

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

Giovani Duarte Queiroz Pinto

**ANALISE DO IMPACTO DA PIRATARIA NO DESEMPENHO
DAS EMPRESAS DO SETOR DE VIDEO LOCADORAS**

**NATAL
2006**

GIOVANI DUARTE QUEIROZ PINTO

**ANALISE DO IMPACTO DA PIRATARIA NO DESEMPENHO
DAS EMPRESAS DO SETOR DE VIDEO LOCADORAS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte como requisito obrigatório para obtenção do grau de Bacharel em Administração com Habilitação em Marketing.

Orientador: Aluísio Alberto Dantas, M.Sc

Natal
2006

RB-29.145

M
343.533

Mop0527
Lo 04 07

P728a
2006
ex.05

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Pinto, Giovani Duarte Queiroz

A pirataria é o fim da vídeo locadora / Givani Duarte Queiroz Pinto. – Natal:
FARN, 2006.
38f.

Orientador: Aluísio Alberto Dantas (M.Sc.)

Monografia (Bacharelado em Administração com Habilitação em Marketing) –
Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Pirataria – Monografia. 2. Mercado de Vídeo – Monografia. 3. Vídeo
Locadoras – Crise – Monografia I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 343.533

GIOVANI DUARTE QUEIROZ PINTO

**ANALISE DO IMPACTO DA PIRATARIA NO DESEMPENHO
DAS EMPRESAS DO SETOR DE VIDEO LOCADORAS**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, aprovada em ____ de ____ de _____, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Alúcio Alberto Dantas, M.Sc
Orientador

Carlos Eduardo Marinho Diniz, M.Sc
Membro Examinador

Dedico a minha família, em especial a minha esposa Vanucci, pelo incentivo e compreensão nessa trajetória;

A minha mãe Zuila e ao meu pai Tasso (*in memória*) por sempre acreditarem em mim;

Aos professores e em particular ao Mestre Aluizio, pelo apoio dedicado;

Aos amigos do curso pelos momentos compartilhados de esforços e incentivos nos momentos difíceis;

E a Deus por ser apoio de fé nas dificuldades passadas ao longo desses quatro anos.

RESUMO

O estudo objetiva analisar o mercado de vídeo locadora e suas perspectivas, mediante identificação das diversas ações do mercado desenvolvido pelas empresas. O foco específico do estudo está dirigido para a análise da crise atual vivenciada pelas empresas de vídeo locadora, em decorrência do elevado nível de pirataria, ações informais de comércio e seus impactos nas empresas formais, em termos de redução de locações, perdas de receitas, desemprego, diminuição na arrecadação de impostos, é, finalmente no fechamento de inúmeros empreendimentos comerciais. Fundamentando-se em literatura específica das formas de mercado, da concorrência capitalista e da ética empresarial, o estudo foi desenvolvido mediante pesquisa exploratório-descritiva, com coleta direta junto aos empresários do setor. O estudo mostra que todos estabelecimentos encontram-se em crise, por causa da pirataria, independente do tamanho da empresa, cujo motivo principal é descrito pela impunidade nas infrações de mercado. Vários outros fatores foram pesquisados, cujas conclusões, além da supra citada indicam a preocupação dos empresários na busca de alternativas que viabilizem a continuidade de seus negócios, com diversificação de investimentos e viabilidade de retornos, compatíveis com idênticos ramos de negócios, sem prejuízo nos aspectos econômicos, financeiros, tributários e sociais.

Palavras-chave: Vídeo locadora. Pirataria. Mercado.

ABSTRACT

The objective study to analyze the video market landlord and its perspectives, by means of identification of the diverse actions of the market developed for the companies. The specific focus of the directed study this for analyzes of the current crisis lived deeply by the video companies landlord, in result of the raised level of piracy, informal actions of deals and its impacts in the formal companies, in terms of reduction of locations, losses of prescriptions, unemployment, reduction in the tax collection, is, finally in the closing of innumerable commercial enterprises. Based on specific literature of the forms of market, of the capitalist competition and the enterprise ethics, the study it was developed by means of exploratory-descriptive documentary research and, with together direct collection to the entrepreneurs of the sector. The study sample that all establishments meet in crisis, because of the piracy, independent of the size of the company, whose main reason is described for impunity in the market infractions. Several other factors had been searched, whose conclusions, of supply cited indicate the concern of the entrepreneurs in the search of alternatives that make possible the continuity of its businesses, with diversification of investments and viability of returns, compatible with identical business-oriented branches, without damage in the economic, financial aspects, social tributaries and.

Word-key: Video landlord. Piracy. Market.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01- SUA EMPRESA ENCONTRA-SE EM CRISE POR CAUSA DA PIRATARIA?.....	23
GRÁFICO 02- QUAL TAMANHO DE SEU ACERVO?.....	25
GRÁFICO 03- QUAL TIPO DE PIRATARIA ATRAPALHA MAIS SUA EMPRESA?.....	26
GRÁFICO 04- QUAL PRINCIPAL MOTIVO DO CRESCIMENTO DA PIRATARIA NO ESTADO?.....	27
GRÁFICO 05- NA SUA OPINIÃO QUAL PRINCIPAL PROBLEMA ENCONTRADO PELA POLÍCIA PARA COMBATER A PIRATARIA?.....	28
GRÁFICO 06- NA SUA OPINIAO QUAL POLICÍA DEVERIA FICAR RESPONSÁVEL PELA FISCALIZAÇÃO E REPRESSÃO A PIRATARIA?.....	29
GRÁFICO 07- DEVIDO A CRISE, QUAL PERCENTUAL DE QUEDA NO SEU FATURAMENTO?.....	30
GRÁFICO 08- HOVE REDUÇÃO NAS COMPRAS DE FILMES PARA SEU ACERVO?.....	31
GRÁFICO 09- HOVE REDUÇÃO NO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS DA SUA EMPRESA?.....	32
GRÁFICO 10- QUANTO AO SEU EMPREENDIMENTO, QUAL DECISÃO PRETENDE TOMAR?.....	33

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA	09
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E SEU AMBIENTE	11
1.3 OBJETIVOS	
1.3.1 Objetivo Geral	11
1.3.2 Objetivos Específicos	12
1.4 JUSTIFICATIVAS	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	
2.1 CONCORRÊNCIAS E OS MERCADOS	13
2.1.1 Concorrência Perfeita	14
2.1.2 Monopólio	14
2.1.3 Oligopólio	15
2.2 ETICA NA CONCORRÊNCIA	16
2.3 REGULAMENTAÇÃO DO MERCADO FORMAL	17
2.4 DIREITOS AUTORAIS AUDIVISUAIS	17
2.5 A PIRATARIA NO MERCADO DE VÍDEO LOCADORA	17
2.6 TRIBUTOS E EMPREGABILIDADE	19
2.7 MORTALIDADE DE EMPRESAS	19
3 METODOLOGIA	
3.1 TIPOS DE PESQUISA	20
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	20
3.3 COLETA DE DADOS	20
3.4 ANÁLISE DOS DADOS	21
4 A CRISE DAS VÍDEOS LOCADORAS EM NATAL	22
4.1 A CRISE DA PIRATARIA NAS EMPRESAS	22
4.2 TAMANHO DAS EMPRESAS EM CRISE	24
4.3 TIPO DE PIRATARIA DE MAIOR IMPACTO NA CRISE DAS EMPRESAS	26
4.4 O COMBATE À PIRATARIA EM NATAL	27
4.5 EFEITOS SÓCIO-ECONÔMICOS DA CRISE DA PIRATARIA EM NATAL	29
4.5.1 Redução de faturamento	30
4.5.2 Redução de compras de filmes	31

4.5.3 Desemprego.....	32
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	33
REFERÊNCIAS.....	35
APÊNDICES.....	36

1 INTRODUÇÃO

As vídeo locadoras do Rio Grande do Norte consolidaram-se no decorrer de décadas prestando os mais variados serviços a toda população, o numero crescente de consumidores que preferem a segurança, praticidade, qualidade e garantia dos serviços e produtos encontrados nestes estabelecimentos impulsionaram o crescimento deste mercado, tornando competitivo e altamente interessante a novos investimentos.

