
10 Anos

de Monitoramento
da Sobrevivência
e Mortalidade
de Empresas

SEBRAE
SP

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DE SÃO PAULO
SEBRAE-SP

**10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência
e Mortalidade de Empresas**



São Paulo
2008

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DE SÃO PAULO
SEBRAE-SP

**10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência
e Mortalidade de Empresas**



São Paulo
2008

Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP

Presidente: Fábio de Salles Meirelles

ACSP - Associação Comercial de São Paulo

ANPEI - Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras

Banco Nossa Caixa S.A

FAESP - Federação da Agricultura do Estado de São Paulo

FECOMERCIO-SP - Federação do Comércio do Estado de São Paulo

FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

IPT - Instituto de Pesquisas Tecnológicas

ParqTec - Fundação Parque de Alta Tecnologia São Carlos

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SCTDE - Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico

SINDIBANCOS-SP - Sindicato dos Bancos do Estado de São Paulo

BB - Superintendência Estadual do Banco do Brasil

CAIXA - Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal

Diretor Superintendente

Ricardo Luiz Tortorella

Diretores Operacionais

José Milton Dallari Soares

Paulo Eduardo Stabile de Arruda

Gerentes Executivos

Alessandro Paes dos Reis

Regina Maria Borges Bartolomei

Waldir Catanzaro

Observatório das MPEs

Marco Aurélio Bedê

Equipe Técnica

Amanda Silva Cassimiro

Gregory Augusto de Barros Giroto

Hao Min Huai

Marco Aurélio Bedê (coordenador)

Mariana Rutkowski Silva

Pedro João Gonçalves

Pedro Surcalo Junior

Virgínia Marella Neves da Silva

Projeto gráfico e coordenação de produção: SEBRAE-SP

Capa: RS Press Editora - Denise Tangerino

Revisão: RS Press Editora - Consuelo Cordeiro

Diagramação: RS Press Editora - Denise Tangerino e Gabriel Rabesco

Fotolito e impressão: RS Press Editora

Observatório das MPEs

Rua José Getúlio, 89 – 4o. andar

Aclimação – São Paulo – SP

Tel.: 11-2109-5700

E-mail pesqeco@sebraesp.com.br

Homepage: www.sebraesp.com.br

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) Câmara Brasileira do livro, SP, Brasil

65.016.1 São Paulo (Estado). Serviço de Apoio às Micro
Sa263d e Pequenas Empresas
10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência e
Mortalidade de Empresas / SEBRAE-SP. São Paulo:
SEBRAE-SP, 2008.
120p.
ISBN: 978-85-7376-069-9

1. Empreendedorismo – Brasil. 2. Empresas –
São Paulo – Século 21. I. Título

Que País queremos ser?

Uma radiografia completa das micro e pequenas empresas paulistas criadas nos últimos 10 anos, com data de nascimento, tempo de sobrevivência, perfil dos empresários, causas dos sucessos e fracassos dos milhões de empreendedores brasileiros presentes nos 645 municípios do estado.

Isto é, em resumo, o que os leitores da presente publicação encontrarão nas próximas páginas, um conteúdo rico, diverso e estimulante que deverá tornar-se leitura obrigatória para os que formulam e implantam políticas públicas focadas no desenvolvimento sustentável do Brasil.

A boa notícia é que de 1998 a 2007, as taxas de mortalidade caíram em todos os perfis de comparação: no primeiro ano, de 35% para 27%; no segundo, de 46% para 38%; no terceiro ano de atividade, de 56% para 46%; no quarto ano, de 63% para 50% e no 5º ano de atividade, de 71% para 62%.

Parte destes resultados podem ser creditados às estratégias que o SEBRAE-SP adotou frente a este desafio gigante. Quando estivemos pela primeira vez à frente do Conselho Deliberativo da entidade, ao tomarmos ciência dos índices chocantes para a economia de qualquer País, determinamos como estratégia fundamental da entidade a expansão das ações de capacitação e de articulação junto aos formuladores de políticas públicas, a fim de criar um ambiente realmente favorável ao fortalecimento e à consolidação dos pequenos negócios.

É com grande felicidade que ao retornarmos à direção da entidade em 2007 constatamos quedas expressivas em todas as taxas, forte sinalizador de que estamos trilhando o caminho correto.

Mas a comemoração não nos tira a plena convicção que estes índices ainda são muito altos, incompatíveis com uma Nação que pretende figurar entre as mais desenvolvidas e sustentáveis do mundo.

A cada ano, das 134 mil empresas abertas no estado de São Paulo, quase 88 mil não completam 12 meses de atividades.

São 267 mil ocupações que deixam de existir – o equivalente a 3,3 estádios do Morumbi lotados – e uma perda financeira de R\$ 16 bilhões.

Reverter ainda mais tal situação é o que nos tem movido nesta nova etapa presidindo o Conselho. Centramos nossos esforços em duas linhas de atuação, onde se concentram as principais causas de mortalidade dos pequenos negócios: aprimoramento e massificação das atividades de orientação e capacitação em gestão e promoção comercial e esforço diuturno junto a legisladores e executivos para regulamentação de todos os capítulos da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas nos âmbitos federal, estadual e municipal.

Esta será a contribuição do SEBRAE-SP para que os donos das MPes conquistem plena cidadania empresarial e os pequenos negócios sejam definitivamente os protagonistas de uma nova era econômica do Brasil: mais forte e mais justo.

Fábio de Salles Meirelles

Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP

Ainda há muito por fazer

Não é de agora que o empreendedorismo competente e responsável começa a criar musculatura no Brasil. Se antes a opção de abrir um negócio era tomada, no mais das vezes, por pessoas motivadas pela necessidade de sobreviver ou pela falta de expectativa profissional, hoje vemos que o brasileiro já começa a empreender, em sua maioria, a partir da identificação de uma real oportunidade.

O resultado dessa tendência, já identificada em anos anteriores por várias pesquisas, agora se comprova e se consolida no estudo inédito “Mortalidade de Empresas em São Paulo 1997-2007”. Trata-se de uma série histórica que avalia a evolução da sobrevivência dos pequenos negócios no estado. Ela indica claramente que, ao longo de dez anos, cresceu a preocupação do empreendedor em avaliar melhor seu perfil pessoal, realizar o planejamento do negócio e buscar informação antes de investir seus recursos num empreendimento.

O estudo indica ainda que o ambiente empreendedor vem melhorando no estado, o que contribui, em grande parte, para o aumento no índice de sucesso dos empreendimentos de pequeno porte.

Mas é necessário cuidado na análise desses dados.

Os números são alentadores, mas é fundamental que todos nós, sociedade civil e governos, tenhamos claro que o índice de mortalidade empresarial ainda é elevado. Todos os anos, somente no estado de São Paulo, o fechamento prematuro de empresas - antes de completar um ano - consome R\$ 16 bilhões em poupança pessoal e faturamento cessante e ceifa mais de 200 mil postos de trabalho.

Há ainda um longo caminho a ser percorrido para que os empreendedores brasileiros estejam devidamente preparados antes de partirem para o desafio do negócio próprio. Além disso, é importante construirmos e consolidarmos um ambiente estimulante, desburocratizado, com carga tributária adequada e com fácil acesso ao crédito produtivo e à tecnologia.

Essa série histórica, ao longo dos anos, jogou luz sobre esse problema gravíssimo de mortalidade empresarial e também orientou as ações do SEBRAE-SP. A mudança positiva no perfil do empreendedor paulista indica que nossos esforços têm sido recompensados.

É imprescindível também melhorarmos o ambiente para empreender no País. O primeiro passo foi dado com a aprovação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, que desburocratiza a vida das pequenas empresas e cria mecanismos de acesso ao crédito e à tecnologia. Entretanto, é importante que a nova legislação seja regulamentada em muitos estados e municípios.

Estamos seguros de que, quando a Lei Geral estiver totalmente regulamentada no País, mais pequenos negócios sobreviverão, propiciando geração e distribuição de riqueza, de trabalho e de renda.

Ricardo Tortorella

Diretor-Superintendente do SEBRAE-SP

Paulo Arruda

Milton Dallari

Diretores Operacionais do SEBRAE-SP

Índice

1. O contexto econômico-institucional (1997-2007).....	11
2. A taxa de mortalidade das empresas registradas na JUCESP (2000/2005) ..	19
3. Dez anos de monitoramento da mortalidade de empresas (1995/2005) ..	21
4. Evolução recente do perfil dos empresários e das empresas JUCESP..	29
5. Características das empresas registradas na JUCESP	33
6. Comparações: empresas encerradas vs empresas em atividade (JUCESP) ..	41
7. A taxa de mortalidade nas empresas clientes do SEBRAE-SP (2000/2005)	51
8. As causas da mortalidade das empresas	57
9. O destino dos proprietários das empresas encerradas	61
10. O impacto da mortalidade de empresas na economia	65
11. Principais conclusões e recomendações	69
Referências bibliográficas	74
Anexo 1 - Notas Metodológicas	76
Anexo 2 - Questionário utilizado na pesquisa	89
Anexo 3 - Roteiro prévio para o rastreamento de cada uma das empresas ..	100
Anexo 4 - Incubadoras contempladas no estudo	108
Anexo 5 - Distribuição da amostra efetivamente rastreada, segundo município e grupo	111

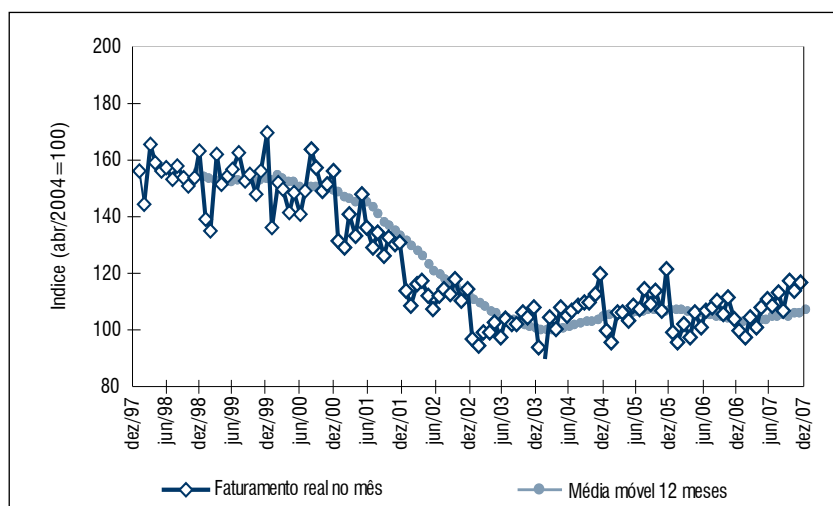
CAPÍTULO

1

O contexto econômico-institucional (1997-2007)

Durante o período compreendido entre 1997 e 2007, o País passou por diversas turbulências que afetaram diretamente os pequenos negócios. Um dos poucos estudos que permitem analisar o impacto dessas turbulências sobre as empresas de micro e pequeno porte é o “Indicadores SEBRAE-SP”. Trata-se de uma série estatística que, desde 1998, monitora a evolução do nível de faturamento e de pessoal ocupado nas micro e pequenas empresas (MPEs) do estado de São Paulo¹.

