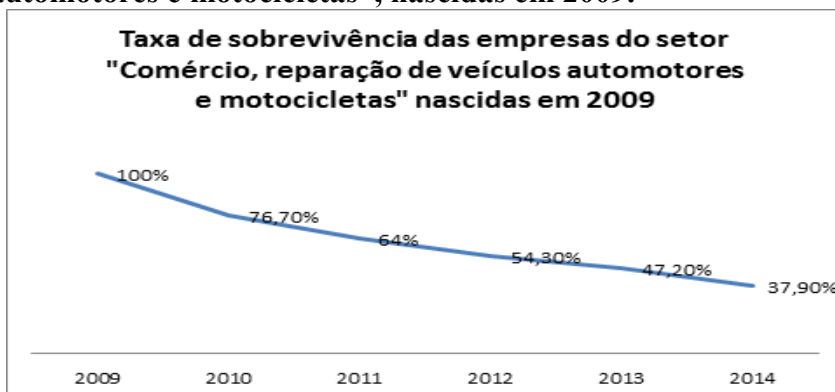
2.1 O Setor de Oficinas Mecânicas

No presente momento econômico o setor de oficinas mecânicas ganha espaço. Segundo reportagem publicada na revista “Pequenas Empresas & Grandes Negócios”, o brasileiro está sem renda para investir em veículos novos, e tem optado por fazer a manutenção do veículo usado. O Sebrae e Senai, perceberam este potencial de crescimento e, através de programas e cursos, se disponibilizam a ajudar o empreendedor do ramo na alavancagem do negócio (Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2017).

O site Oficina Brasil (2015), traz as informações de frota existente do Sindirepa Nacional (Associação das Entidades Oficiais da Reparação de Veículos do Brasil), que avaliou uma estimativa de frota circulante de 41,7 milhões de veículos, onde, 93,5% do total são representados por veículos leves e 6,5% caminhões e ônibus (Oficina Brasil, 2015). Apenas na cidade de Taquara – RS a frota de veículos em 2015 já era de 33.297 (IBGE, 2015). O Oficina Brasil ainda estima que, no Brasil, existem 121.317 empresas de reparação automotiva, sendo que 29.653 estão estabelecidas no sul do país.

Na Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE 2.0, as oficinas mecânicas se encaixam no setor “Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas”, o qual teve destaque no estudo da demografia das empresas, realizado em 2014 pelo IBGE e publicado em 2016. No Gráfico 1 apresenta-se a taxa de sobrevivência das empresas abertas em 2009 deste setor.

Gráfico 1 – Taxa de sobrevivência das empresas do setor “Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas”, nascidas em 2009.



Fonte: Adaptado pela autora. IBGE (2016).

As taxas de sobrevivência apresentadas de empresas abertas em 2009, para o setor “Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas” foram: 76,7% em 2010, 64% em 2011, 54,3% em 2012, 47,2% em 2013, e 37,9% em 2014, ou seja, em cinco anos menos de 40% das oficinas mecânicas deram seguimento as suas atividades. (IBGE, 2016).

Logo, comparando as taxas de sobrevivência específicas do setor “Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas” com as taxas nacionais, pode-se verificar que, são muito próximas. No quadro 4, observa-se a equivalência dos índices:

Quadro 4 – Comparação das taxas de sobrevivência

Ano	2010	2011	2012	2013	2014
Taxa sobrevivência empresas geral	77,2%	65,1%	55,7%	48,8%	39,6%
Taxa sobrevivência comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas	76,7%	64%	54,3%	47,2%	37,9%

Fonte: IBGE (2016).

O setor está entre os que mais apresentaram entradas de empresas, mas, também, está entre os que mais apresentam saída do mercado, em termos de quantidade, mas se comparado a taxa nacional se mostra uma empresa comum com as mesmas dificuldades dos mais diversos empreendedores brasileiros (IBGE, 2016).