O estudo parte do pressuposto que o mercado de vídeo locadora do Rio Grande do Norte atravessa uma crise na sua historia, os empresários reclamam principalmente do fato da concorrência desleal, produtos piratas (filmes em formato dvd) comercializados livremente nas principais avenidas, pontos comerciais e feiras livres de nossa capital e cidades do interior do estado não ter uma repressão efetiva e sistemática por parte das autoridades competentes. Tendo este mercado sofrido redução com o fechamento de alguns estabelecimentos e pouco investimento por parte dos empresários que ainda permanece acreditando neste segmento.

1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

O mercado de vídeo locadoras no RN iniciou no começo da década de 1980 de forma tímida e informal, devido os filmes e os aparelhos de reprodução (vídeos) serem comercializados somente no exterior e com difícil acesso para os proprietários dos chamados clubes de vídeos, posteriormente denominados de locadoras.

A partir de 1986 com a produção e comercialização dos vídeos k-7 nacionais (Sony, Toshiba, Philco, Panasonic) e com sua venda em lojas especializadas, o mercado passa a ter maior demanda, fazendo as locadoras saírem da informalidade buscando cada vez mais ser competitivas e atraente para seus usuários. Outro fator importante para o mercado foi a entrada das grandes companhias (WARNER, CIC, Paramount, universal, outras) produtoras de filmes no mercado brasileiros e seus representantes estaduais que servem de elo importante para o desenvolvimento do mercado, durante a década de 90 as locadoras se consolidaram, e em alguns caso tornaram rede de lojas importantes com grande acervo (fitas com reprodução em

modelo VHS) diversificado e funcionários treinados para atender consumidores cada vez mais exigentes.

No início do ano de 2002 a tecnologia para reprodução dos filmes passam do modelo VHS para o DVD, tornando as fitas sem valor (perda de capital pelas lojas) e exigindo capital para aquisição de novo acervo, tecnologia esta, com a finalidade de baratear custos de produção, transporte, armazenamento e aumentar a qualidade de imagem e som para os clientes, realmente alguns destes aspectos foram alcançados (menos o preço para compra de DVDS pelas locadoras), mas devido a facilidade de reprodução (pirataria) por computadores domésticos a clandestinidade na venda e locação de filmes em formato DVD aumenta de volume sem que as autoridades (delegacia de defraudações) tenham controle e os responsáveis sejam punidos por delitos previstos na constituição, vem trazendo um enorme prejuízo financeiro dentre outros para as Vídeo locadoras, tendo muitas destas empresas encerrado suas atividades no período de setembro 2005 a março 2006 e outras prometendo para breve seu fechamento, levando o desemprego a toda as classes profissionais que fazem parte deste mercado.

Com o início e o não combate efetivo da pirataria no mercado áudio visual, esta atividade ilegal e imoral no Rio Grande do Norte vem gerando problemas sérios para as vídeo locadoras, pois sem o combate necessário por parte das autoridades federais, estaduais e municipais correremos o risco de assistimos o fim de uma atividade comercial geradora de emprego, investimentos e renda.

O problema da pirataria faz parte de um contexto mais amplo, no que se refere à ética da concorrência. Estes problemas remetem, portanto, ao seguinte questionamento: quais são os impactos da falta de ética na concorrência?

Considerando os diversos aspectos relatados, pergunta-se.

Quais são os impactos da pirataria nas empresas do mercado de vídeo locadoras no Rio Grande do Norte?

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E SEU AMBIENTE

As vídeos locadoras prestam serviços aos seus clientes proporcionando prazer, diversão e comodidade, serviços estes de locação em DVD, VHS, games, aparelhos eletrônicos (DVD, karaokê, TV, som), carga e recarga para telefones celulares, recebimentos de contas conveniadas, reproduções em VHS e DVD e quiosques de alimentação, sendo geralmente a locação o seu carro chefe.

As locadoras podem ser classificadas de pequenas (acervo ate 600 copias e ou 30 metros quadrado), medias (acervo ate 2000 copias e ou 70 metros quadrados), grandes (acervo ate 8000 copias e ou 150 metros quadrados) e mega locadoras com valores superiores aos expostos acima, (o RN não possui mega locadoras) as pequenas locadoras são geralmente administradas pelos seus proprietários com auxilio de familiares e com no Maximo um funcionário contratado, as locadoras de médio porte tem de 02 a 04 funcionários dependendo do horário de funcionamento e serviços disponíveis agregados ao estabelecimento, já as grandes lojas trabalham com horários estendidos e tem funcionamento aos domingos e feriados, sendo necessário ate doze funcionários treinados e qualificados por loja.

O ambiente interno das modernas locadoras possui climatização, prateleiras e balcões com design inovador, terminais informatizados para consultas de sinopse e trailer dos filmes disponíveis, computadores com acessórios para agilizar processos de cadastros e atendimento, funcionários treinados e com conhecimento do acervo para não frustrar as expectativas esperadas pelos clientes.

Podemos dizer que as principais locadoras do RIO GRANDE DO NORTE estão preparadas e atualizadas para atender os mais exigentes cinéfilos e apreciadores da arte.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivos Gerais

Analisar os fatores de crise nas empresas de vídeo locadoras.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) avaliar os impactos da informalidade do mercado no funcionamento, manutenção e crescimento.
- b) analisar os impactos financeiros, econômicos, tributários e sociais resultantes da crise do setor formal.
- c) apresentar propostas mercadológicas.

1.4 JUSTIFICATIVAS

Pretende-se disponibilizar ao mercado de vídeo locadoras informações desde surgimento no RN dos primeiros empreendimentos, investimentos iniciais necessários, tamanhos de mercado, momento atual e sua crise, mercado informal com o surgimento de um quarto setor na economia (produtos pirateados e estabelecimentos em nome de pessoas físicas não regularizados nos órgãos oficiais), forma de comercialização dos produtos pirateados, idéias que possibilitem a continuação formal e legal deste mercado e análise da ética concorrencial em um mercado vulnerável as inovações tecnológicas.

Justifica o trabalho a necessidade de estudo de mercado que analise fatores importantes, como a questão da empregabilidade, da carga tributária e como documento para estudos acadêmicos.

Abordado todos os pontos mencionados e tendo uma análise criteriosa e ética da situação do mercado, espera-se contribuir para criação de parâmetros que possam ser utilizados objetivando a sobrevivência e retomada do crescimento deste mercado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCORRÊNCIAS E MERCADOS

A concorrência é uma condição da forma de funcionamento do mercado que sempre esteve presente no mundo dos negócios. Sob a ótica conceitual, a concorrência é caracterizada pela forma de organizar os mercados, no que se refere à determinação de preços dos bens e serviços; bem como à lógica de funcionamento dos referidos mercados (TRÓSTER; MOCHÓN, 1999)

A literatura econômica indica que, normalmente, as empresas estão relacionadas ao nível de competição por segmentos de mercados, entre duas ou mais empresas, em busca do lucro. Neste sentido, os mercados podem ser classificados de diferentes tipos e critérios. De acordo com cada tipo de mercado, existe um princípio econômico para determinar os elementos necessários a qualquer mercado: demanda, oferta e preço.

Os mercados com grande número de empresas ofertantes estão associados à concorrência perfeita; já um mercado com um número reduzido de grandes ofertantes, é denominado por oligopólio; e no caso de um mercado onde existe apenas um ofertante, para um grande número de consumidores, constitui o monopólio. De um modo geral, a literatura econômica identifica os mercados como de concorrência perfeita e de concorrência imperfeita. Em qualquer situação apresentada, cabe aos participantes buscar seus compradores de forma individual ou coletiva. (TRÓSTER; MOCHÓN, 1999)

A capacidade de controle de preço entre os mercados em concorrência perfeita e os em concorrência imperfeita constitui um ponto fundamental: enquanto o preço é controlado pelo mercado na concorrência perfeita, nos oligopólios e monopólios (concorrência imperfeita) nem sempre ocorre à liberdade do mercado, pois existe alguma interferência. Portanto podemos afirmar que quanto maior o número de participantes mais competitivo será o mercado. (TROSTER; MOCHÓN, 1999)

2.1.1 Concorrência Perfeita

O modelo ideal nos mercados de bens e serviços é a concorrência perfeita, pois a quantidade ofertada e a demanda regulam o preço; mas para que isso ocorra é necessárias quatro condições básicas: (TRÓSTER; MOCHÓN, 1999)

- Existência de elevada quantidade de ofertantes e demandantes para que suas decisões individuais não exerçam nenhuma influencia sobre os preços de mercado.
- Produtos homogêneos. Sem diferenciação (produtos de fonte duvidosa) entre os ofertantes.
- Transparência do mercado com regras e condições claras da sua funcionalidade.
- Liberdade das empresas de forma imediata atuarem ou não no mercado conforme seus objetivos.