Figura 1.1 - Faturamento Real das MPes do Estado de São Paulo, jan/98 a dez/07 (abr/04 = 100)



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP, “Indicadores SEBRAE-SP”

Nota: Número índice com base abr/04=100 (valores reais)

Tomando por base o índice da série de faturamento médio mensal, já descontada a inflação², verifica-se que entre 1998 e 2003 houve uma queda de cerca de um terço nos valores médios de faturamento mensal (Figura 1.1). Levando-se em conta o efeito da inflação, durante o ano de 1998, o faturamento médio mensal dessas empresas foi R\$ 23,7 mil/mês, tendo chegado a R\$ 15,4 mil/mês na média de 2003 (e apresentado uma recuperação para um nível próximo de R\$ 16,4 mil/mês, na média de 2007). Esses dados são fortemente influenciados pelas empresas mais antigas já estabelecidas. Porém, permitem ter uma boa idéia do contexto econômico para os pequenos negócios que foram abertos nesse período. Entre os fatores que contribuíram para a queda do faturamento médio mensal, no período em questão, estão:

- Resquícios da crise asiática de 1997 e a crise russa de 1998, que levaram a uma forte oscilação e forte aumento da taxa básica de juro da economia brasileira, a taxa Selic (Figura 1.2);
- Mudança no regime cambial em fevereiro de 1999, com forte oscilação do câmbio a partir daí (Figura 1.2), e em especial em 2002, e conseqüente pressão nos custos das matérias-primas e produtos importados;
- Racionamento de energia elétrica a partir de abril de 2001, seguido pela crise nos mercados financeiros internacionais em fins de 2001 e a crise argentina em 2001 e 2002, o que levou à forte oscilação do dólar e novo aumento da taxa básica de juro (2002/2003); e
- Novo aumento da taxa básica de juro na economia brasileira, a partir de fins de 2004, utilizado pelas autoridades mone-

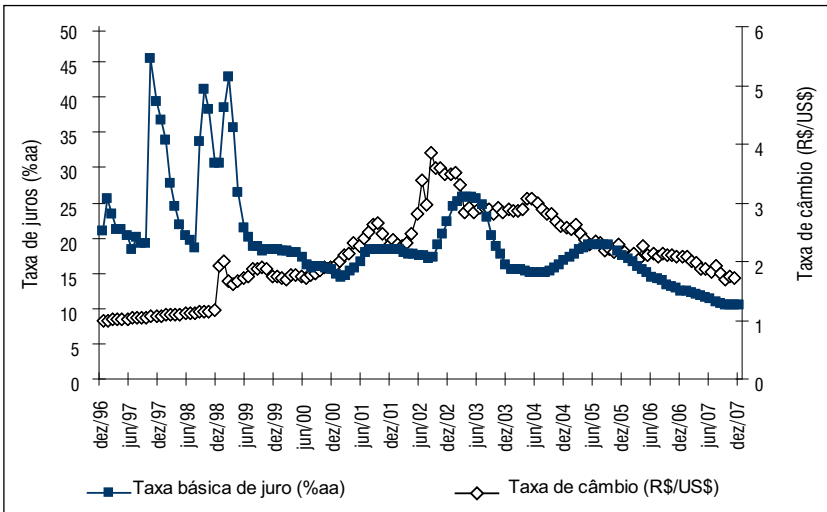
¹As MPes do estado de São Paulo correspondem a cerca de um terço do total de empresas do País, o que torna o estudo do SEBRAE-SP em São Paulo uma importante referência sobre o impacto das políticas macroeconômicas sobre os pequenos negócios no Brasil.

²Os valores nominais originais em R\$ foram deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (INPC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e são aqui apresentados em moeda constante, com base em R\$ de dezembro de 2007.

tárias como principal mecanismo para manter o controle da taxa de inflação doméstica.

Somente a partir de setembro de 2005, as taxas de juros iniciaram trajetória de queda favorecendo a retomada da economia brasileira. Paralelamente, as taxas de câmbio deixaram de pressionar os custos das matérias-primas associados à expansão da economia mundial e das exportações brasileiras. Adicionalmente, nos últimos anos do período analisado, verificou-se uma expansão da oferta de crédito para o consumo doméstico, principalmente nas operações de crédito às pessoas físicas (Figura 1.3) e uma recuperação da renda real dos trabalhadores (Figura 1.4). Em função desses fatores, a economia brasileira reassumiu trajetória de recuperação, puxada primeiramente pelo setor exportador (a partir de 2004/2005) e, em seguida, pelo mercado interno (a partir de 2006/2007).

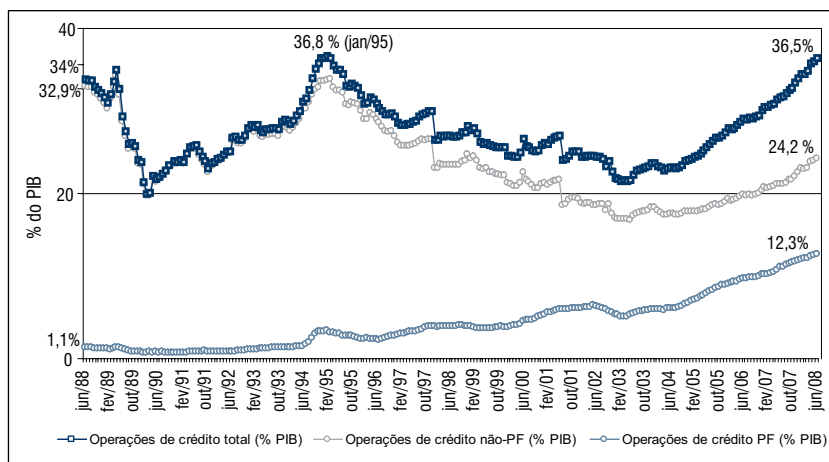
Figura 1.2 - Taxa Básica de Juro Selic (%a.a) e Taxa de Câmbio (R\$/US\$), jan/97 a dez/07



Fonte: Banco Central do Brasil

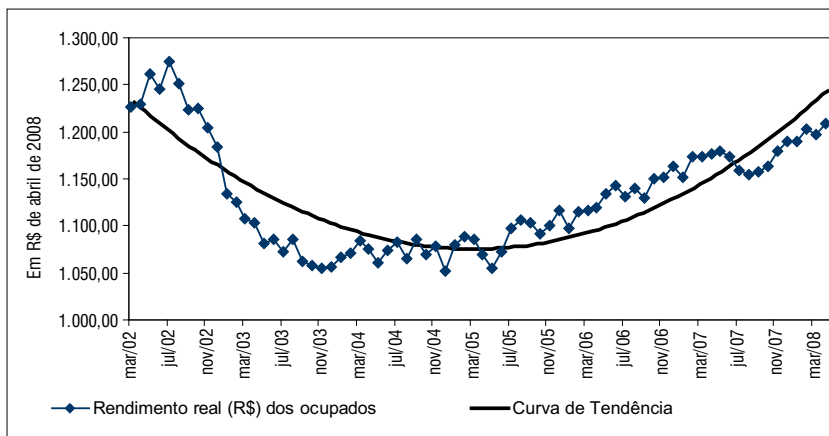
Nota: Foram utilizados aqui os valores nominais, pois seguem trajetória muito próxima aos valores reais, porém expressam melhor a volatilidade das variáveis

Figura 1.3 - Oferta de crédito na economia brasileira (como % do PIB)



Fonte: Banco Central do Brasil

Figura 1.4 - Rendimento real dos ocupados nas 6 maiores Regiões Metropolitanas do país



Fonte: IBGE. Pesquisa Mensal de Emprego. Deflator: INPC-IBGE

Nota: Regiões metropolitanas de Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo

A despeito das turbulências no período analisado, ocorreram várias mudanças no contexto institucional que, em parte, minoraram os efeitos adversos das crises externas. Mudanças estruturais que tendem a criar um ambiente mais favorável aos pequenos negócios, no longo prazo. Entre os mecanismos de apoio às empresas que foram instituídos nesse período, destacam-se:

- A implantação do SIMPLES Federal (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, instituído pela Lei Federal 9.317 de 5/12/96), regime de recolhimento de impostos simplificado e com alíquotas menores para MPes com faturamento bruto anual de até R\$ 1.200.000 (um milhão e duzentos mil reais)³. Entre as vantagens para as MPes destacam-se a menor carga tributária e a redução da burocracia, sendo esta última ainda mais importante do que aquela primeira⁴. Os efeitos dessas medidas foram sentidos com mais intensidade nos primeiros anos de sua aplicação, período que concentrou o maior número de adesões por parte das empresas (1997/98).
- A implantação de regimes fiscais diferenciados e favoráveis às MPes no âmbito dos governos estaduais. Por exemplo, no estado de São Paulo, as MPes contribuintes do ICMS puderam se beneficiar do SIMPLES Paulista, que previa isenção de imposto estadual (ICMS) para empresas com faturamento até R\$ 150 mil/ano e alíquotas progressivas para empresas com faturamento até R\$ 1,2 milhão/ano⁵, instituído pela lei estadual 10.086 de 19/11/98. A exemplo do SIMPLES Federal, seus efeitos foram mais sentidos nos primeiros anos de sua aplicação (1999/00).
- A implantação de regimes fiscais diferenciados para MPes no âmbito de vários governos municipais⁶.
- A criação do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Federal nº 9.841, de 5 de outubro de 1999),

³ Alterada posteriormente pela Lei Federal nº 11.196, de 21.11.2005, que atualizou o limite máximo de receita bruta anual das empresas, passando de R\$ 1,2 milhão/ano para R\$ 2,4 milhão/ano.

