



Revista eletrônica de ciências sociais aplicadas.

ISSN: 1980-0193

RESENHA/ABSTRACT

HALLORAN, James W. **Por que os empreendedores falham.** São Paulo: Makron Books, 1994.

*Francisco Teruo Nakahata<sup>(1)</sup>*

*Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná – UFPR |*

Iniciar um novo negócio é o sonho comum de muitas pessoas, porém para muitas delas, ele acaba se tornando um pesadelo!

Assim, James Halloran, através de histórias e exemplos de pequenos empresários e com o objetivo de orientar e diminuir os riscos de insucesso de um novo empreendimento busca descrever em seu livro as 20 armadilhas mais frequentes que um futuro empreendedor pode ter que enfrentar.

A primeira delas é a importância da escolha do negócio. O autor destaca que a decisão de abrir uma empresa em um momento como a perda de um emprego quase sempre pode ser o pior cenário para a abertura de um novo empreendimento.

No segundo capítulo, Halloran alerta o empreendedor sobre a necessidade de conservadorismo em relação à expectativa de renda a ser gerada pela nova empresa, a possibilidade do aumento do número de horas trabalhadas, sacrifício físico e qual a sua tolerância aos riscos a serem assumidos.

A seguir, prossegue dando orientações para a elaboração de um bom plano de negócios: declaração de metas, plano de marketing, fluxo de caixa, recursos humanos entre outros.

O autor observa que projetar vendas sem nenhum dado histórico é, na melhor das hipóteses, arriscado. Quanto mais dados e informações disponíveis, menores os riscos de insucesso.

Nos capítulos subseqüentes, Halloran chama a atenção do leitor sobre a importância da localização do novo negócio; o cuidado com os termos e suas implicações quando na assinatura de um contrato; os problemas decorrentes de um fluxo de caixa inadequado; a preocupação em verificar qual a melhor forma de constituição legal de uma empresa.

O autor descreve, como armadilha nove, a história de uma loja de roupas masculinas que se baseou apenas em suposições para determinar quem era seu público-alvo.

Nas seções posteriores, o autor destaca a importância do varejista em criar um ambiente que melhor se adapte à sua mercadoria e à sua clientela; o custo de uma propaganda cara e ineficiente; o uso de técnicas inadequadas de vendas; a vantagem do pequeno negócio nunca ser o preço, mas sim o serviço prestado.

A história de Roger é relatada no capítulo 14, o qual explica que a maneira inadequada de tratar os empregados pode gerar alta rotatividade de funcionários, além de um ambiente de trabalho desfavorável.

Como armadilha 15, Halloran alerta que um erro muito comum entre os empreendedores é usar as receitas, e não os lucros para viver. Enfatiza que o caixa não é lucro, e que deve haver sabedoria no seu uso.

O autor entende que certos demonstrativos financeiros e ajustes de impostos ficam melhor nas mãos de um contador. Ressalta, porém, que a contabilidade diária deve ficar nas mãos do empresário.

Halloran destaca ainda que um planejamento eficiente de estoque não significa apenas ter as mercadorias certas nos lugares certos, mas também, no momento e com o investimento certo.

No penúltimo capítulo, o autor enfatiza a importância da delegação e do planejamento. Em seu entendimento um bom gerente deve encontrar tempo todos os dias para pensar no direcionamento e nos objetivos futuros da empresa.

Para finalizar, Halloran observa que a expansão de um negócio deve levar em consideração uma oportunidade, a demanda, a coleta de informações sobre o mercado em questão e um bom plano de negócios.

**NOTA:**

<sup>(1)</sup> Mestrando em Administração pela Universidade Federal do Paraná - UFPR, Especialização em Gestão Estratégica pela Faculdade Maringá (2006), Graduação em Administração pela Faculdade Dom Bosco de Ubatã (2005). E-mail para contato: [chiconakahata@gmail.com](mailto:chiconakahata@gmail.com)

*Enviado: 08/12/2008*  
*Aceito: 19/12/2008*  
*Publicado: 30/12/2008*