Quando as condições descritas são utilizadas simultaneamente temos um mercado em concorrência perfeita, sem nenhuma manipulação de ofertas e preços no mercado.

2.1.2 Monopólio

As empresas buscam influenciar e controlar os preços para melhorar sua posição individual, a oferta por parte dos empresários esta diretamente ligada ao preço desejado, visto que se produzirem um grande volume, fatalmente terão uma redução de preço.

Pode-se destacar como fatores da existência dos monopólios os seguintes elementos: (TRÓSTER; MOCHÓN, 1999)

- Exclusivo controle ou domínio das fontes de matéria-prima indispensáveis para a produção de um determinado produto.

- A concessão de patente determina direito de fabricação exclusiva de um produto durante um período determinado gerando um mercado monopolista.
- Controle do estado em determinados serviços estabelece os monopólios estatais, como exemplo pode citar os correios.
- Os altos custos de implantação de indústrias específicas pode criar um monopólio natural.

Os monopólios podem sofrer regulamentação por parte do governo para reduzir os lucros, em forma de impostos, e taxação de preços, (PREÇOS POLITICOS, INFERIORES AO CUSTO DE PRODUÇÃO) essas medidas tem que ser estudadas com cautela para não inviabilizar a existência das empresas, caso isso venha a ocorrer, o governo pode subsidiar os preços praticados, evitando perdas de lucratividade por parte das empresas.

2.1.3 Oligopólio

O mercado oligopolista está situado entre a concorrência perfeita e os monopólios, onde existe um número reduzido de participantes (ofertantes) diante de um grande número de compradores; o oligopólio normalmente exerce algum tipo de controle sobre os preços; essa tática consiste na formação de cartéis, isto é, as empresas participantes elaboram acordos comerciais visando controlar os preços, para a obtenção de maiores lucros, mesmo que em detrimento das condições adequadas para o consumidor (TRÓSTER; MOCHÓN, 1999)

O cartel, por sua vez, é UM AGRUPAMENTO DE EMPRESAS QUE PROCURAM LIMITAR A AÇÃO DA LIVRE CONCORRENCIA PARA ESTABELECER UM PREÇO COMUM E/OU ALCANÇAR UMA MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS.

2.2 ÉTICA NA CONCORRÊNCIA

No universo das organizações a ética é um tema muito complexo e pouco explorado. Durante os expedientes das empresas surgem vários conflitos mercadológicos que põem em cheque a ética dos profissionais em questão e dependendo das soluções encontrada a imagem da empresa pode ser arranhada ou obter mais credibilidade perante o mercado se a ética tiver predominado. (RAMALHO;ALVES FILHO, 2003/2004).

O comportamento ético pode ser trabalhado através de um manual conhecido como código de ética, tendo os seguintes valores mais importantes para a empresa:

HONESTIDADE: ser correto, leal e integro em suas atitudes buscando sempre a verdade.

RESPEITO: ter relações cordiais, entendendo e respeitando as limitações e individualidades de cada um.

COMPROMETIMENTO: envolver as pessoas com os objetivos da empresa, tornando-as parceiras e colaboradoras.

CONFIANÇA: acreditar nas qualidades individuais.

RESPONSABILIDADE: agir com zelo, profissionalismo, dedicação e disciplina ter cuidado com seus deveres e obrigações.

EXEMPLARIEDADE: dar bons exemplos através de ações e atitudes coerentes com os princípios da organização.

JUSTIÇA: ser capaz de reconhecer os valores das pessoas.

SOLIDARIEDADE: ser companheiro com as pessoas e dar importância para que as mesmas se sintam apoiadas.

DINAMISMO: agir com determinação, ousadia, iniciativa, criatividade e competência superando as suas performances.

O comportamento ético por parte das empresas é algo esperado e exigido pela sociedade em geral. É a única maneira da empresa obter lucro através da moral, sendo razão para a empresa agir e exigir ética. (RAMALHO;ALVES FILHO, 2003/2004).

2.3 REGULAMENTAÇÃO DO MERCADO FORMAL

As pessoas que desejam comercializar e prestar serviços com produtos áudio visuais, necessitam constituir empresa na junta comercial de seu estado, inscrever-se no cadastro nacional pessoas jurídicas (CNPJ) junto a Receita Federal, solicitar numero de inscrição estadual na secretaria do estado, requerer alvará de funcionamento e cadastro de Imposto sobre serviços (ISS) a prefeitura municipal e providenciar ao corpo de bombeiro o habites para funcionamento do estabelecimento em questão. (SEBRAE/RN)

Sendo assim, ficam regularizadas para praticar as atividades desejadas e expostas às leis de mercado e seus concorrentes.

2.4 DIREITOS AUTORAIS AUDIVISUAIS

No Brasil existe proteção para os direitos autorais das obras artísticas, conforme lei 9.610 de 19/02/98 e arts. 184 e 186 do Código Penal Brasileiro é proibido copiar, editar, adicionar, reduzir, exhibir ou difundir publicamente, transmitir por radio difusão, cabo ou qualquer outro meio, bem como trocar, emprestar ou praticar qualquer ato de comercialização sem a autorização do titular dos direitos autorais. quem venha a cometer tais delitos estará sujeito a penalidades que variam de um a quatro anos de detenção. (BRASIL, 1998)

2.5 A PIRATARIA NO MERCADO DE VIDEO LOCADORA

O mercado de vídeo locadora encontra-se em grande crise devido à pirataria existente no mercado, podemos destacar varias formas deste comercio paralelo; venda e locação ambulante, pirataria caseira feita a partir da Internet dentro das próprias residências e por pequenos estabelecimentos clandestinos principalmente nas periferias, sendo a venda ambulante a que mais atrapalha, pois pratica preços muito abaixo dos de mercado tanto para venda como para a locação e não tem obrigação de fornecer garantia dos produtos vendidos ou locados. (PUNIÇÃO..., 2006, p.18)

Pode-se relacionar também as locadoras clandestinas, cujos proprietários são geralmente antigos vendedores ambulantes que resolveram se estabelecer e pequenas locadoras que por dificuldades financeiras passaram a praticar este tipo de contravenção.

O fornecimento de produtos piratas para a prática das contravenções citadas, se dar por laboratórios que conseguem a aquisição de grande quantidade de CDs e DVDs virgens junto a lojas especializadas e contrabando, de posse desse material e equipados com computadores e impressoras de última geração produzem milhares de cópias para distribuição diária na grande Natal e demais cidades do estado.

2.6 TRIBUTOS E EMPREGABILIDADE

Dados do Sindicato de Auditores Fiscais da Receita Federal (UNAFISCO) mostram que o Brasil deixa de arrecadar R\$ 63 bilhões anualmente em consequência da venda de mercadorias falsificadas. Também devido à pirataria, dois milhões de empregos deixam de ser criados por ano no País. (PUNIÇÃO..., 2006, P.57)

Os impostos são uma imposição do estado a indivíduos, unidades familiares e empresas, para que paguem uma certa quantidade de dinheiro em relação a determinados atos econômicos, por exemplo: ao realizar consumo de um bem, ao obter receitas pelo trabalho ou ao gerar lucros nas empresas.(TROSTER;MOCHÓN, 1999.)

A carga de tributos das empresas do setor é composta de ISS a nível municipal. Na esfera federal as empresas pagam imposto de renda de pessoa jurídica, fundo de garantia por tempo de serviço (FGTS), INSS e os demais impostos federais podem ser unificados em um único imposto, que incide sobre o faturamento.

2.7 MORTALIDADE DE EMPRESAS

A constituição de uma empresa passa por diversos trâmites burocráticos, até a sua legalização, para iniciar suas atividades, sendo os primeiros anos considerados os mais críticos para o sucesso dos empreendimentos.

Conforme indicadores disponibilizados pelo SEBRAE/RN, 45% das empresas encerram suas atividades com até dois de existência, 57% com três anos e 61% não completam quatro anos.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa tem como objetivo, avaliar os principais fatores da informalidade no mercado de áudio visual (pirataria de CD e DVD) e os principais impactos sofridos pelas vídeos locadoras do RN, objetivando saber se as locadoras terão no futuro espaço para desenvolver suas atividades comerciais de forma legal.