⁴ Ver em SEBRAE-SP (1998), "O SIMPLES nas MPes Paulistas em 1998".

⁵ Atualizado pela Lei Estadual nº 12.186, de 5/1/2006, que atualizou o limite de receita bruta anual das empresas, respectivamente de R\$ 150 mil/ano para até R\$ 240 mil/ano no caso das microempresas e de R\$ 1,2 milhão/ano para até R\$ 2,4 milhões/ano no caso das pequenas empresas.

⁶ Um exemplo foi a implantação do SIMPLES municipal da cidade de São Paulo, por meio da Lei Municipal nº. 12.666, de 22 de Maio de 1998, que dispõe sobre a adesão do município ao SIMPLES federal.

que dispõe sobre o tratamento jurídico diferenciado e simplificado para empresas com faturamento anual até R\$ 1,2 milhão/ano, previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal⁷.

- A implantação do Programa de Recuperação Fiscal (Refis), com o objetivo de regularizar os débitos em atraso das empresas referentes aos tributos e contribuições administrados pela Secretaria da Receita Federal e Instituto Nacional do Seguro Social. O programa foi lançado pela Medida Provisória 1.923 de 5/10/99, cuja redação sofreu várias alterações, até a regulamentação pelo Decreto 3.342 de 25/1/00. Posteriormente foram lançadas novas versões desse programa.
- O crescimento dos programas de microcrédito em todo país. No estado de São Paulo, o Banco do Povo Paulista foi criado em 1998. O programa tem como objetivo oferecer crédito a empreendedores que não teriam acesso a financiamento no sistema bancário convencional. No âmbito nacional, o governo federal criou, por meio da Resolução do Banco Central no. 3.109, de 24/7/2003, um amplo programa de microcrédito, posteriormente transformado no Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO)⁸.
- A ampliação da capacitação de empreendedores e candidatos a empreendedores, por meio de programas específicos do Sistema SEBRAE-SP (ex. programas de televisão, programas de rádio, produtos de orientação empresarial e cursos

⁷ Atualizado pelo Decreto nº 5.028, de 31.3.2004, que reajustou o limite de receita bruta anual das empresas, de acordo com os índices de inflação acumulados no período, passando de R\$ 1,2 milhão/ano para R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais) de faturamento/ano. O efeito prático do Estatuto é que, junto com os artigos nº 170 e 179 da Constituição Brasileira, tornou-se uma das principais referências jurídicas para fundamentar novas ações de apoio às micro e pequenas empresas.

⁸ O Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) foi criado por meio da Medida Provisória nº 226, de 29 de novembro de 2004, convertida posteriormente na Lei Federal nº 11.110 de 2005.

gratuitos disponíveis na Internet, programas de estímulo do empreendedorismo nas escolas e universidades e ampliação dos postos de atendimento).

- O esforço de elaboração e aprovação da Lei Geral da micro e pequena empresa, considerada o novo Estatuto nacional das MPes. Trata-se da Lei complementar nº. 123, de 14/12/2006, que propõe um amplo leque de ações diferenciadas e favoráveis às MPes, nos campos de: unificação dos regimes de impostos federais, estaduais e municipais para MPes; desoneração tributária das exportações de MPes; dispensa de algumas obrigações trabalhistas; simplificação do processo de abertura e encerramento de empresas; facilitação no acesso ao crédito e aos serviços de inovação tecnológica; preferência nas compras governamentais; e incentivo ao associativismo e à formação de consórcios de MPes. Devido ao pouco tempo de sua aprovação, a Lei Geral não foi ainda totalmente regulamentada, devendo seus benefícios serem sentidos na sua plenitude apenas ao longo dos próximos anos, uma vez que parte da lei é de aplicação imediata e parte requer regulamentação adicional no nível dos estados e municípios.

Assim, algumas medidas citadas de apoio às MPes foram implantadas apenas no período mais recente (exemplo: massificação das ações do SEBRAE-SP e aprovação da Lei Geral das MPes), sendo que seus resultados não puderam ser ainda totalmente mensurados. Outras medidas, tais como a expansão do crédito, devem ainda continuar gerando efeitos positivos sobre as MPes nos próximos anos.

Destaque-se que mesmo as medidas mais antigas citadas anteriormente, como a implantação do SIMPLES Federal (1996) e do SIMPLES Estadual (1998), tiveram seus efeitos positivos dispersos em um espaço de tempo de até dois ou três anos após sua criação. Dessa forma, as empresas abertas nos últimos anos vêm encontrando políticas de apoio mais interessantes do que

no período anterior. Assim, aparentemente, a melhora do ambiente econômico e a ampliação das medidas de apoio aos pequenos negócios tendem a contribuir para a redução das taxas de mortalidade das empresas, dados que serão analisados com mais detalhe nos próximos capítulos.

CAPÍTULO

2

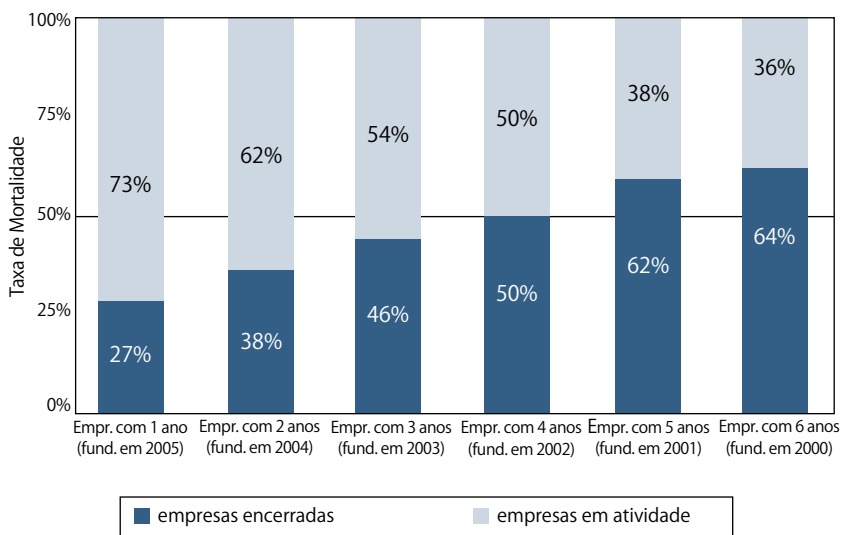
A taxa de mortalidade das empresas registradas na JUCESP (2000/2005)

Há dez anos, o SEBRAE-SP realiza a atualização do seu estudo sobre mortalidade de empresas. Com base na mesma metodologia, a cada dois anos é realizado um novo rastreamento (busca)⁹ extensivo de empresas, a partir de uma amostra representativa de empresas recém-abertas, para o cálculo da taxa de mortalidade de empresas. Adicionalmente, são realizadas entrevistas com os sócios-proprietários para a identificação das causas do fechamento das empresas.

O último levantamento realizado pelo SEBRAE-SP indica que 27% das empresas fecham no primeiro ano, 38% encerram suas atividades até o segundo ano, 46% fecham antes do terceiro ano, 50% não concluem o quarto ano, 62% fecham até o quinto ano e 64% encerram suas atividades antes de completar seis anos de atividade (Figura 2.1).

⁹Para detalhes, consultar o Anexo I – Notas Metodológicas.

Figura 2.1 - Sobrevivência e mortalidade acumulada das empresas, Estado de São Paulo (rastreamento realizado em out./06 a mar./07)



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

CAPÍTULO

3

Dez anos de monitoramento da mortalidade de empresas (1995/2005)

Nos últimos dez anos, o SEBRAE-SP realizou cinco pesquisas sobre mortalidade de empresas, que envolveram o rastreamento pessoal dos sócios-proprietários e entrevistas. O trabalho de campo foi realizado a cada dois anos, sendo possível comparar os resultados dos diversos rastreamentos já realizados. No Quadro 3.1 encontra-se uma apresentação esquemática dos cinco rastreamentos já concluídos, discriminando os anos de constituições das empresas de cada amostra utilizada.

Quando colocados os resultados dos cinco estudos já realizados, lado a lado, é possível fazer uma avaliação da evolução comparativa das taxas de mortalidade, nos últimos dez anos (Figura 3.1).

Os dados da Figura 3.1 evidenciam uma tendência à queda das taxas de mortalidade, ao longo do tempo, para empresas com um, dois, três e quatro anos de atividade. Assim, por exemplo, para empresas com até um ano de atividade, a taxa de mortalidade cai de 35% no primeiro estudo (1998/99) para 27% no último estudo (2006/07). Embora seja visível a tendência de queda da taxa de mortalidade, no conjunto dos estudos, especificamente para empresas de até cinco anos, essa tendência parece ter sido revertida no último rastreamento. A taxa de mortalidade de empresas de até cinco anos caiu de 71% no estudo de 2000/01 para 56% no estudo de 2004/05 e voltou a crescer para 62% no estudo de 2006/07.