O Sebrae-SP (2015) publicou os principais desafios do empreendedor que decide abrir uma oficina mecânica, e entre eles estão os controles financeiros, contratar e reter mão de obra qualificada, reclamações de clientes por serviços mal feitos, erros na hora da compra de peças, o atendimento ao cliente e sua fidelização, deficiência geral dos controles e desconhecimento das leis e normas. Em contrapartida a esses desafios existem algumas soluções propostas pelo Sebrae-SP (2015), que são:

- Separar as contas da casa das contas da empresa e fazer um controle financeiro detalhado;

- Valorizar o funcionário, fornecendo a ele os direitos trabalhistas básicos;
- Analisar o problema do veículo de maneira mais detalhista possível, evitando erros, e criar um processo confiável com o cliente;
- Lembrar que, a oficina mecânica não é uma estocadora de peças, este é o trabalho das autopeças. Manter um estoque mínimo, controlado, e de qualidade;
- Ter um roteiro de pontos de atenção com o cliente;
- Fazer controles básicos, como o cadastro de clientes, de estoque, controle de ferramentas e produtividade;
- Buscar informações de leis e normas existentes para o setor na legislação e ABNT.

Salienta-se que, os fatores observados como desafios ao empreendedor de oficinas mecânicas têm forte relação com os fatores de sucesso e insucesso citados pelos autores anteriormente. A falta de conhecimento para gerir a empresa, de maneira geral, é um dos problemas relevantes, como já relacionado por Dolabela (2008), Dornelas (2012), GEM (2015), Sebrae (2016) e Sebrae-SP (2008). Dentre as soluções propostas pelo Sebrae-SP, nota-se grande semelhança com os fatores: conhecimento de gestão e financeiro, planejamento do negócio e conhecimento do ramo de atividades, clientes e mercado, citados por Filho (2012), Maximiano (2006), Dornelas (2012), Branco e Schneider (2012) e Dornelas (2007), deixando clara a relevância do estudo dos fatores de sucesso e insucesso neste setor.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Com o intuito de analisar os objetivos propostos, a presente pesquisa se caracteriza como exploratória, sendo um estudo de caso no ramo de oficinas mecânicas do município de Taquara/RS, de abordagem qualitativa, que se dá “[...] a partir de descrições intuitivas do pesquisador ou indivíduo pesquisado” (JUNG, 2004, p. 61).

Utilizou-se a entrevista semiestruturada, ou parcialmente estruturada, para obter informações de empresários do setor de oficinas mecânicas do município de Taquara/RS, a fim de, identificar os motivos de seu sucesso ou insucesso. As entrevistas foram realizadas durante o mês de maio de 2017.

Para melhor compreensão das respostas obtidas na entrevista, fez-se uma análise de conteúdo, que segundo Roesch (1999) permite ao pesquisador entender e capturar a perspectiva dos respondentes.

O universo de pesquisa inclui as 98 oficinas mecânicas com registro na Prefeitura Municipal de Taquara – RS, e, a amostra definida para esta pesquisa é do tipo não probabilística por julgamento, sendo três oficinas mecânicas que permanecem ativas e apresentaram crescimento ao longo dos anos, denominadas aqui como de sucesso, e três oficinas mecânicas que encerraram suas atividades, denominadas aqui como de insucesso.

Os empresários definidos como de sucesso serão denominados neste artigo como A, B e C. E os definidos como de insucesso, D, E e F, respectivamente.

3.1 Planejamento do Negócio: Sucesso e Insucesso

Os entrevistados de sucesso afirmam que, o planejamento do negócio sempre esteve presente no dia a dia da empresa e por conta deste planejamento conseguiram ampliar suas instalações e obter crescimento ao longo dos anos. No quadro 5, apresenta-se uma síntese dos resultados obtidos nas entrevistas.