3.1 TIPO DE PESQUISA

O estudo será desenvolvido com auxílio de pesquisa exploratório-descritiva. Segundo Vergara (1998, p.45) a investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. A pesquisa é também documental, porque será feito uso de documentos de trabalho e relatórios de consultorias privadas, não disponíveis para consultas públicas. (VERGARA, 1998, P. 48)

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo da pesquisa será constituído pelo mercado de vídeo locadora da cidade do Natal, tendo como amostra os vinte principais proprietários de grande representatividade (que fizeram pedidos direto aos fornecedores legais nos últimos doze meses, conforme informações coletadas dos representantes comerciais) nos bairros de nossa capital, que representa 50% dos empresários do setor.

3.3 COLETA DE DADOS

Os dados serão coletados mediante análise de questionário estruturado de forma fechada e aplicado a proprietários de vídeo locadoras, referente às questões relacionada ao aumento da informalidade e soluções para o mercado.

3.4 ANALISE DOS DADOS

Todas as informações serão tabuladas e organizadas para produção de índices e estatísticas que permitam a análise qualitativa e quantitativa, compatível com os objetivos propostos.

Alem disso serão elaborados gráficos e demais elementos necessários a análise dos dados referente à pirataria de vídeo locadoras em natal.

4 A CRISE DAS VÍDEOS LOCADORAS EM NATAL

A pesquisa desenvolvida no presente estudo teve como destaque principal o quadro de crise no mercado de vídeo locadora em Natal, que é o mesmo em todo o país, resultante da intensiva oferta de produtos clandestinos, dirigindo a maior parte da demanda para o comércio informal e tornando as empresas legalizadas com ociosidade de estoque, poucas locações, perda de renda, desemprego e submetidas a crises que resultam no fechamento de estabelecimentos.

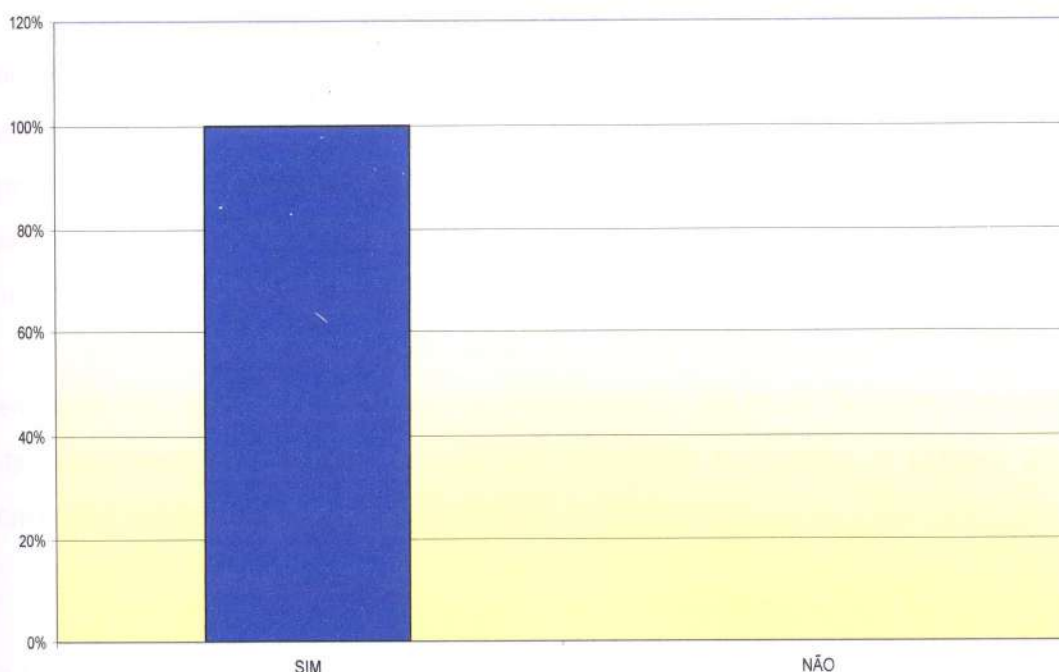
No intuito de diagnosticar a crise do mercado, efetuou-se a pesquisa com coleta direta junto a empresários do ramo de vídeo locadoras, mediante aplicação de questionário estruturado, enfocando os seguintes aspectos relacionados à crise da pirataria:

- A) Tipos e motivos da pirataria;**
- B) Formas de intervenção e contenção das fraudes;**
- C) Impactos da crise;**
- D) Propostas e alternativas dos empresários.**

4.1 A CRISE DA PIRATARIA NAS EMPRESAS

Conforme consta do gráfico 01, todos empresários entrevistados confirmaram que suas empresas encontram-se em crise por causa da pirataria.

GRÁFICO 1
SUA EMPRESA ENCONTRA-SE EM CRISE POR CAUSA DA PIRATARIA?



Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

No início do ano de 2004, com a mudança no sistema de reprodução do modo VHS (antigo vídeo cassete) para o atual DVD, as locadoras tiveram que investir na renovação de todo seu acervo, estojos com medidas para DVD, capas e equipamentos que satisfizer-se seus clientes, investimentos de alto valor que deveriam ter retorno no decorrer de dois anos, pois a transição de equipamentos pelos clientes deveria demorar doze meses, passado esta mudança pelos consumidores. Os empresários acreditavam no aumento do faturamento pela demanda dos clientes antigos e dos novos, pelo fato do novo formato de reprodução ter preço menores nos aparelhos e qualidade muito superior ao antigo.

A realidade do mercado foi totalmente contrária aos interesses dos empresários do setor, pois surgiram pessoas (**piratas**) que aproveitando das tecnologias disponíveis no mercado, passaram de forma ilegal e criminoso (conforme lei federal 9.610 de 19/02/98 e arts. 184 e 186 do código penal) a copiar e reproduzir filmes, documentários, eventos e outros, sem autorização dos proprietários dos direitos autorais das obras, levando estas cópias, de qualidade

duvidosa, para comercialização junto à população da nossa cidade, a preços inferiores aos praticados pelas locadoras. (BRASIL,1998)

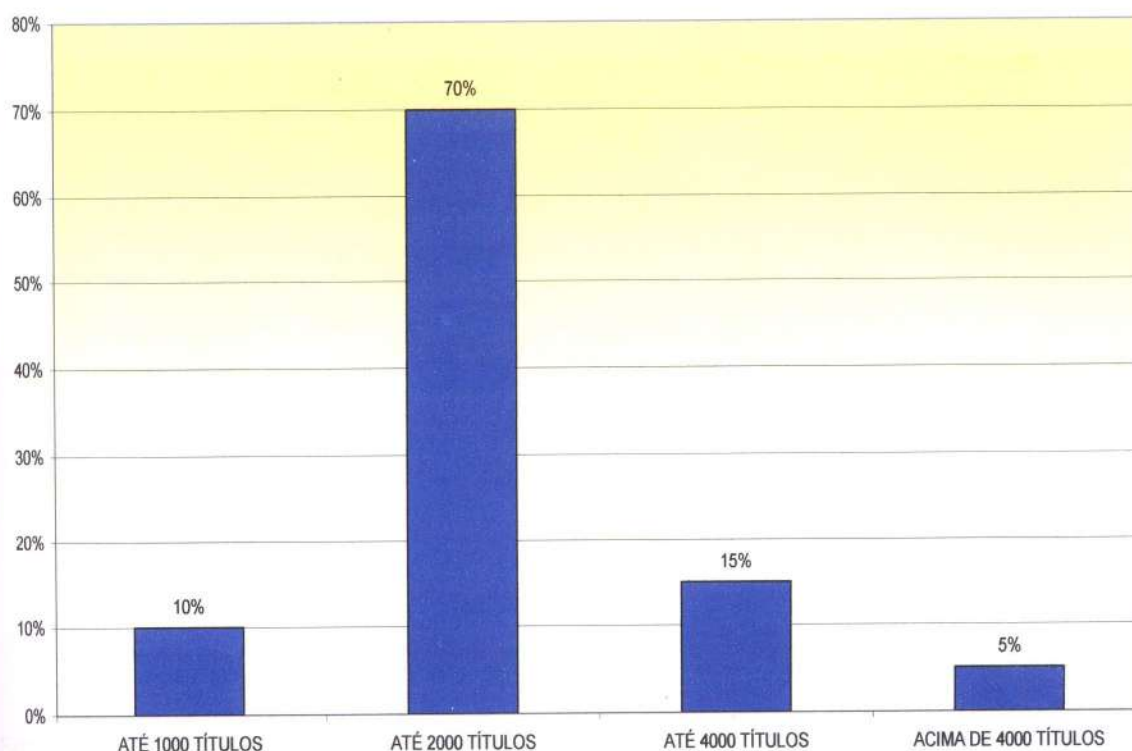
Estes fatos têm provocando nos estabelecimentos comerciais e legais, perdas no faturamento, em novos investimentos, nas vagas de empregos, hoje tão almejadas e falada pelo governo federal. Nenhuma providencia tem sido tomada pelos órgãos competentes, para coibir, reprimir e aplicar a lei existente, a qual prever apreensão da mercadoria pirateada, abertura de processo e detenção para o vendedor e comprador dos produtos, cuja pena varia de 01 à 04 anos de reclusão.