Quadro 3.1 - Perfil das amostras utilizadas nos estudos de mortalidade

Estudo (*)	1998/99	2000/01	2002/03	2004/05	2006/07	
Ano de constituição das empresas	1995	Empresa c/3 anos	Empresa c/5 anos			
	1996	Empresa c/2 anos	Empresa c/4 anos			
	1997	Empresa c/1 ano	Empresa c/3 anos	Empresa c/5 anos		
	1998		Empresa c/2 anos	Empresa c/4 anos		
	1999		Empresa c/1 ano	Empresa c/3 anos	Empresa c/5 anos	
	2000			Empresa c/2 anos	Empresa c/4 anos	Empresa c/6 anos
	2001			Empresa c/1 ano	Empresa c/3 anos	Empresa c/5 anos
	2002				Empresa c/2 anos	Empresa c/4 anos
	2003				Empresa c/1 ano	Empresa c/3 anos
	2004					Empresa c/2 ano
	2005					Empresa c/1 ano

Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

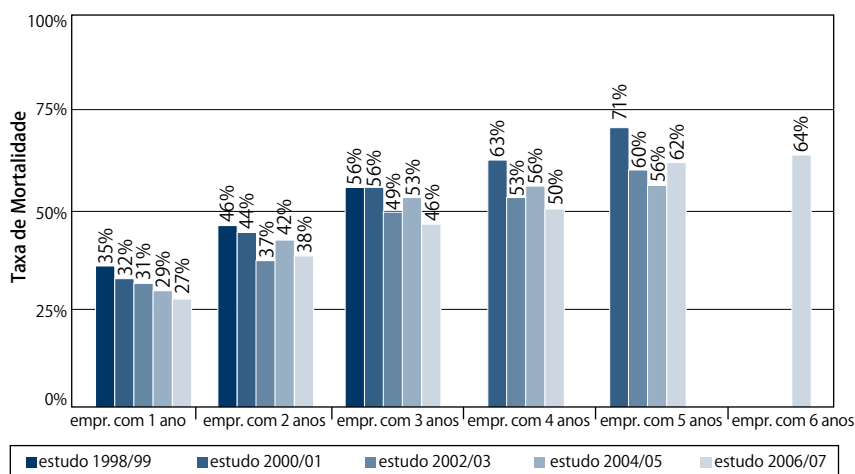
Nota: Empresas com um ano de atividade são aquelas constituídas entre janeiro e dezembro do ano "t" e rastreadas no último trimestre do ano seguinte ("t + 1")

Nota: (*) o rastreamento é feito no último trimestre do ano par, enquanto o seu resultado é divulgado no ano (ímpar) imediatamente seguinte (exceto neste último estudo, que teve sua divulgação feita em 2008)

A taxa de mortalidade para empresas com cinco anos diz respeito às empresas constituídas em 2001, ano em que a economia brasileira enfrentou um forte processo de desaceleração. Em 2000, segundo o IBGE, o produto interno bruto (PIB) *per capita* do Brasil havia registrado crescimento de 2,8%. Em 2001, o PIB *per capita* registrou variação de -0,2%. Diversos fatores contribuíram para esse fraco desempenho. Particularmente, em 2001, o cenário externo foi desfavorável à economia brasileira. O ambiente internacional era relativamente pessimista, por exemplo, com a divulgação de problemas nos balanços de grandes corporações. Nesse qua-

dro, ocorreu uma crise na economia argentina, que resultou em um pedido de moratória do pagamento da dívida externa desse País. A crise na Argentina, aliada ao cenário internacional pessimista, levou a uma forte saída de capitais nos países emergentes, entre eles o Brasil. Por sua vez, a escassez de dólares no mercado brasileiro resultou na desvalorização do real em relação ao dólar. A cotação do dólar passou de R\$ 1,83 em 2000 para R\$ 2,35 em 2001 e R\$ 2,92 em 2002 (Fonte: Banco Central do Brasil). Esse movimento foi acompanhado de aumento da inflação: o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), indicador do sistema de metas de inflação no País, registrou alta de 6% em 2000, 7,7% em 2001 e 12,5% em 2002 (Fonte: IBGE). Para conter o aumento nos preços, o Banco Central interrompeu o processo de redução dos juros básicos (taxa Selic), passando a elevar a taxa Selic. A taxa Selic média para 2000 foi de 17,5% ao ano. Em 2001 o valor médio para a taxa Selic foi de 17,6% e em 2002 foi de 20,1% (Fonte: Banco Central do Brasil).

Figura 3.1 - Comparação de taxas: estudos anteriores vs estudo atual



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Em paralelo, o País sofreu um processo de racionamento de energia elétrica. O racionamento pode ter afetado o nível de ati-

vidade da economia no curto prazo e também reduzido o nível de investimentos, num período mais longo de tempo.

Mesmo que a perda de dinamismo da atividade econômica não tenha levado diretamente as empresas constituídas em 2001 ao fechamento, esse processo pode ter prejudicado a saúde financeira das novas empresas, ao longo do tempo, por exemplo, devido à contenção do crescimento da demanda agregada (consumo e investimentos) na economia. Em parte, esse fenômeno evidencia o impacto potencial que o nível de atividade da economia pode exercer sobre a sobrevivência dos negócios recém-abertos. Mas as razões para esse desempenho fraco das empresas não se limitam apenas à conjuntura adversa. Evidenciou-se no último estudo que problemas de gestão empresarial se ampliaram contribuindo também para esse resultado. Antes, porém, de abordar essa discussão, é importante destacar as razões da tendência positiva de redução da mortalidade até o quarto ano de atividade.

De forma resumida, comparativamente às pesquisas anteriores, evidenciou-se nos últimos tempos um conjunto de fatores que contribuíram para a melhora em termos de sobrevivência de empresas. Entre esses fatores, vale a pena destacar:

- **Melhorou o ambiente dos negócios:** conforme apresentado no primeiro capítulo, diversos fatores econômicos e institucionais permitiram uma melhora no ambiente de negócios, tais como a redução das taxas de juros, a ampliação da oferta de crédito para o consumo, a manutenção da inflação sob controle, a recuperação recente do rendimento real dos trabalhadores, assim como a adoção de novas leis que vêm permitindo aperfeiçoar o tratamento diferenciado e favorável aos pequenos negócios, conforme prevê a Constituição Brasileira (exemplos: SIMPLES Federal, SIMPLES estaduais, Estatuto, Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, etc.)
- **Melhorou o perfil dos empresários:** houve um aumento da escolaridade; aumentou a proporção de “empreende-

dores por oportunidade”; aumentou a procura por auxílio nas entidades de apoio às empresas; aumentou a procura dos empresários por cursos; e aumentou a participação dos empresários em reuniões de entidades e em ações em conjunto com outras empresas;

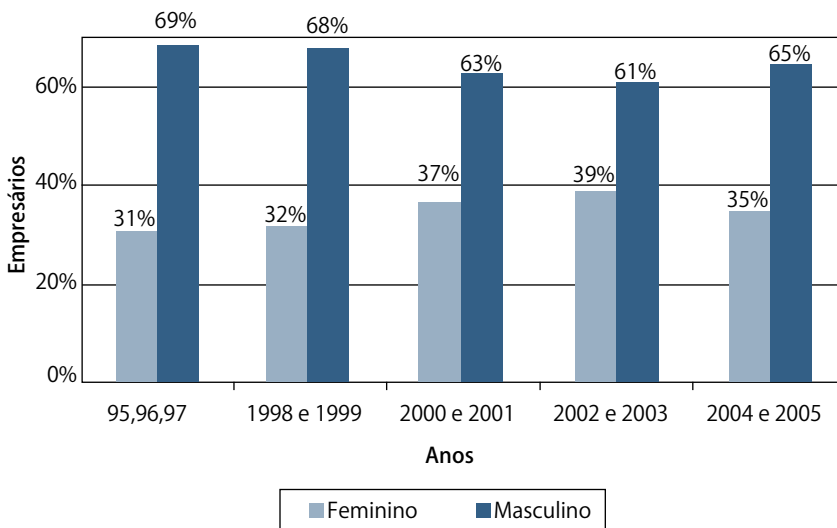
- **Melhorou o perfil das empresas:** diminuiu a proporção de novas empresas no setor do comércio, onde tradicionalmente é maior a mortalidade de empresas devido à elevada concorrência no setor; ampliou-se a proporção de empresas do tipo “sociedade” *vis-à-vis* as empresas “individuais” (naquele primeiro tipo há tradicionalmente uma divisão de tarefas, o que reduz a sobrecarga de cada dono); aumentou a proporção de empresas que vendem aos governos federal, estadual e municipal;
- **Melhorou o planejamento prévio (mas não a gestão empresarial):** como será apresentado com mais detalhe nos próximos capítulos, identificou-se no último levantamento um aumento no tempo médio de planejamento das empresas, antes da sua abertura, assim como a qualidade do planejamento, com uma maior proporção de empresários realizando levantamento maior de informações sobre os principais itens do seu “plano de negócios”. Vale destacar aqui que a despeito da melhora identificada na etapa do planejamento, os itens de gestão empresarial analisados (exemplo: controle do fluxo de caixa e desenvolvimento de produtos) apresentou níveis de deficiência equivalentes às pesquisas anteriores.

As mudanças citadas nos tópicos acima (perfil dos empresários, das empresas e o planejamento prévio) serão apresentadas com maior detalhamento nos próximos capítulos. Porém, desde já, vale a pena destacar a evolução do perfil dos empreendedores entrevistados, com respeito a algumas características básicas, tais como gênero, idade e escolaridade.

Conforme exposto na Figura 3.2, levando em conta o perfil dos entrevistados nos 5 estudos já realizados (apenas as em-

presas mais novas de cada amostra – com até 1 ano de constituição), verificamos uma tendência de crescimento da participação dos empreendedores do gênero feminino, que passou de uma proporção de 31% no primeiro estudo, chegando até 39% no quarto estudo, tendo no último trabalho retornado para 35% do total dos entrevistados. O aumento da participação do público feminino nos quatro primeiros estudos segue uma tendência geral, já identificada por órgãos como o IBGE, de maior inserção das mulheres em todos os tipos de ocupações no mercado de trabalho. A redução no último estudo, em parte, pode estar associada a uma melhora da economia brasileira, que abrindo maior número de vagas de emprego pode ter contribuído para reduzir a entrada de mulheres como proprietárias de novos empreendimentos.