Quadro 5 - Síntese dos Resultados: Sucesso

Empresa	Anos de atividade	Nº de funcionários ou colaboradores	Planejamento do negócio	Conhecimentos de gestão e financeiros	Buscar atualização e conhecimento	Conhecimento do ramo de atividades, clientes e mercado / Conhecimento da concorrência e fornecedores	Inovação e qualidade nos produtos e serviços	Capacidade de assumir riscos	Atenção a situação econômica, leis e controle governamental
A	60	15	Consideram relevante e aplicam no dia a dia.	Possuem divisão de tarefas e equipe competente.	Buscam atualização nos processos diários e acreditam que todo tipo de conhecimento agrega valor.	Apresentam conhecimento em todas as áreas, buscam parcerias.	Julgam de total importância e buscam oferecer aos seus clientes.	Arriscam para melhorar, mas se utilizam do planejamento.	Se sentiram afetados negativamente pelos fatores, mas buscam alternativas para amenizar o impacto.
B	25	16							
C	40	11							

Fonte: A Autora (2017).

Quando perguntados sobre o início das atividades da empresa, os entrevistados A e C alegaram que o negócio é herança familiar. As empresas possuem 60 e 40 anos de mercado e os empresários cresceram no meio da oficina. O entrevistado A buscou melhor estruturar a empresa aos 18 anos de idade. Já o entrevistado C relatou que foi seu pai quem tomou a iniciativa de registrar a empresa e buscar crescimento em 1977. O entrevistado B relatou que, iniciou as atividades da empresa há 25 anos, por influência do pai que tinha o sonho de ter um filho mecânico, mas para isso reuniu primeiro todos os recursos necessários e buscou especialização na área.

Um fator relevante que confirma dados apresentados nas pesquisas realizadas anteriormente e nos referenciais teóricos, é que, todos os entrevistados de sucesso afirmam planejar o negócio e acreditam conseguir colocar o planejamento em prática: o entrevistado A relembra o momento em que ele e o irmão assumiram a frente do negócio e perceberam que, precisavam planejar o dia a dia da empresa. Os entrevistados alegam que, cresceram ao longo dos anos, ampliando o número de funcionários, faturamento e suas instalações, por conta do planejamento.

A maior dificuldade encontrada pelos entrevistados na gestão da empresa está relacionada à parte financeira do negócio. O entrevistado A diz que “fazer o serviço virar dinheiro é uma dificuldade”. O entrevistado B relata que a crise econômica faz com que precise aumentar o prazo de recebimento dos serviços prestados, e o entrevistado C cita “a questão de orçamentos e acertos de valores com as companhias de seguros” como uma dificuldade, pois sua empresa presta muitos serviços para seguradoras.

Como diferencial da empresa perante o mercado das oficinas mecânicas o entrevistado A defende o tamanho do seu negócio e os seus 15 funcionários prontos para atender o cliente com qualidade e rapidez. O entrevistado B defende o atendimento diferenciado, pois conta com o serviço de auto socorro, que funciona 24 horas por dia, além de oferecer carro reserva. Já o entrevistado C alega: “Acho que o nosso diferencial é a qualidade do serviço e o atendimento que a gente faz com o cliente, o compromisso que a gente tem, acho que esse é o diferencial”.

Branco e Schneider (2012) salientam que, o sucesso ou insucesso de uma empresa está intimamente ligado com a capacidade do empreendedor em planejar.

Entre os entrevistados de insucesso, também existem algumas semelhanças. Todos trabalhavam como empregados em oficinas mecânicas e na tentativa de melhorar sua renda e sua vida resolveram abrir o próprio negócio. E, apesar de conhecer bem a parte da prestação de serviços, nenhum dos três entrevistados possuía conhecimentos administrativos e também não acharam viável contratar alguém para auxiliá-los nesta função.

Os entrevistados E e F relatam que, obtiveram dificuldades para regularizar a empresa. O entrevistado D nunca fez a regularização. Os três entrevistados também revelam que, não tinham os recursos necessários para a abertura do novo negócio.

No quadro 6, apresenta-se uma síntese das respostas obtidas nas entrevistas de insucesso.