Observa-se, portanto, com base na coleta de informações realizada junto aos empresários, que a manutenção do atual quadro de pirataria comprometerá o futuro das empresas que atuam no mercado de vídeo locadoras, e poderá gerar novas crises de impactos financeiros e sociais.

4.2 TAMANHO DAS EMPRESAS EM CRISE

A crise da pirataria tomou proporções avassaladoras, não respeitando nenhuma empresa, independente ao seu tamanho, acervo ou faturamento. A mesma atinge, desde a mais modesta e administrada de forma familiar, ate as grandes redes, que possuem soft de gerenciamento empresarial, profissionais treinados e capacitados para atingir as melhores metas, em termos de rendimento e satisfação dos clientes. (gráfico 02)

GRÁFICO 2
QUAL TAMANHO DE SEU ACERVO?

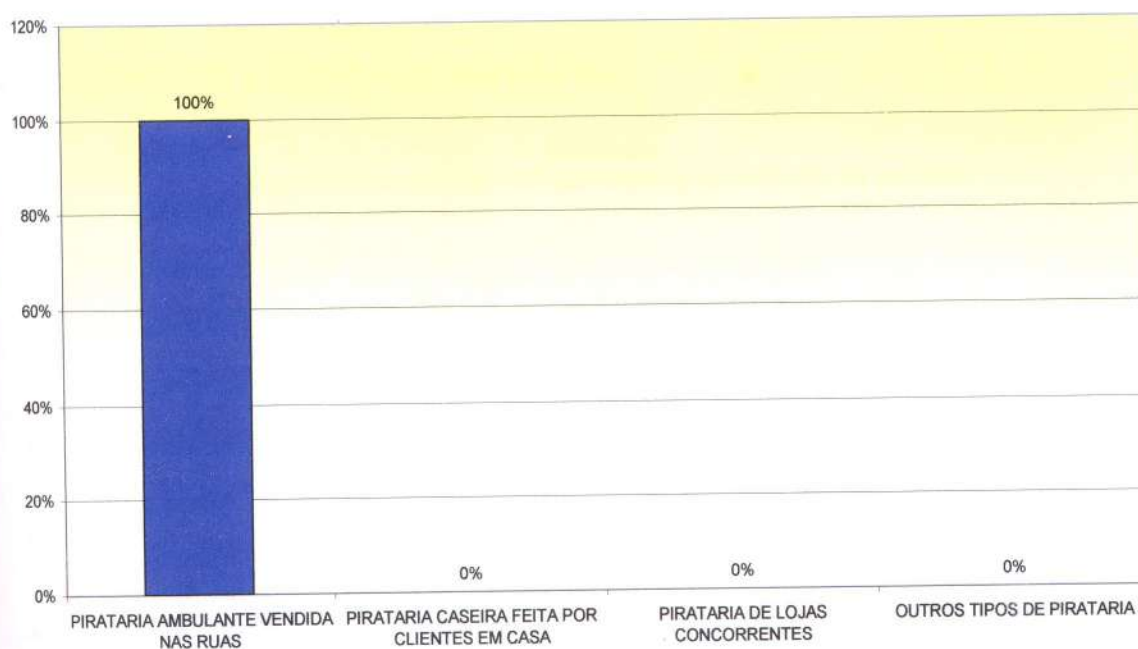


Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

Os dados confirmam que as empresas possuidoras de lojas próprias e franquias espalhadas por todo país, onde conseguem melhores condições de preços e prazos nas compras de produtos, mesmos assim encontram-se dentro desta crise, buscando formas e soluções legais para voltar a acreditar nesse mercado que já foi atrativo e promissor.

4.3 TIPO DE PIRATARIA DE MAIOR IMPACTO NA CRISE DAS EMPRESAS.

GRÁFICO 3
QUAL TIPO DE PIRATARIA ATRAPALHA MAIS SUA EMPRESA?



Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

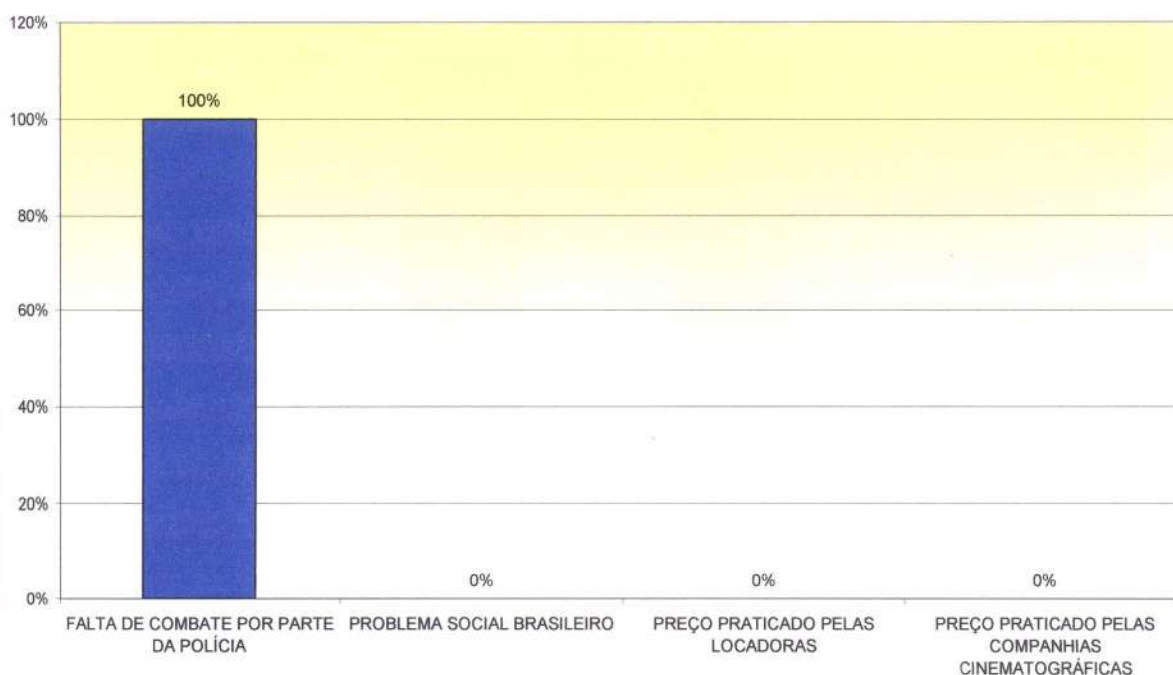
De acordo com a pesquisa (gráfico 03), pode-se afirmar que a pirataria ambulante é responsável pelo maior volume da crise do mercado das vídeos locadoras em Natal, pirataria essa, que hoje esta explícita nas principais ruas e avenidas da nossa cidade e facilmente encontrada nas portas de agências bancárias, colégios, repartições públicas; em alguns casos, adentrando nessas instituições, tornando ainda mais grave esta forma ilícita de comércio, pois produtos inadequados são ofertados para menores e que são comercializados; observa-se que pessoas responsáveis para combater ou servir de exemplo, adquirem, sem nenhum constrangimento esses produtos, e esquecem que desta forma estão contribuindo para o desaparecimento de um comércio formal, legalizado, gerador de emprego, impostos e renda.

A facilidade na aquisição de DVD pirateado e a impunidade na comercialização (preço de mercado R\$ 3,00 reais) destes produtos, com valores inferiores aos praticados pelas locadoras para locação (média de R\$ 4,00 reais) e devolução dos mesmos, vêm sendo o principal fator gerador da crise nas vídeos

locadoras, sendo necessárias medidas urgentes para combater esta forma desleal de comércio, a fim de diminuir estes impactos negativos nas locadoras de natal.