Figura 3.2 - Distribuição dos empreendedores(as) entrevistados(as) por gênero (empresas com até 1 ano de constituição)

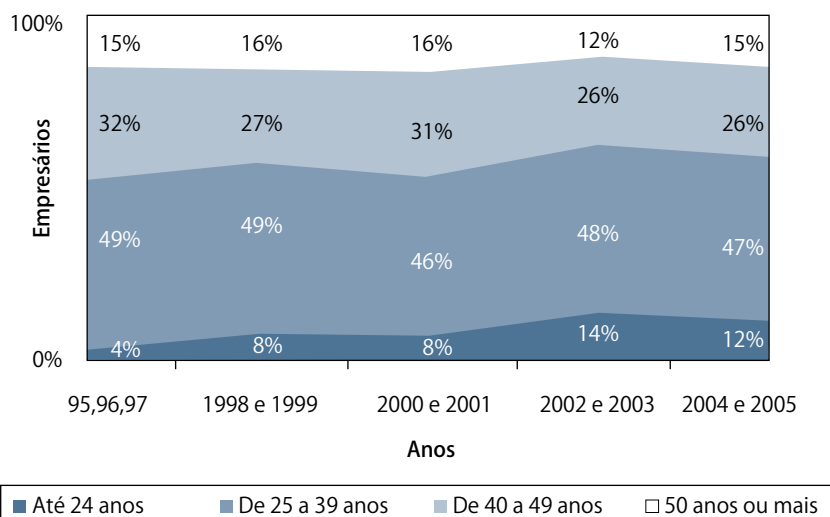


Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Em termos de idade, verificou-se que a média dos empreendedores entrevistados manteve-se relativamente estável, em torno de 39 anos. Porém, levando em consideração a distribuição dos mesmos por faixa etária, é visível a tendência de

expansão dos empreendedores na faixa etária mais jovem, com até 24 anos, que se expande concomitantemente a uma acomodação das demais faixas etárias (Figura 3.3)¹⁰.

Figura 3.3 - Distribuição dos empreendedores(as) entrevistados(as) por faixa etária (empresas com até 1 ano de constituição)

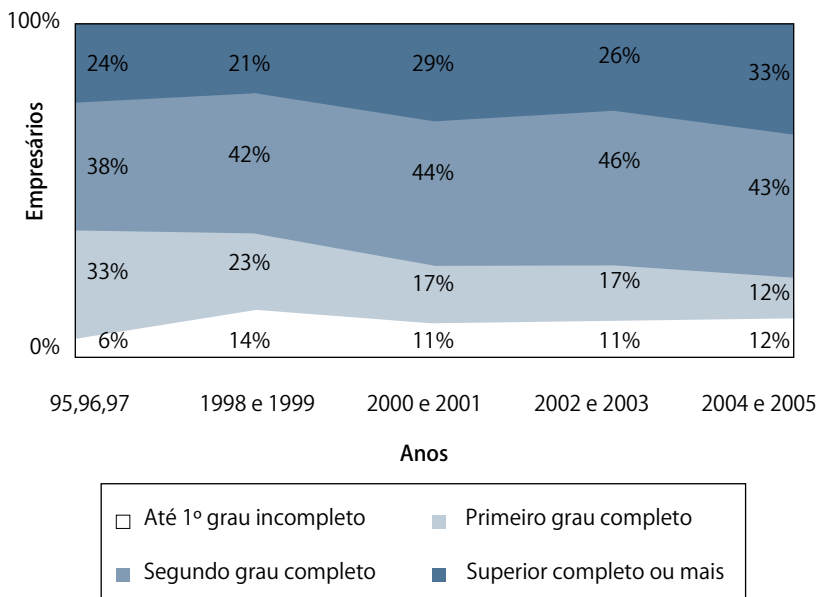


Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Com respeito à escolaridade dos empreendedores entrevistados, essa é uma das variáveis com maior alteração no período analisado (Figura 3.4). A participação dos empreendedores com nível superior ou mais cresce quase que continuamente no período, concomitantemente à redução da participação dos que têm somente o primeiro grau completo. Ao somar as participações das duas faixas de escolaridade mais elevadas (segundo grau completo com superior completo ou mais), essa participação passa do nível de 62% no primeiro estudo, para 63%, 73%, 72% e 76% respectivamente nos estudos seguintes. Vale ressaltar que esse aumento da escolaridade pode ter contribuído para a redução da taxa de mortalidade das empresas recém-abertas.

¹⁰As comparações ano a ano podem gerar resultados menos "estáveis". Por exemplo, especificamente no ano de 2005, verificou-se um crescimento das faixas etárias de 40 a 49 anos e 50 anos ou mais.

Figura 3.4 - Distribuição dos empreendedores(as) entrevistados(as) por faixa de escolaridade (empresas com até 1 ano de constituição)



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

CAPÍTULO

4

Evolução recente do perfil dos empresários e das empresas JUCESP

A queda na taxa de mortalidade de empresas está intimamente relacionada à melhora do perfil dos empresários, das empresas e do ambiente onde operam. Essa melhora pode ser constatada com mais facilidade quando é realizada a comparação entre empresas constituídas em 2000 e as constituídas em 2005 (último ano de constituições analisado neste estudo)¹¹.

Em termos do perfil do empresário, por exemplo, nas empresas constituídas em 2000, cerca de 70% possuíam segundo grau ou mais, ao passo que nas constituídas em 2005, essa proporção subiu para 78% dos empresários (Tabela 4.1)¹².

A proporção dos empreendedores por oportunidade também se expandiu de 60% para 69% dos empresários. A proatividade dos empresários também aumentou e pode ser expressa por meio de vários indicadores. Por exemplo, a participação em cursos (que subiu de 35% para 41% dos empresários), a procura do apoio do SEBRAE-SP (que subiu de 17% para 21% dos empresários), a participação em reuniões de empresários do mesmo setor, em seminários ou ações organizadas por en-

¹¹Vale observar que os questionários utilizados ao longo dos dez anos de estudo sofreram algumas modificações, o que dificulta comparações de certas variáveis de análise por períodos mais longos do que 2000 a 2005. Nessa seção, priorizou-se então a análise das variáveis e dos períodos que permitem maior comparabilidade.

¹²De acordo com a PNAD do IBGE, entre 2001 e 2006, os empregadores passaram de uma média de 10,2 anos de estudo para 10,6 anos de estudo em média, enquanto os conta própria passaram de 7,2 anos para 7,8 anos de estudo em média.

tidades do setor (que subiu de 12% para 17%) e a realização de ações em conjunto com outras empresas do mesmo ramo, em busca de maior competitividade do grupo (que subiu de 3% para 13%). Em que pese parte das diferenças encontradas estarem ainda dentro das margens de erro da pesquisa, a evolução positiva de todas as variáveis de análise permite inferir que há uma tendência de melhora no perfil dos empresários, ao longo do período 2000/2005.

Tabela 4.1 - Perfil dos empresários de empresas constituídas em 2000 e em 2005

Perfil do Empresário	Empresas constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Empresas constituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)
Escolaridade	70% têm 2º grau ou +	78% têm 2º grau ou +
Empreendedores por oportunidade	60%	69%
Participou de cursos	35% (*)	41%
Procurou o SEBRAE-SP	17%	21%
Participou de reuniões/sem./ações com entidades	12%	17%
Ações com outras empresas	3%	13%

Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Nota: (*) Média de empresas constituídas em 2004, entrevistadas em 2006

Na comparação entre as empresas constituídas em 2000 e as constituídas em 2005, verifica-se uma redução na proporção de empresas do comércio e um aumento nas proporções de serviços e indústria (Tabela 4.2). Ao longo dos dez anos de estudo sistematicamente as empresas do comércio apresentaram maior taxa de mortalidade. Em parte, isso se deve à maior concorrência das empresas nesse setor. Com a queda da proporção de empresas comerciais, no grupo das empresas recém-abertas, possivelmente isso também contribuiu para uma redução nas taxas de mortalidade no período mais recente.

Uma maior proporção de empresas do tipo sociedade também deve ter exercido o mesmo efeito de redução nas taxas

de mortalidade. Historicamente, a proporção de fechamento é maior nas empresas individuais. Em parte, isso parece estar associado ao fato de que a presença de sócios permite uma maior divisão do trabalho, maiores fontes de recursos, melhores decisões e melhores avaliações sobre os riscos das estratégias adotadas.

Tabela 4.2 - Perfil das empresas constituídas em 2000 e em 2005

Perfil da Empresa	Empresas constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Empresas constituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)
Tipo de empresa	48% sociedade 52% individual	50% sociedade 50% individual
Setor de atividade	64% Comércio 28% Serviços 8% Indústria	50% Comércio 39% Serviços 10% Indústria

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

No tocante ao ambiente de negócios (Tabela 4.3), além dos avanços em termos de legislação para o setor de MPes e da melhora da macroeconomia, em particular a partir de 2005, fato citado nos capítulos anteriores, vale a pena observar que aumentou a proporção de vendas de empresas recém-abertas para o governo (de 10% em 2000 para 13% das empresas pesquisadas), assim como a proporção de recém-abertas que tiveram acesso a empréstimos no período de abertura do negócio (de 6% das empresas em 2000 para 15% das empresas em 2005)¹³. As vendas ao governo significam maiores volumes de vendas e menor risco de inadimplência. Por sua vez, a escassez de recursos próprios sempre se constituiu em barreiras à entrada e o maior acesso ao crédito (mesmo que em proporções ainda limitadas) parece estar permitindo uma melhora da capitalização dos novos negócios.

¹³No tocante ao acesso aos empréstimos bancários, após a abertura, o índice se mostrou o mesmo nos dois grupos de empresas (28%).

Tabela 4.3 – Ambiente de negócios em 2000 e em 2005

Ambiente de negócios	Empresas constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Empresas constituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)
Melhora na macroeconomia	Crescimento do PIB, estabilidade de preços, recuperação da renda do trabalhador, oferta de crédito para consumo etc.	
Vendas para o governo	10%	13%
Empréstimo em bancos (pré-abertura)	6%	15%
Empréstimo em bancos (após abertura)	28%	28%

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

No aspecto do planejamento (Tabela 4.4), verificou-se um aumento do período dedicado pelos empresários a esta atividade, antes da efetiva abertura do negócio, passando de sete meses para 12 meses no levantamento e sistematização de informações. No questionário utilizado nas entrevistas, abordaram-se também sete itens que constituem a “espinha dorsal” de um plano de negócio. Os itens analisados foram: condições dos fornecedores, número de concorrentes, número de clientes e hábitos de consumo, qualificação da mão-de-obra, aspectos legais do negócio, localização e valor do investimento. Levando em consideração esses sete itens, verificou-se que 53% das empresas constituídas em 2000 conheciam ou levantaram informações antes da abertura do negócio. Já nas empresas constituídas em 2005, 69% das empresas conheciam esses itens ou levantaram informações antes da abertura do negócio.