Quadro 6 - Síntese dos Resultados: Insucesso

		Nº de funcionários ou colaboradores	Ausência do plano de negócios	Ausência do conhecimento de mercado	Ausência de conhecimentos de gestão	Juros altos e burocracia, dificuldade em obter crédito, inadimplência	Políticas governamentais	Empresa	Anos de atividade
D	2,5	2 durante 4 meses, após apenas 1	Nunca planejaram.	Demonstram entender a importância e conhecer o mercado, além de estabelecer parcerias com	Muita dificuldade com a gestão da empresa, principalmente na parte financeira. Ausência de funcionários na área	Afetados negativamente, queda de serviço e dificuldade para receber. Dificuldades na regulamentação da empresa.	Não se sentiu afetado.	Não se sentiram afetados, boa relação com os concorrentes.	
E	7	Chegou a ter 13 funcionários, porém nenhum para a função de administrar	Muita dificuldade na administração da empresa.				Afetado pelo excesso de impostos.		

F	20	Chegou a ter 5 funcionários, mas nenhum deles para auxiliar na administração	Fez planejamento junto ao Sebrae, mas devido a má administração, não conseguiu mais aplicar.	fornecedores e clientes.	administrativa.		Afetado pelo rigor das leis ambientais.	
---	----	--	--	--------------------------	-----------------	--	---	--

Fonte: A Autora (2017).

Para Dolabela (2008) e Dornelas (2012) um dos fatores que levam um empreendimento ao insucesso é a ausência do plano de negócios. Muitas vezes, o novo empreendimento não sobrevive, pois apesar da capacidade técnica dos empreendedores, alguns não tem real conhecimento do mercado e nem de gestão financeira e administrativa. Grande parte das empresas é formada por pequenos empresários, que atuam muitas vezes sem planejamento.

Quando questionados sobre o planejamento do negócio os entrevistados D, E e F apresentaram dificuldades. O entrevistado D cita que, tinha um sócio nos primeiros 4 meses de empresa que o auxiliava na parte administrativa, mas que achou melhor quando ele saiu da sociedade, pois então não precisava mais dividir o que ganhava. E acrescenta: “mas por um lado também foi ruim porque não tinha ninguém pra administrar o dinheiro que eu ganhava... Eu ia pegando o dinheiro e ia pagando as contas, não sabia o que eu ganhava por mês. [...] Eu não conseguia controlar o financeiro”.

O entrevistado E diz nunca ter feito planejamento para o negócio, e quando questionado sobre o planejamento financeiro respondeu: “No começo éramos só dois... [...] Nós só repartia o dinheiro, pagava as peças e quando chegava o dia do aluguel, já pagava água, luz e aluguel, e geralmente essa semana ficava sem nada”.

Já o entrevistado F relata: “Com alguns anos de oficina cheguei a participar do Sebrae. Uma boa parte do planejamento que fizemos eu consegui aplicar, até onde os clientes não conseguiram mais me pagar”.

3.2 Conhecimentos de Gestão e Financeiros: Sucesso e Insucesso

Uma notável característica de sucesso presente nas empresas dos entrevistados é a divisão de tarefas bem definida. Os três entrevistados relataram que, possuem estrutura e organização, tanto na parte da prestação de serviços, quanto na parte administrativa. Os empresários demonstraram compreender a importância de ter profissionais competentes para cada função do negócio, reforçando a visão de Dornelas (2012), que, salienta a importância de o empreendedor reconhecer

suas próprias limitações, contratando profissionais que o auxiliarão nas diversas funções do seu negócio, incluindo a de gerenciar.

Para o cadastramento de novos clientes e abertura de crediário os entrevistados seguem basicamente o mesmo processo: abrir uma ficha no sistema com todos os dados do cliente e do seu veículo e consultar o CPF (Cadastro de Pessoas Físicas) ou CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) em órgãos como o SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) e Serasa (Centralização de Serviços dos Bancos).

A maior dificuldade na gestão da empresa entre os entrevistados denominados como de insucesso, é a parte administrativa e financeira. Além de não possuir conhecimento nestas áreas, os entrevistados se dividiam entre a prestação de serviços mecânicos e a função de administrar.