4.4 O COMBATE A PIRATARIA EM NATAL

GRÁFICO 4
QUAL PRINCIPAL MOTIVO DO CRESCIMENTO DA PIRATARIA NO ESTADO?



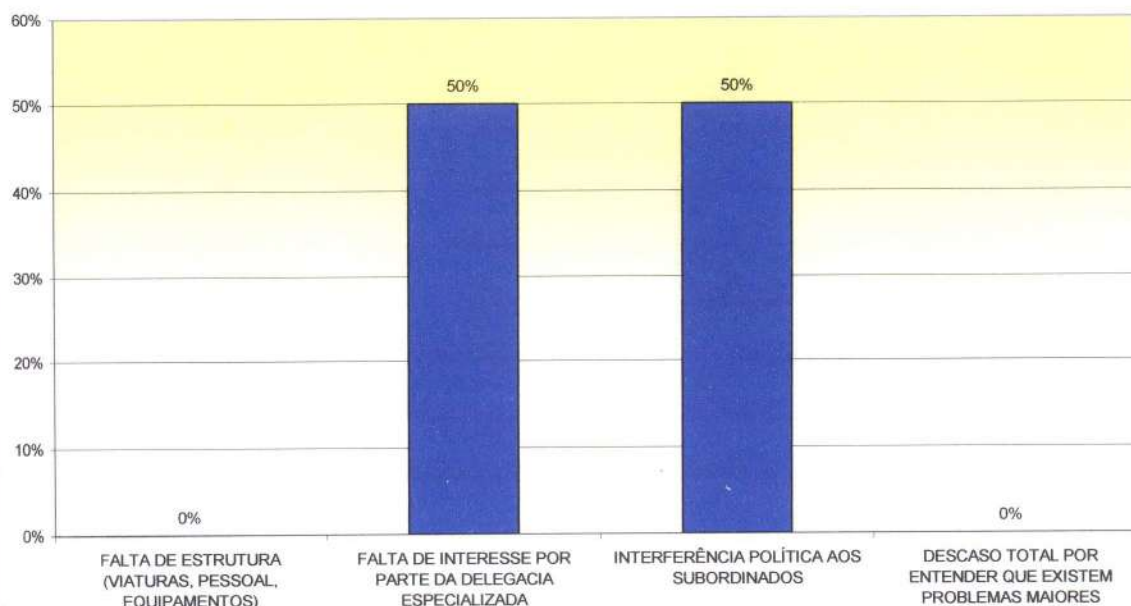
Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

Os empresários natalenses entrevistados opinaram que a falta de combate à pirataria em Natal (gráfico 04), decorre principalmente pela falta de interesse ou condições, por parte de delegacia especializada (defraudações), que hoje se encontra mal aparelhada, sem viaturas suficiente para a demanda de ocorrências, com seu espaço físico insuficiente, como foi visto in loco.

Algumas ações foram desenvolvidas no ano de 2005 por parte da delegacia, ações que estava sendo vinculadas nos principais meios de comunicação, com diversos debates sobre o assunto, sendo que o seu representante na época era o BEL. CORREIA JUNIOR, que em uma de suas entrevistas a uma emissora de TV local, declarou que os responsáveis pelos produtos piratas, eram pessoas ligadas a

ladrões de carros e traficantes de drogas, onde estes criminosos poderiam estar utilizando a rede que hoje vende produtos piratas para comercializar drogas.

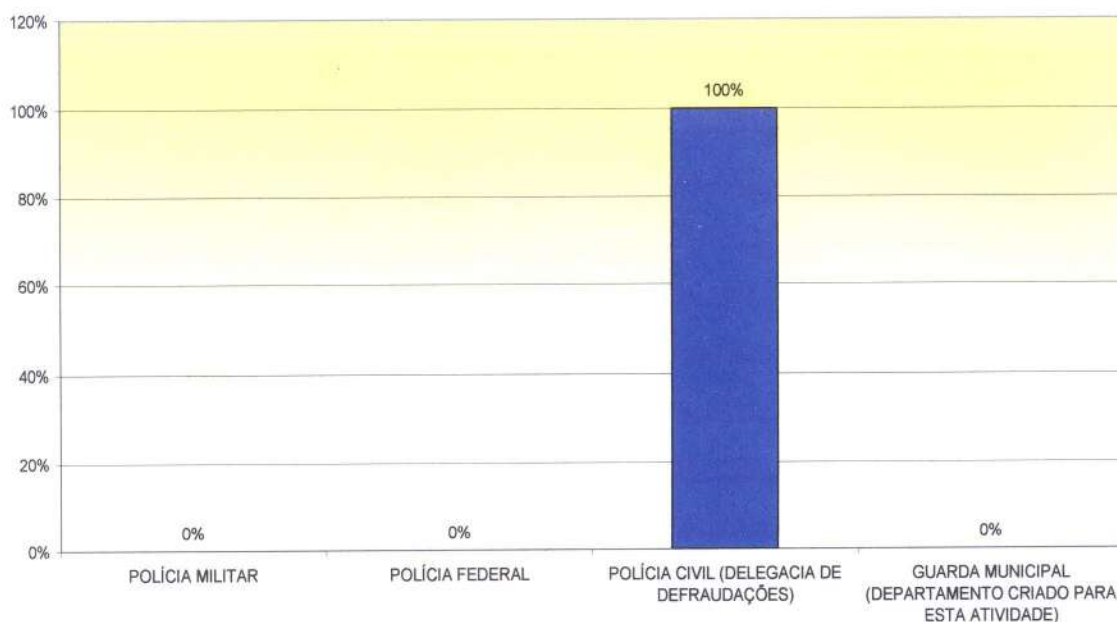
GRÁFICO 5
NA SUA OPINIÃO QUAL PRINCIPAL PROBLEMA ENCONTRADO PELA POLÍCIA PARA COMBATER A PIRATARIA?



Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

Outro fator citado pelos empresários como problema ao combate, é a não interferência política, visto que os políticos solicitados a cobrarem ações dos órgãos competentes ao combate da pirataria, prefere a omissão, alegando que esse tipo de atividade é decorrência de problemas sociais, tais como a falta de emprego encontrada na cidade; outros políticos chegam a defender este tipo de atividade ilícita, onde os empresários classificaram de declarações inoportunas e meramente eleitoreiras, tendo em vista que em ano de eleições para cargos eletivos, essas atitudes constitui mais um barreira a ser superada pelos proprietários das vídeos locadoras. Ou seja, as omissões dos poderes executivo e legislativo contribuem e se fazem presentes nos diversos aspectos da crise. (gráficos 05 e 06)

GRÁFICO 6
NA SUA OPINIÃO QUAL POLÍCIA DEVERIA FICAR RESPONSÁVEL PELA FISCALIZAÇÃO E
REPRESSÃO A PIRATARIA?



Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

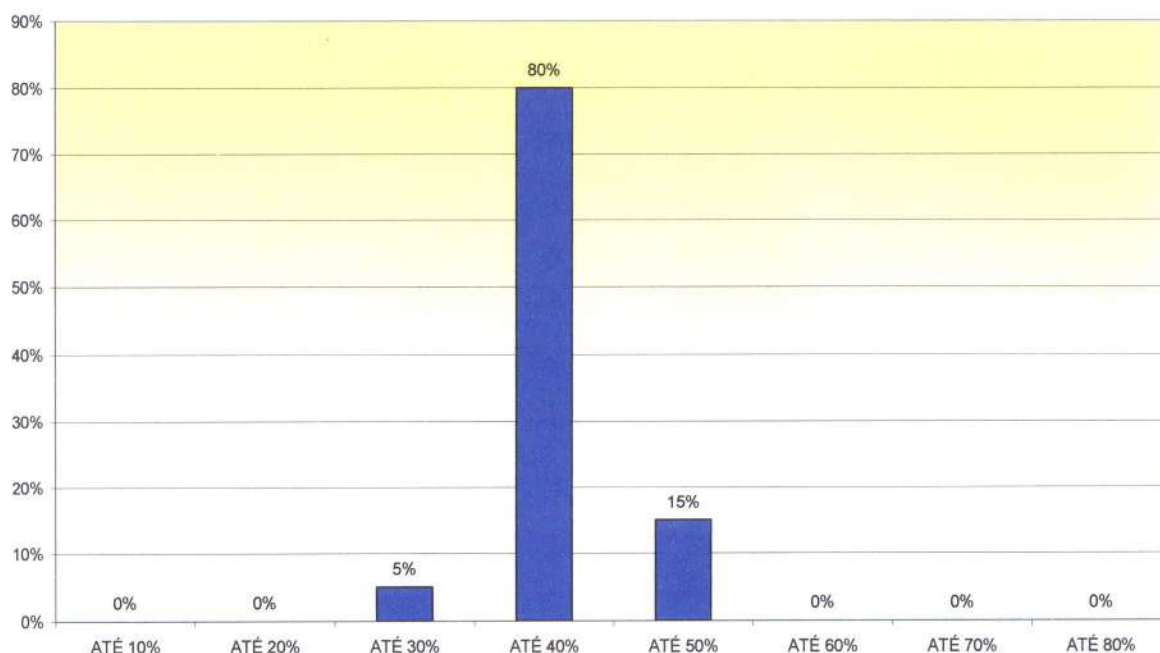
4.5 EFEITOS SÓCIO-ECONÔMICOS DA CRISE DA PIRATARIA EM NATAL