Tabela 4.4 – Perfil do planejamento das empresas constituídas em 2000 e em 2005

Planejamento	Empresas constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Empresas constituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)
Planejamento antes de abrir (média)	7 meses	12 meses
Índice médio de itens planejados (*)	53% (média de 7 itens)	69% (média de 7 itens)

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

(*) Média de sete itens de planejamento (qualificação de mão-de-obra, número de clientes e hábitos de consumo, número de concorrentes, localização, aspectos legais do negócio, condições dos fornecedores e valor do investimento)

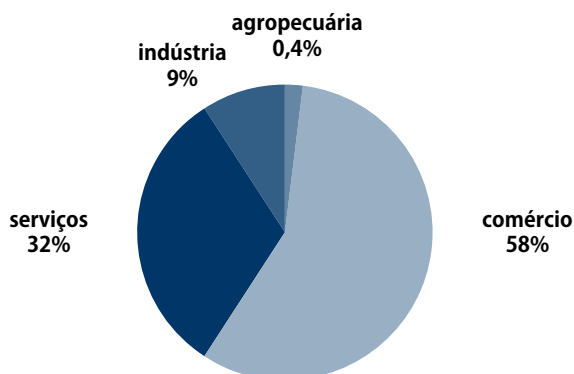
CAPÍTULO

5

Características das empresas registradas na JUCESP

Este capítulo apresenta um perfil do conjunto das empresas participantes do estudo, abertas entre 2000 e 2005. Nesse período, em média, o número de novas firmas individuais e sociedades limitadas registradas na JUCESP foi da ordem de 128 mil ao ano. Em termos setoriais, verificou-se que 58% eram empresas comerciais, 32% empresas de serviços, 9% empresas industriais e 0,4% empresas agropecuárias (Figura 5.1)¹⁴.

Figura 5.1 - Empresas registradas na JUCESP, entre 2000 e 2005, por setor de atividade



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

¹⁴As empresas de serviços e da agropecuária tendem a estar sub-representadas pelos registros da JUCESP. Muitas empresas de serviços são registradas apenas como sociedades civis nos Cartórios de Registros de Títulos e Documentos das Pessoas Jurídicas. Os produtores rurais, mesmo exercendo atividades agropecuárias com fins comerciais, não são obrigados a registrar-se na JUCESP, bastando o registro na Secretaria Estadual da Fazenda

Os principais segmentos de atividade a que pertencem as empresas abertas no período 2000/2005 são bastante semelhantes aos das empresas já existentes. Há forte presença de MPÉs em atividades voltadas ao atendimento das necessidades básicas da população, tais como alimentação, vestuário e habitação.

No setor de comércio sobressaem os comércios varejistas do vestuário, de material de construção e material de escritório (inclusive de informática). No setor de serviços, a maior incidência é no segmento de alojamento e alimentação (que engloba bares, restaurantes, lanchonetes, hotéis e pensões) e os serviços de assessoria às empresas (ex. contadores, consultoria empresarial, serviços de engenharia e arquitetura). Já no setor industrial, a maior proporção de novos negócios encontra-se na indústria de confecções, na construção civil (com destaque para o segmento de edificações e os serviços auxiliares da construção) e na indústria de alimentos e bebidas (Quadro 5.1).

Quadro 5.1 - Segmentos de atividade com maior número de registro na JUCESP, entre 1999 e 2003 (por ordem de importância)

COMÉRCIO	SERVIÇOS	INDÚSTRIA
Vestuário	Alojamento e alimentação	Confecções
Material de construção	Assessorias às empresas	Construção civil
Material de escritório e informática	Transporte Terrestre	Alimentos e bebidas
Autopeças	Atividades de informática	Edição e gráfica
Mlmercados e mercearias	Serviços pessoais	Máquinas e equipamentos
Móveis e iluminação	Atividades recreativas e culturais	Metalurgia (exceto equipamentos)
Livros, jornais, revistas e papelaria	Atividades auxiliares da intermediação financeira	Móveis e diversos
Farmácias e perfumarias	Atividades de transporte e agências de viagem	Têxtil

Fonte: Observatório das MPÉs do SEBRAE-SP

Na comparação com o perfil de atividades encontrado na edição anterior da pesquisa anterior, nota-se uma forte manutenção das principais atividades, dentro de cada setor. No comércio, en-

tre as novidades, destacam-se as atividades de varejo de móveis e iluminação e livros, jornais, revistas e papelaria, que subiram uma posição em relação ao *ranking* do estudo anterior. Nos serviços, os serviços pessoais (ex. manutenção de eletrodomésticos e cabeleireiros) também subiram uma posição. Na indústria, a indústria da construção civil perdeu a primeira colocação para a indústria de confecções e subiram mais uma posição no *ranking* as indústrias de alimentos e bebidas e de máquinas e equipamentos. Essas mesmas atividades que galgaram uma posição no *ranking* em comparação à pesquisa anterior (de 2005), já haviam subido uma posição naquele estudo, ante o estudo de 2003. Isso mostra um crescimento consistente dessas atividades sobre o conjunto das demais atividades aqui apresentadas.

Em termos de ocupação anterior (Tabela 5.1), na média do período de 2000 a 2005, verifica-se que 31% das pessoas que abriram sua empresa nesse período encontravam-se ocupadas como empregados em empresas privadas. Trata-se de indivíduos que deliberadamente optaram por deixar seu emprego e abrir seu próprio negócio.

Tabela 5.1 – Ocupação anterior das pessoas que abriram sua empresa na JUCESP, entre 2000 e 2005

OCUPAÇÕES	Média 2000/2003	2004	2005	Média 2000/2005
Empregado (empresa privada)	33%	27%	31%	31%
Desempregado	26%	22%	28%	26%
Autônomo	18%	24%	20%	20%
Proprietário (outra empresa)	10%	16%	10%	12%
Funcionário público	3%	2%	3%	3%
Aposentado	2%	2%	2%	2%
Dona de casa	2%	2%	2%	2%
Estudante/estagiário(a)	2%	1%	1%	1%
Outros (*)	4%	3%	3%	4%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

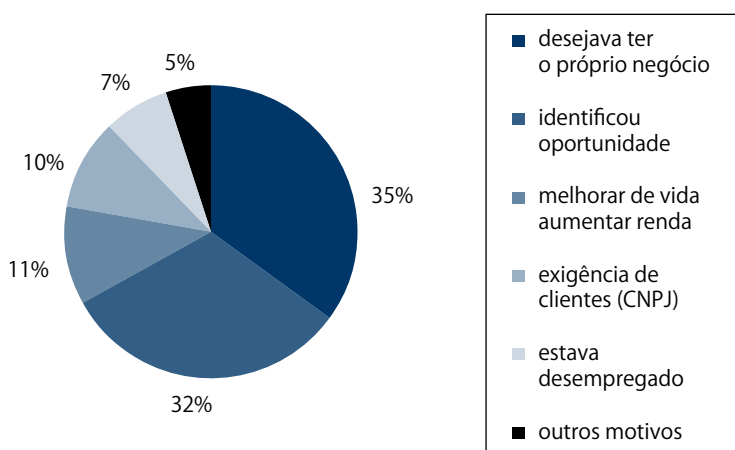
O segundo tipo de ocupação mais citado foi o desempregado, com 26% das respostas. Trata-se de um tipo de empreendedor que, em geral, encontra na abertura de seu negócio uma alternativa para gerar sua própria ocupação, diante das dificuldades de encontrar uma posição no mercado de trabalho.

O terceiro tipo de ocupação mais citado foi o autônomo, com 20% das respostas. Trata-se daqueles indivíduos que, em geral, trabalham como pessoas físicas prestadoras de serviços, e que registram uma empresa para passar a atuar como pessoas jurídicas formalmente constituídas, em geral, mantendo a mesma atividade. Há grande heterogeneidade nesse grupo de pessoas, abrangendo desde profissionais liberais de alta qualificação a empreendedores informais.

Entre as demais ocupações prévias citadas, pela ordem, aparecem: 12% de proprietários de outras empresas, 3% de funcionários públicos, 2% de aposentados, 2% de donas de casa, 1% de estudantes e 4% de outros tipos de ocupações.

O perfil de ocupação anterior manteve-se relativamente estável ao longo de toda a década de estudos realizados pelo SEBRAE-SP, o que indica ser esta uma característica estrutural do perfil dos que registram suas empresas na JUCESP.

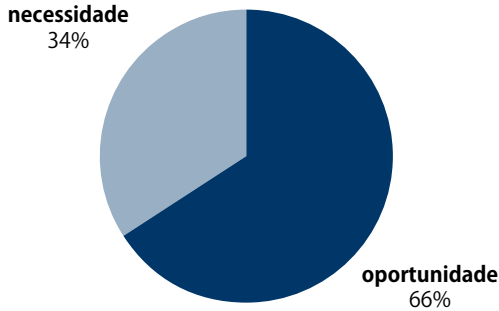
Figura 5.2 – Principal motivo que levou o empresário a abrir sua empresa, entre 2000 e 2005



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Entre os motivos que levaram à abertura da empresa (Figura 5.2), cerca de 35% citam como principal motivo o desejo de ter o próprio negócio, 32% o fato de ter identificado uma oportunidade, 11% desejavam melhorar de vida (aumentar a sua renda pessoal), 10% alegaram a exigência de clientes (ter CNPJ), 7% citaram o desemprego e 5% responderam outros motivos. Posteriormente, foi solicitado aos entrevistados que classificassem suas respostas entre duas opções: “abriu por oportunidade” e “abriu por necessidade”¹⁵. Como resultado, em média, 66% dos entrevistados se classificaram como “oportunidade” e 34% como “necessidade” (Figura 5.3). Comparativamente ao estudo anterior houve aumento da proporção de “oportunidade” (o estudo anterior registrou 57%) e queda na proporção de “necessidade” (o estudo anterior registrou 43%).