O entrevistado D diz que, não havia divisão de tarefas na sua empresa e que “fazia tudo sozinho”. O entrevistado E relata: “Eu ia pra baixo dos caminhões trabalhar e acabava não cuidando. Pagava juros, porque as vezes passava o dia todo em baixo de um caminhão trabalhando e quando eu ia de tardezinha olhar tinha duplicata vencida, aí lembrava que até o dia anterior tinha o dinheiro, mas como não via acabava usando pra outra coisa e pagava juros, ia a protesto, e esse foi o maior erro, a gente não cuidava bem dessa parte [...] e, na falta de conhecimento, achava que pagar alguém pra auxiliar nessa parte seria caro, achava que, a pessoa ficaria parada lá, só pra cuidar disso. Mas, às vezes só o que nós pagávamos de multa e juros, pagaria o salário. Mas na ignorância a gente achava caro”.

O entrevistado F revela que, “fazia de tudo” e que seu maior problema era a inadimplência, pois mesmo possuindo um sistema para cadastro de clientes e consulta a órgãos como o SPC e Serasa, não levava em conta as informações contidas nos mesmos, e trabalhava para muitas pessoas levando em conta apenas fatores como a amizade.

Entre as causas mais citadas quando perguntado aos empreendedores sobre o encerramento de seus negócios, segundo pesquisa realizada pelo Sebrae (2016), estão problemas financeiros, inadimplência, gestão e problemas administrativos.

3.3 Buscar Atualização e Conhecimento: Sucesso

Um dos fatores que diferenciam as empresas ativas e inativas, segundo pesquisa aplicada pelo Sebrae (2016), é o empreendedor procurar se aperfeiçoar por meio de cursos sobre como administrar seu negócio.

Na visão dos três entrevistados, denominados como de sucesso, buscar cursos ou receber auxílio de algum órgão de apoio sempre traz algum aprendizado e relatam sempre levar essa atualização aos seus funcionários.

Tais entrevistados buscam atualizações sobre questões jurídicas e governamentais com o escritório de contabilidade e demonstram que, entendem a importância de atualizar os processos com a tecnologia, tanto na oficina como na parte administrativa, investindo em equipamentos cada vez mais modernos e acompanhando as atualizações de sistemas, emissão de Nota Fiscal Eletrônica, entre outros. O entrevistado C ainda afirma buscar informações em feiras automotivas.

3.4 Conhecimento do Ramo de Atividades, Clientes, Mercado, Concorrência e Fornecedores: Sucesso e Insucesso

Conhecer bem o ramo de atividades em que resolveu atuar e conhecer os clientes e o mercado, sabendo quais são os recursos necessários para que o negócio funcione é fundamental para o empreendedor obter sucesso (DORNELAS, 2007; BRANCO E SCHNEIDER, 2012).

Todos os entrevistados denominados de sucesso julgam de total importância o conhecimento do ramo do negócio e dizem conhecer muito bem os seus clientes, acreditando ser importante para a fidelização e atendimento de qualidade. Além de entender a importância de conhecer a demanda de serviços para o local em que a empresa está estabelecida e de estabelecer parcerias com os seus fornecedores.

Quando perguntados sobre a importância de conhecer os seus concorrentes, o entrevistado A relata: “Acho que não é importante, cada um tem que cuidar do seu nariz e se focar no seu próprio negócio, tem espaço pra todo mundo. Se a gente começa a cuidar muito do outro, o negócio da gente não vai pra frente”. Já o entrevistado C diz que “É importante, mas para ter uma boa relação com os concorrentes”.

Todos os entrevistados denominados de insucesso também demonstram entender a importância de conhecer o ramo do negócio. Afirmam que, conheciam seus clientes e que isso era um diferencial na fidelização, relatam que conheciam seus concorrentes e que mantinham uma relação amigável com os mesmos. Também procuravam manter relações sólidas com seus fornecedores, o que facilitava na hora da negociação e na obtenção de descontos.

Como processo para buscar novos clientes o entrevistado D relata que, um cliente indicava para o outro, e alega que, o seu diferencial perante o mercado era “o capricho e o preço mais baixo”. O entrevistado E e F alegam que, faziam um processo de visitação para conquistar novos clientes, e acreditam que, o seu diferencial era o atendimento no horário que o seu cliente necessitava.

