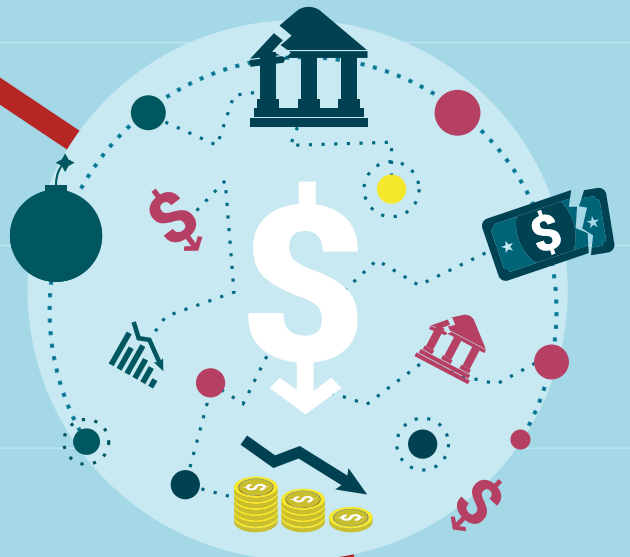


POR QUE AS EMPRESAS QUEBRAM?

É comum que novos empreendimentos nasçam enquanto outros se encerram, mas, o que exatamente faz uma empresa quebrar?

Os motivos da falência

Uma empresa pode falir por muitos motivos. Normalmente, alguns fatores se combinam de forma a deixar o empreendimento insustentável. Alguns destes motivos são internos, ou seja, estão sob responsabilidade da empresa, enquanto outros acontecimentos vêm do ambiente externo, sobre os quais a empresa não tem controle. Sozinhos, estes fatores podem não ter grande importância, porém, combinados, podem ser fatais aos negócios.



Motivos internos

Ingerência financeira: empresa contrai dívidas e não consegue sanar seus débitos, ocasionando uma situação de inadimplência. As dívidas crescem e o empreendimento precisa vender ativos até abrir falência ou ser absorvida por outra empresa.

Ingerência estratégica: ambas as causas se relacionam, mas esta ingerência está mais atrelada ao posicionamento da empresa frente ao mercado. Por exemplo: uma decisão operacional que encareceu ou inviabilizou os produtos e serviços da empresa.

Recursos humanos: contratar e demitir custa caro para uma empresa. Por isso, a troca constante de funcionários ou a manutenção de um quadro funcional ineficiente podem ser prejudicial para os negócios, podendo prejudicar sua situação financeira.



Motivos externos

Economia: As empresas precisam ficar atentas aos movimentos da economia, seja a nível nacional, como a inflação, taxa Selic, valorização das moedas estrangeiras, PIB, etc, ou a nível regional, como as condições do mercado, a oferta de fornecedores locais, as preferências dos consumidores, etc. Fazer a análise correta sobre os impactos da economia na empresa é fundamental para tomar decisões mais assertivas para uma boa gestão.



Regulação e tributos

Concorrência: A ação de outras empresas no mercado também pode quebrar um empreendimento. A concorrência, especialmente a exercida em mercados concentrados, comprometer a permanência no mercado de um empreendimento, especialmente a exercida em mercados concentrados. Este fato pode acontecer, por exemplo, com a entrada ou predominância de empresas de grande porte.

As empresas também precisam ter uma preocupação com a imagem de sua marca diante dos seus stakeholders (clientes, acionistas, parceiros, fornecedores, imprensa, entre outros). Ter produtos, serviços ou processos mal vistos no mercado, podem trazer grandes prejuízos.



Uma boa reputação é uma chave para bons negócios.