Figura 5.3 – Alternativa que melhor descreve o principal motivo que levou à abertura da empresa (média dos que abriram entre 2000 e 2005)



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

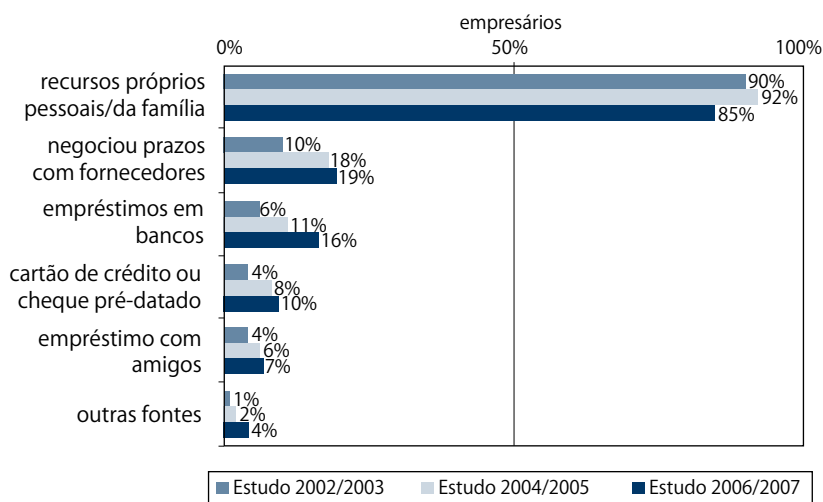
Entre as fontes de recursos utilizadas para montar o negócio (Figura 5.4), 85% citaram ter feito uso de recursos próprios (poupança pessoal ou de familiares), 19% negociaram prazos com fornecedores, 16% obtiveram empréstimos em bancos, 10% uti-

¹⁵A definição utilizada na pesquisa foi inspirada no conceito de empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade, do estudo Empreendedorismo no Brasil, do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). No estudo GEM os empreendedores por oportunidade “são motivados pela percepção de uma opção rentável de negócio” e os empreendedores por necessidade “são motivados pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda”. Vide Greco *et al.*, 2006.

lizeram cartão de crédito ou cheques pré-datados, 7% recorreram a empréstimos com amigos e 4% utilizaram outras fontes de recursos.

Comparativamente aos estudos anteriores, verifica-se que apesar dos recursos próprios continuarem sendo destacadamente a principal fonte de recurso utilizada, as demais opções de financiamento têm crescido em proporção, inclusive os empréstimos bancários. Esse movimento é compatível com o crescimento da oferta de crédito que a economia brasileira vem experimentando ao longo dos últimos anos (citado no capítulo 1).

Figura 5.4 – Principais fontes de recursos utilizadas para montar a empresa



Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

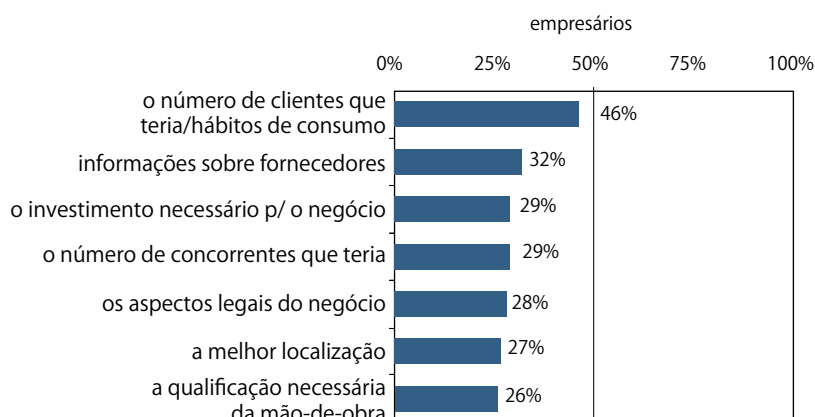
Antes da abertura da empresa, a maioria dos empresários desconhecia informações de grande importância sobre seu negócio. No período anterior à abertura (Figura 5.5), 46% desconheciam o número de clientes que teriam e seus hábitos de consumo, 32% não conheciam quem seriam seus fornecedores ou como eles trabalhavam em termos de preços e prazos de pagamento, 29% não sabiam qual seria o valor do investimento e os custos envolvidos para abrir e manter seu

negócio, 29% não tinham conhecimento sobre o número de concorrentes que sua empresa teria que enfrentar, 28% não levantaram informações sobre os aspectos legais, 27% ignoravam qual seria a melhor localização para o negócio e 26% não conheciam e não levantaram informações sobre a qualificação necessária da mão-de-obra.

Comparativamente ao estudo anterior, houve uma melhora significativa na avaliação desses itens. O desconhecimento e a falta de informação foram superiores em todos os quesitos avaliados na pesquisa anterior. Tomando a média dos sete itens analisados, verifica-se que, em média, 31% dos empresários deste estudo não conheciam e não levantaram informações sobre os itens básicos do plano de negócios, ao passo que no estudo anterior, em média, 46% dos empresários não conheciam e não levantaram informações sobre os itens básicos do plano de negócios.

Isso mostra que houve uma melhora no aspecto dos itens que compõem um planejamento antes da abertura. Porém, ainda assim, a parcela de empresários que abrem seu negócio sem levantar informações continua muito elevada (em média, um terço dos empresários). Outro aspecto a considerar é a qualidade desse planejamento, que nem sempre é muito boa.

Figura 5.5 – Falta de planejamento antes da abertura: empresários que não conheciam e não levantaram informações sobre ...



CAPÍTULO

6

Comparações: empresas encerradas vs empresas em atividade (JUCESP)

Neste capítulo, são apresentadas as principais diferenças encontradas entre as empresas que fecharam e as que permanecem em atividade. Essas diferenças podem ser constatadas em diversos aspectos, tais como: as características das empresas (p. ex. organização e escala); as características pessoais dos sócios-proprietários (ex. grau de escolaridade e experiência anterior); o grau e a qualidade do planejamento realizado antes da abertura do negócio e o perfil empreendedor, no tocante às atitudes dos proprietários de empresas.

Entre as empresas encerradas, as escalas de operações se mostram inferiores às encontradas nas empresas em atividade. Em média, verifica-se o dobro de pessoas ocupadas no grupo das empresas que sobreviveram (Tabela 6.1). A maior escala de operações tende a contribuir sob diversos aspectos para a sobrevivência; por exemplo, pode proporcionar custos médios mais baixos e melhor divisão e organização do trabalho. A maior proporção de empresas no formato sociedade, entre as sobreviventes, mostra que abrir o negócio com sócios que efetivamente ajudam a administrar a empresa permite uma maior e melhor divisão de trabalho, entre os próprios sócios, levando a um maior grau de organização das atividades de gestão e controle. Nas empresas onde há somente um proprietário, este tende a concentrar maior número de tarefas, o que prejudica o desempenho da empresa no conjunto de suas atividades.

Tabela 6.1 – Características das empresas abertas na JUCESP, entre 2000 e 2005

Características da empresa	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Média de pessoas ocupadas (1)	3,3 pessoas	6,8 pessoas
Tipo de constituição	52% individual 48% sociedade ltda.	49% individual 51% sociedade ltda.
Setores de atividade	61% comércio 31% serviços 8% indústria 0% agropecuária	56% comércio 33% serviços 11% indústria 1% agropecuária

Fonte: Observatório das MPES do SEBRAE-SP

Notas: (1) Inclusive sócios-proprietários

Em termos setoriais (Tabela 6.1), entre as empresas encerradas, verifica-se uma maior proporção de negócios abertos no setor comércio (principalmente varejista) e proporções menores nos serviços e na indústria, quando comparados ao grupo das sobreviventes. Vale observar que, no comércio varejista, em média, as empresas tendem a apresentar menor porte relativo e um maior número de concorrentes no mercado, principalmente, de empresas de porte semelhante, o que caracteriza esses mercados como concorrenciais.

Embora as diferenças percentuais sejam pequenas entre as empresas em atividade e encerradas, no tocante à constituição e setores de atividade, durante os dez anos de monitoramento, essas diferenças apareceram sistematicamente. Isso pode ser um sinal de que essas diferenças podem contribuir para explicar a mortalidade de empresas.

Com respeito às características dos donos (Tabela 6.2), verifica-se que a experiência anterior, no mesmo ramo, é mais elevada entre os donos das empresas em atividade (64%) do que entre as que encerraram suas atividades (46%). Entre os donos de empresas sobreviventes, a proporção dos que realizaram algum curso específico para melhorar o conhecimento sobre como administrar um negócio foi maior (41%) do que nas empresas encerradas (34%). O acesso a empréstimos bancários, ao contrário do verificado em estudos anteriores, desta vez, apresentou proporções muito próximas nos dois grupos de empresas (35% e 37%). Em parte, isso pode es-

tar associado à tendência de maior oferta de crédito na economia, nos últimos anos. É a proporção de ex-desempregados no grupo de sobreviventes (25%) também é inferior à verificada nas encerradas (32%). Isso evidencia que empreendedores com mais conhecimentos sobre o ramo, que buscam se capacitar em termos de habilidades de gestão empresarial e que vêm de uma posição mais estável no mercado de trabalho, tendem a ter melhor desempenho nos seus negócios. Vale observar que a situação de desemprego pode levar a decisões precipitadas e a falhas no planejamento do negócio. O desemprego muitas vezes está associado a uma situação de desespero, à necessidade de gerar rapidamente um meio de sobrevivência, podendo levar muitos candidatos a empreendedores a abrir um negócio sem o devido planejamento.