3.5 Inova o e Qualidade nos Produtos e Serviços: Sucesso

O empreendedor é responsável pela qualidade dos produtos e serviços oferecidos por sua empresa ao cliente, e   de extrema importância estar atento a este fator (MAXIMIANO, 2006).

O entrevistado A alega: “A gente precisa inovar sempre e a qualidade é indispensável. [...] Isso é um diferencial, chama novos clientes”. Os entrevistados B e C demonstram concordar, ressaltando o boca a boca como estratégia para conquistar novos clientes. O entrevistado B ressalta buscar a qualidade sempre e um bom atendimento “usando peças de qualidade, mesmo que custe um pouco mais caro, mas que o cliente possa confiar que não vai ficar empenhado no meio do caminho. Isso é questão de responsabilidade”.

3.6 Capacidade de Assumir Riscos: Sucesso

Quando perguntado sobre até onde acredita ser viável assumir riscos o entrevistado A respondeu: “Eu penso que, quando o cara é empreendedor ele não mede isso, ele vai, na cara e na coragem. Se ele for empreendedor acho que, ele vai e enfrenta. O empreendedorismo é assim mesmo, tem que arriscar”. Já o entrevistado B relatou um pouco de sua trajetória e afirma que, calculou muito bem os riscos para abrir a sua empresa. O entrevistado C diz: “Acho que tudo que é pra melhorar tem que arriscar”.

Entre os empreendedores de sucesso estão os que assumem riscos de maneira inteligente, sabendo até que ponto podem arriscar (DORNELAS, 2007).

3.7 Situação Econômica e Inadimplência, Leis, Burocracia e Controle Governamental: Sucesso e Insucesso

Todos os entrevistados de sucesso relatam que, se sentiram afetados pela crise econômica e que, o cliente está deixando de fazer manutenção preventiva por falta de recursos financeiros. Os empresários estão aumentando o prazo de recebimento para que seus clientes consigam cumprir com as obrigações.

Quando perguntados sobre as leis e controle governamental, o entrevistado A diz que se sente afetado pela quantidade de impostos a pagar. Já os entrevistados B e C citam as leis ambientais como um fator negativo, alegando que, são exageradas e exigem um alto custo para legalização do ambiente da oficina.

É importante para o bom andamento do negócio estar atento aos fatores externos que afetam o mesmo, como a sazonalidade, efeitos da situação econômica, leis e controle governamental, a disponibilidade de recursos e insumos, o ciclo de vida do negócio e se, há potencial de lucro e crescimento (DOLABELA, 2008).

Todos os entrevistados de insucesso também se sentiram afetados negativamente pela situação econômica do país. A inadimplência foi um dos fatores citados com veemência pelo entrevistado F como fator determinante para o encerramento do seu negócio.

Em relação às políticas governamentais, o entrevistado D acredita que, não foi prejudicado. O entrevistado E acredita que, as leis ambientais referentes às oficinas mecânicas são corretas e necessárias, mas que há excesso de impostos. O entrevistado F discorda, e relata: “As leis ambientais são muito rigorosas. Eu tinha tudo limpinho os materiais, guardava as peças usadas boas, mas eu não tinha piso, e o pessoal fez eu tirar tudo, e não tinha poluição. Acabei me desfazendo de quase R\$ 10000,00 de peças usadas só porque não tinha piso. Isso acaba pesando no bolso”.

O excesso de burocracia para abrir o negócio e realizar a sua regularização é citado por Maximiano (2006), GEM (2015) e OCDE (2015) como um dos fatores que influenciam negativamente na abertura de novos negócios e manutenção dos mesmos. Todos os entrevistados denominados como de insucesso se sentiram prejudicados em algum momento pelo fator. O entrevistado E revela que, levou de 4 a 5 meses até conseguir regularizar a situação da empresa por completo.