A pirataria poderá fazer que cinéfilos natalenses não tenham, no breve espaço de tempo a opção de assistir as diversas obras cinematográficas, no conforto do seu lar, devido à redução nas compras dos diversos títulos ofertados pelas companhias produtoras e não adquiridas por grande parte das locadoras da cidade, devido encontrar-se em crise financeira.

Um problema social importante a ser destacado é a criação, por parte desses criminosos, de uma rede de distribuição atuando com produtos piratas, mais que, a qualquer momento poderá ser usada para outras formas ilícitas (tráfico drogas, assaltos, células já existente com comando vermelho no Rio de Janeiro e PCC em São Paulo) com prejuízos maiores e sem controle para os órgãos competentes. Os efeitos sócio econômicos diretos e de maior impactos são os seguintes:

4.5.1 Redução de faturamento;

GRÁFICO 7
DEVIDO A CRISE, QUAL PERCENTUAL DE QUEDA NO SEU FATURAMENTO?



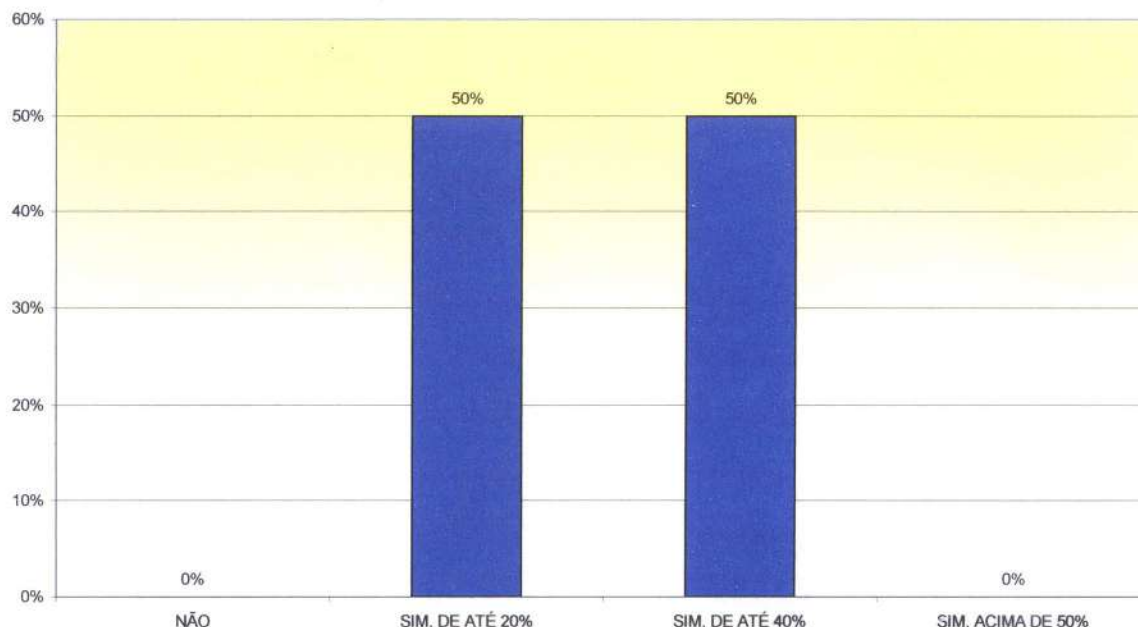
Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

A pesquisa confirma que, em média, as locadoras tiveram perdas de 40% nos seus faturamentos; isto representa comprometimento de lucratividade dos seus negócios, reduzido a possibilidade de novos investimentos e ampliação dos mesmos. (gráfico 07)

A diminuição em média de 40% de arrecadação de impostos que incide sobre o faturamento por parte dos governos federal (imposto único) e municipal (ISS), considerando que o mercado informal não contribui diretamente para a arrecadação de impostos, é um fator que justificaria ações por parte do governo no combate e repressão a pirataria.

4.5.2 Redução de compras de filmes

GRÁFICO 8
HOVE REDUÇÃO NAS COMPRAS DE FILMES PARA SEU ACERVO?



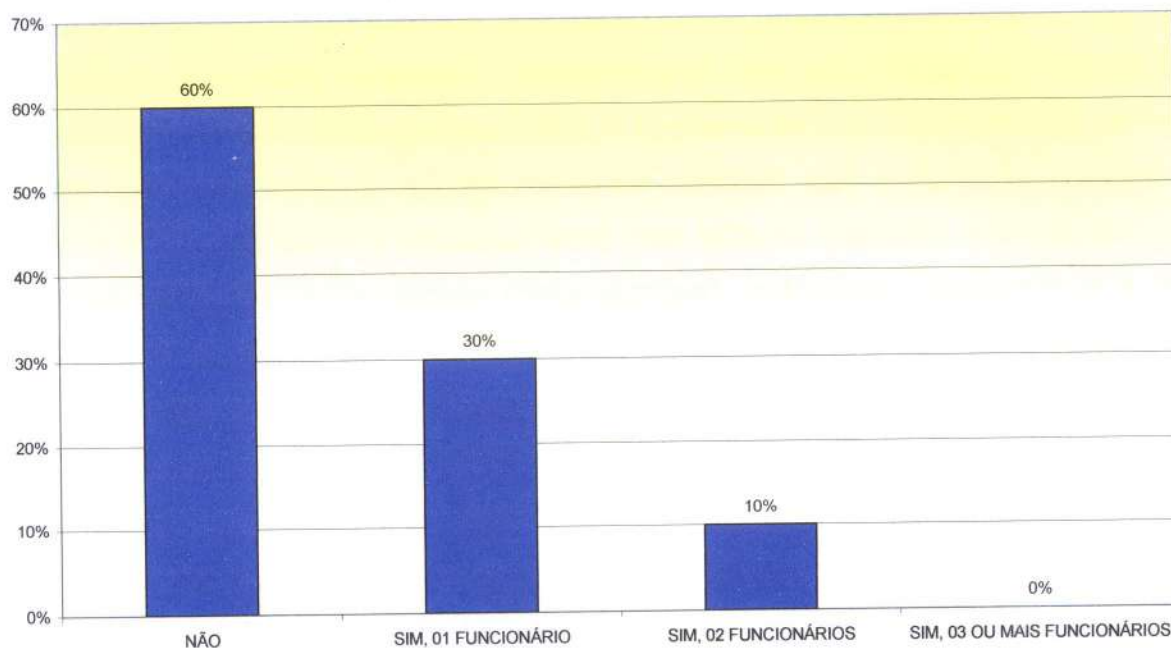
Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

A diminuição nas compras não atinge somente os empresários e clientes das vídeo locadoras (gráfico 08), e sim toda cadeia produtiva da obra cinematográfica e de logística. Para se ter uma idéia do prejuízo causado pela pirataria, deve-se analisar, do início ao fim desta cadeia, a diminuição na compra de filmes aos estúdios produtores; menor volume de mídia para divulgação dos filmes; diminuição das dublagens; redução na compra de matéria prima para gravação dos títulos; comissões menores a representantes comerciais e redução no faturamento dos empresários.

É muito prejuízo, na expectativa de ações que possibilite uma retomada do crescimento. Os empresários indicam que, em média, nas locadoras existe uma redução de 30% nas compras de filmes.

4.5.3 Desemprego

GRÁFICO 9
HOUVE REDUÇÃO NO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS DA SUA EMPRESA?



Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

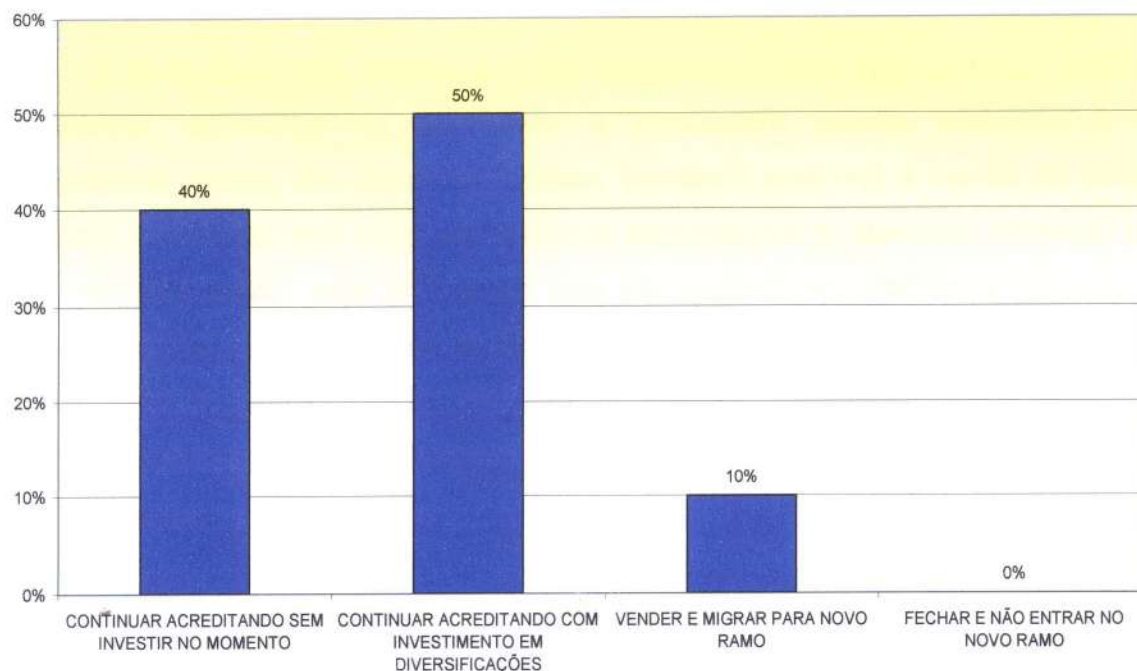
As informações mostram que 40% das locadoras demitiu de 01 a 02 funcionários; ao relacionar-se com toda a cadeia produtiva e de logística, tem-se números assustadores de desemprego neste segmento, a qual justifica uma ação mais audaciosa por parte da polícia, a fim de restabelecer esses postos de trabalhos perdidos. (gráfico 09)

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Todos empresários entrevistados, confirmaram que suas empresas encontram-se em crise por causa da pirataria, a situação tomou proporções avassaladoras, não respeitando nenhuma empresa, independente ao seu tamanho, acervo ou faturamento, sendo a pirataria ambulante, a responsável pelo maior volume da crise do mercado das vídeo locadoras. Deve-se destacar que a falta de combate à pirataria em Natal, decorre principalmente pela falta de interesse e condições, por parte de delegacia especializada (defraudações), outro fator observado é a não interferência política.

Os efeitos sócio-econômicos da crise da pirataria em Natal, reduzem os faturamentos das empresas, diminuem o volume de compras, gerando aumento de desemprego.

GRÁFICO 10
QUANTO AO SEU EMPREENDIMENTO, QUAL DECISÃO VOCÊ PRETENDE TOMAR?



Fonte: Pesquisa do autor realizada em outubro de 2006

A pesquisa conclui que a grande maioria dos proprietários de locadoras de Natal, mesmo em crise, pretendem continuar no ramo de locações de filmes (gráfico

10), onde 50% diversificaram seus negócios com novos investimentos na busca do faturamento perdido e uma maior segurança, outros 40% acreditam numa virada do mercado, sem arriscar novos investimentos; e apenas 10% pretendem vender seus negócios e migrar para novas oportunidades.

Os empresários deveriam diversificar seus negócios e implantar novas idéias que possibilitassem estratégias de aumento de faturamento e interesse por parte dos clientes, como sugestões podemos citar:

- A) Serviço de entrega e busca**
- B) Aluguel do acervo para escolas, universidades ou empresas por valor fixo.**
- C) Aluguel por hora.**
- D) Lan houses e agente bancário.**
- E) Cafeteria e lanchonete.**
- F) Revistaria e livraria.**

A diminuição dos impostos e da margem de lucro por parte do governo e produtoras, ajudariam as locadoras a praticarem preços menores e mais competitivos diante dos produtos piratas, tornando possível a venda de produtos originais a clientes que hoje encontrasse alimentando o mercado informal, talvez esta recomendação, seja a solução que vai reativar novamente o comercio das vídeo locadoras no Rio Grande do Norte.

REFERÊNCIAS

DANTE, Freitas. **Videolocadora**: estudo da atividade empresarial. Recife: SEBRAE, 2004. Disponível em: www.pe.sebrae.com.br8080/noticias/download/videoatividade.pdf. Acesso em: 11 maio 2006.

KUSCHNIR, Clarissa. Caça aos fantasmas da pirataria. **Mercado**, São Paulo, n. 148, p. 26.nov. 2005.

MENEZES, Maria. Parceiros da locadora, **Mercado**, São Paulo, n.149, p.32, dez. 2005.

PUNIÇÃO à concorrência desleal. **Ver vídeo**, São Paulo, n.152, p.57, mar. 2006.

ROSA, Hamilton. Como faturar mais com o DVD. **Mercado**, São Paulo, n.149. p. 72. dez. 2005

RAMALHO; ALVES FILHO, Antonio. A Influencia do Comportamento Ético nos Resultados Esperados por uma Organização, **Revista da FARN**, Natal, v.3, n. ½, p.9-21, jul.-jun.2003/2004.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estagio e de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1999.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2002.

TROSTER, Roberto Luis; MOCHÓN, Francisco. **Introdução à Economia**: São Paulo: Makron Books, 1999.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

BRASIL. **Código Penal**. Organizações de texto Anna Joyce Angher. 11ª ed. São Paulo: Rideel, 2005.

APÊNDICE

Questionário

1- Sua empresa encontra-se em crise por causa da pirataria?

() sim () não

obs.; caso responda "sim" continue o questionário.

2- Qual tipo de pirataria atrapalha mais sua empresa?

() pirataria ambulante vendida nas ruas

() pirataria caseira feita por clientes em casa

() pirataria de lojas concorrentes

() outros tipos de pirataria

3- Qual principal motivo do crescimento da pirataria no estado?

() falta de combate por parte da policia

() problema social brasileiro

() preço praticado pelas locadoras

() preço praticados pelas companhias cinematográficas

4- Na sua opinião qual principal problema encontrado pela policia para combater a pirataria?

() falta de estrutura (viaturas, pessoal, equipamentos)

() falta de interesse por parte da delegacia especializada

() interferência política aos subordinados

() descaso total por entender que existem problemas maiores

5- Na sua opinião qual policia deveria ficar responsável pela fiscalização e repressão a pirataria?

() policia militar

() policia federal

() policia civil (delegacia de defraudações)

() guarda municipal (departamento criado para esta atividade)

6- Devido à crise, qual percentual de queda no seu faturamento?

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| ☐ ate 10% | ☐ ate 50% |
| ☐ ate 20% | ☐ ate 60% |
| ☐ ate 30% | ☐ ate 70% |
| ☐ ate 40% | ☐ ate 80% |

7- Houve redução nas compras de filmes para seu acervo?

- ☐ não
- ☐ sim, de ate 20%
- ☐ sim, de ate 40%
- ☐ sim, acima de 50%

8- Qual tamanho de seu acervo?

- ☐ ate 1000 títulos
- ☐ ate 2000 títulos
- ☐ ate 4000 títulos
- ☐ acima de 4000 títulos

9- Houve redução no quadro de funcionários da sua empresa?

- ☐ não
- ☐ sim, 01 funcionário
- ☐ sim, 02 funcionários
- ☐ sim, 03 ou mais

10- Quanto ao seu empreendimento, qual decisão você pretende tomar?

- ☐ continuar acreditando sem investir no momento
- ☐ continuar acreditando com investimento em diversificações
- ☐ vender e migrar para novo ramo
- ☐ fechar e não entrar no novo ramo