3.8 Forte Concorrência: Insucesso

Apesar de a forte concorrência ser um dos fatores apontados pelo Sebrae (2016) como fator de insucesso entre as empresas, todos os entrevistados afirmam que, não se sentiam prejudicados pelo mesmo, pois conheciam a demanda de serviços para o local que a empresa estava estabelecida. Como citado anteriormente, os entrevistados procuravam manter uma boa relação com seus concorrentes.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como objetivo geral analisar os fatores que contribuem para que o empreendedor de oficinas mecânicas venha a encerrar as atividades de sua empresa. A partir da fundamentação teórica foi possível categorizar os fatores de sucesso e insucesso, e então avaliar as entrevistas para melhor compreender o que diferencia o empreendedor que está com sua empresa ativa e obteve crescimento nos últimos anos, do empreendedor que precisou encerrar as atividades do seu negócio.

Identificar os dados existentes sobre a taxa de sobrevivência das empresas brasileiras foi relevante para entender a dimensão do problema, e justificou a importância desta pesquisa, pois as taxas de sobrevivência apresentadas de empresas abertas em 2009, para o setor “Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas” foram: 76,7% em 2010, 64% em 2011, 54,3% em 2012, 47,2% em 2013, e 37,9% em 2014, ou seja, em cinco anos menos de 40% das oficinas mecânicas continuou suas atividades (IBGE, 2016).

Conforme apresentado, as taxas de sobrevivências específicas deste setor e as taxas de sobrevivência gerais, tem grande semelhança, o que leva a conclusão de que, para alcançar o sucesso, o empreendedor de oficinas mecânicas precisa se qualificar e buscar auxílio na administração do seu negócio, assim como qualquer outro gestor.

Ao verificar a percepção dos empreendedores do ramo de oficinas mecânicas da cidade de Taquara/RS, sobre as causas do encerramento do seu negócio foi possível identificar e encontrar semelhanças no comportamento dos entrevistados e na maneira de gerir sua empresa, facilitando o entendimento dos fatores que os levaram ao insucesso. Assim como, verificar a percepção dos empreendedores do ramo de oficinas mecânicas da cidade de Taquara/RS, sobre as causas do bom andamento do seu negócio foi fundamental para identificar as semelhanças entre os entrevistados denominados de sucesso e realizar a análise dos reais fatores que os levaram ao mesmo.

Realizando as entrevistas a fim de verificar a percepção dos empreendedores, identificaram-se os fatores de sucesso e insucesso no ramo de oficinas mecânicas na cidade de Taquara/RS.

Analisando o comportamento dos entrevistados perante o negócio e o mercado, nota-se algumas diferenças entre os empresários denominados de sucesso e de insucesso. A principal delas é a maneira de gerir a empresa. Os entrevistados de sucesso entendem que precisam de profissionais competentes que os auxiliem nas mais diversas funções da empresa, além de ter consciência da importância do setor administrativo dentro da mesma. Possuem amplo controle das operações diárias, entendendo a demanda de serviços e sabendo controlar suas contas a pagar e a receber.

Portanto, os fatores de sucesso que mais se destacaram entre os entrevistados foram: Planejamento do negócio, conhecimentos de gestão e financeiros e conhecimento do ramo de atividades, clientes e mercado.

Já os entrevistados de insucesso acreditavam que, trabalhando sozinhos conseguiriam realizar todas as atividades e obter mais lucro, por não precisar pagar funcionários para auxiliar na administração da empresa. Abriram o negócio sem planejamento e sem os recursos necessários. Concluiu-se então, que, os principais fatores de insucesso foram a ausência do plano de negócios, a ausência de conhecimentos de gestão e a inadimplência, ocasionada pela má administração.

A pesquisa pode confirmar os estudos realizados anteriormente. De acordo com o Sebrae-SP (2015) entre os principais desafios do empreendedor que decide abrir uma oficina mecânica, estão os controles financeiros e a deficiência geral dos controles. É importante que, o empresário tenha consciência de que buscando os serviços de apoio ao empreendedor e procurando ampliar os seus conhecimentos, poderá crescer e se estabelecer no mercado.

Felizmente, os entrevistados denominados de insucesso, demonstram entender o que os fez encerrar suas atividades nas empresas e abrir novos negócios buscando corrigir os erros, o que demonstra o forte espírito empreendedor. Isto vem ao encontro do pensamento de Branco e

Schneider (2012), que ressaltam a busca pela realização pessoal, ou seja, a felicidade, como principal motivo de um indivíduo tornar-se empreendedor.

Entende-se que, incentivando o empreendedor a buscar o conhecimento e auxiliando-o na gestão do seu negócio, serão alcançados resultados positivos na economia e desenvolvimento, não somente na cidade de Taquara – RS, como na região e no país. Por fim, espera-se que, a partir deste trabalho outros acadêmicos busquem desbravar o setor de oficinas mecânicas, valorizando o ramo na economia e auxiliando no seu crescimento.

REFERÊNCIAS

- ALVARENGA, Luiz Sérgio; CARNEIRO, Alexandre. Dimensões do mercado de reposição: quem somos, onde estamos e quanto representamos?. *Oficina Brasil*, São Paulo, 13 abr. 2015. Disponível em: <<http://www.oficinabrasil.com.br/noticia/mercado-cinau/dimensoes-do-mercado-de-reposicao-quem-somos-onde-estamos-e-quanto-representamos>>. Acesso em: 06 abr. 2017.
- ARANTES, Elaine Cristina. *Empreendedorismo e Responsabilidade Social*. 2. ed. Curitiba: InterSaberes, 2014.
- BRANCO, Henrique José Castelo; SCHNEIDER, Elton Ivan. *A caminhada empreendedora: a jornada de transformação de sonhos em realidade*. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2012.
- DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DÖRR, Carine Raquel Backes. *O ambiente empreendedor e o desenvolvimento regional na região do Vale do Paranhana/RS*. 2013. Disponível em: <<https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/519/1/CarineDorr.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2017.
- DRUCKER, Peter. *Desafios Gerenciais para o Século XXI*. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 1999.
- FILHO, Edelvino Razzolini. *Empreendedorismo: Dicas e planos de negócios para o século XXI*. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2012.
- GEM – *Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil 2015*. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/\\$File/7347.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/$File/7347.pdf)>. Acesso em: 04 abr. 2017.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Demografia das empresas*: 2014. Rio de Janeiro, 2016.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Rio Grande do Sul: Taquara - frota 2015*. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=432120&idtema=153&search=rio-grande-do-sul|taquara|frota-2015>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

JULIO, Rennan. Como investir no aquecido mercado das oficinas mecânicas. *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, São Paulo, 05 jan. 2017. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Feira-do-Empreendedor-SP/noticia/2017/01/como-investir-no-aquecido-mercado-das-oficinas-mecanicas.html>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

JUNG, Carlos Fernando. *Metodologia para pesquisa e desenvolvimento: Aplicada a novas tecnologias, produtos e processos*. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. *Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. *Relatórios Econômicos da OCDE - Brasil - Novembro de 2015 - Resumo em português*. Disponível em: <<http://www.oecd.org/eco/surveys/Brasil-2015-resumo.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. *Projetos de estágio e de pesquisa em administração*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SARKAR, Soumodip. *O empreendedor inovador*. 1. ed. São Paulo: Elsevier Editora, 2008.

Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Sobrevivência das Empresas no Brasil: RELATÓRIO 2016*. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-apresentacao-2016.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2017.

Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Sobrevivência das Empresas no Brasil: RESUMO / APRESENTAÇÃO 2016*. Disponível em: <https://www.ufpe.br/conpe/download/arquivos/20071121145228_perspectivas_das_micro_pequenas_e_medias_empresas_no_brasil.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2017.

Sebrae-SP - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – São Paulo. *Reparação de veículos: um negócio promissor - 2015* - Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/02cabb3ae f390a5b40c4cb4a42709734/\\$File/5688.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/02cabb3ae f390a5b40c4cb4a42709734/$File/5688.pdf)>. Acesso em: 06 abr. 2017.

Sebrae-SP – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – São Paulo. *10 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas*. São Paulo, 2008.

SERTEK, Paulo. *Empreendedorismo*. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2012.