Tabela 6.2 – Características dos donos das empresas abertas na JUCESSP, entre 2000 e 2005

Características dos donos	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Experiência/conhecimento anterior (1)	46% sim	64% sim
Realizou algum curso (2)	34% sim	41% sim
Obteve empréstimo em banco	35% sim	37% sim
Estava desempregado antes de abrir	32% sim	25% sim
Participou de reuniões/ parcerias	16% sim	24% sim
Realizou vendas ao governo	6% sim	19% sim
Fez ações em conjunto c/ outras empresas	6% sim	15% sim

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Notas: (1) Principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo
(2) Curso de gestão empresarial

Adicionalmente, a proatividade também foi maior no grupo das sobreviventes, na medida em que 24% foram a reuniões organizadas por entidades (contra 16% nas encerradas), 19% realizaram vendas ao governo (contra 6% nas encerradas) e 15% realizaram ações em conjunto com outras empresas (contra 6% nas encerradas). Vale destacar que todos os índices aqui associados à proatividade subiram, em relação aos estudos realizados

anteriormente, evidenciando que, no seu conjunto, os empreendedores vêm melhorando o seu perfil nos últimos anos.

Em relação ao planejamento antes da abertura (Tabela 6.3), tomando apenas o grupo das empresas constituídas no ano de 2005, cujo monitoramento permite obter a taxa de mortalidade de empresas com até um ano de atividade, verifica-se que o tempo médio para a realização do planejamento foi muito superior no grupo das empresas sobreviventes (14,1 meses), se comparado ao do grupo de empresas encerradas (4 meses).

Tabela 6.3 – Características do planejamento - empresas abertas na JUCESP (2000/2005)

Planejamento	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Planejamento antes de abrir (1)	4 meses	14,1 meses
Índice médio de itens planejados (2)	65% (média de 7 itens)	70% (média de 7 itens)

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Notas: (1) Apenas empresas constituídas em 2005

(2) Média de sete itens de planejamento (qualificação da mão-de-obra, número de clientes e hábitos de consumo, número de concorrentes, localização, aspectos legais do negócio, condições dos fornecedores e valor do investimento)

Sete itens que são essenciais no planejamento prévio foram avaliados nessa pesquisa¹⁶. Para esses itens, em média, 70% das empresas em atividade buscaram informações ou já conheciam. No grupo das empresas encerradas, essa proporção cai para 65%. Em termos percentuais, esses resultados são equivalentes, devido à margem de erro da pesquisa. Esse resultado mostra que a falta do planejamento prévio é um problema que atinge os dois grupos de empresas, ou seja, parte não desprezível dos empreendedores dos dois grupos de empresas não faz planejamento antes da abertura. Não obstante isso, o fato do grupo dos sobreviventes ter despendido mais tempo no planejamento prévio pode ser uma indicação de que a qualidade do planejamento deste grupo de empresas foi superior. Em outras palavras, abrir a empresa com maior planejamento prévio (e não no afogadilho) parece ampliar as chances de sobrevivência do negócio.

No aspecto gestão empresarial (Tabela 6.4), pela primeira vez em dez anos de monitoramento, os dados das empresas sobreviventes

ficaram muito próximos dos dados das empresas encerradas. Em termos estatísticos são equivalentes. Esses resultados também não se alteraram significativamente quando comparados às pesquisas anteriores. Isso evidencia que a “gestão empresarial” pouco evoluiu no período, sendo um item que precisa ser aperfeiçoado nos dois grupos de empresas.

Tabela 6.4 – Características da gestão - empresas abertas na JUCESSP (2000/2005)

Gestão	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Sempre aperfeiçoou produtos	78% sim	79% sim
Sempre acompanhou receitas/despesas	75% sim	73% sim
Sempre fez propaganda/divulgação	31% sim	26% sim

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Com respeito ao comportamento empreendedor (Tabela 6.5), no estudo anterior as proporções das empresas sobreviventes foram superiores às verificadas nas empresas encerradas. Desta vez, os itens avaliados nesse quesito se mostraram muito próximos em termos de resultados, nos dois grupos de empresas.

As diferenças mais fortes entre os dois grupos de empresas foram verificadas nos itens “sempre planeja/monitora cada etapa do seu negócio”, “sempre se antecipa aos fatos” e “sempre busca intensamente informações”.

Em parte, esses resultados podem indicar que a diferença no comportamento empreendedor diminuiu entre os dois tipos de empresários, acompanhando a evolução positiva geral no perfil dos indivíduos que abriram empresas nos últimos anos (p. ex. com o aumento da escolaridade, da proatividade e da busca por maior capacitação e apoio em entidades que dão suporte às empresas).

Vale observar que, apesar das semelhanças de resultados em termos de comportamento empreendedor (Tabela 6.5), é maior

¹⁶ São eles: a qualificação da mão-de-obra, o número de clientes e hábitos de consumo, o número de concorrentes, a localização, os aspectos legais do negócio, as condições dos fornecedores e o valor do investimento.

no grupo das empresas sobreviventes a proporção dos que buscam realizar algum curso de gestão empresarial (ver Tabela 6.2). Em certo sentido, essa busca por uma maior qualificação expressa um diferencial de comportamento empreendedor sobre o grupo de empresas encerradas.

Tabela 6.5 – Comportamento empreendedor nas empresas abertas na JUCESP (2000/2005)

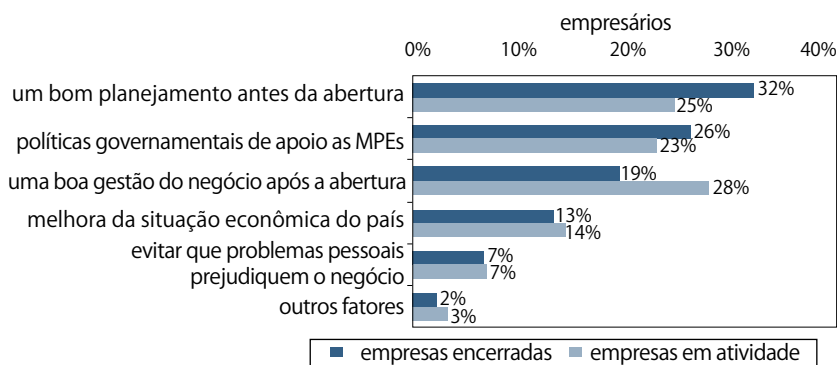
Comportamento empreendedor	Empresas encerradas	Empresas em atividade
SEMPRE acredita na sua capacidade	97%	97%
SEMPRE segue os objetivos (persistência)	92%	95%
SEMPRE busca qualidade e eficiência	93%	95%
SEMPRE contata clientes e parceiros	92%	92%
SEMPRE se “sacrifica” p/atingir objetivos	91%	91%
SEMPRE planeja/monitora cada etapa	74%	81%
SEMPRE busca intensamente informações	77%	78%
SEMPRE estabelece objetivos e metas	73%	76%
SEMPRE se antecipa aos fatos	68%	74%

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

A avaliação sobre os fatores mais importantes para a sobrevivência das empresas é diferente entre os dois grupos de empresas.

No grupo das empresas encerradas (Figura 6.1), um bom planejamento antes da abertura é o fator mais citado (32%), seguido pelas políticas governamentais de apoio aos pequenos negócios (26%) e uma boa gestão do negócio após a abertura (19%). Vale observar que o fato do planejamento prévio ser o item mais citado pelas empresas encerradas implica, de certa forma, um reconhecimento das próprias falhas cometidas por esse grupo de empreendedores.

Figura 6.1 – Fator mais importante para a sobrevivência das empresas (na avaliação dos entrevistados)



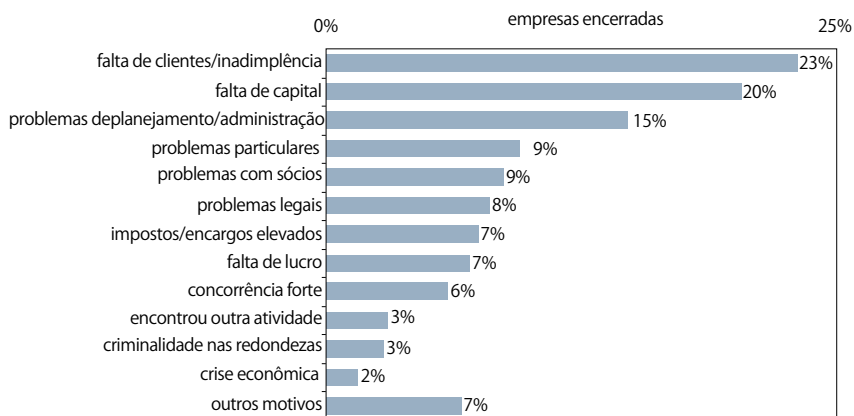
Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

No grupo das empresas em atividade (Figura 6.1), a hierarquia das respostas é diferente. Para 28% das empresas em atividade, o fator mais importante para a sobrevivência das empresas é uma boa gestão do negócio após a abertura, seguido do bom planejamento (25%) e das políticas governamentais de apoio (23%). Essa diferença reflete, em certa medida, a própria situação desse grupo de empresas, que aparentemente conseguiram ser mais bem sucedidas na gestão de seu negócio.

Quando os ex-proprietários foram questionados sobre os principais motivos que levaram ao fechamento do negócio, as principais respostas apresentadas foram (Figura 6.2): a falta de clientes/inadimplência (23%), a falta de capital (20%), problemas de planejamento/administração (15%), problemas particulares (9%), problemas com sócios (9%), problemas legais (8%), impostos e encargos elevados (7%), falta de lucro (7%) e a concorrência forte (6%). É importante destacar que esta auto-avaliação pode, na verdade, encobrir as verdadeiras causas do fechamento das empresas, visto que a maioria dos itens citados está associada a deficiências no planejamento e na gestão do empreendimento. Dessa forma, essa hierarquia de respostas tende a refletir mais a situação final a que chegou o negócio do que as efetivas causas do fechamento. Os empréstimos bancários foram o item mais citado (28%) como o que teria sido mais útil para evitar o fechamento da empresa,

seguido pela necessidade de consultoria empresarial (18%) e o apoio do governo, com 12% das respostas a essa questão (Figura 6.3). A análise do SEBRAE-SP sobre as causas do fechamento e do auxílio que seria útil para evitar o fechamento difere um pouco desse quadro, é apresentada no capítulo 8 deste livro.

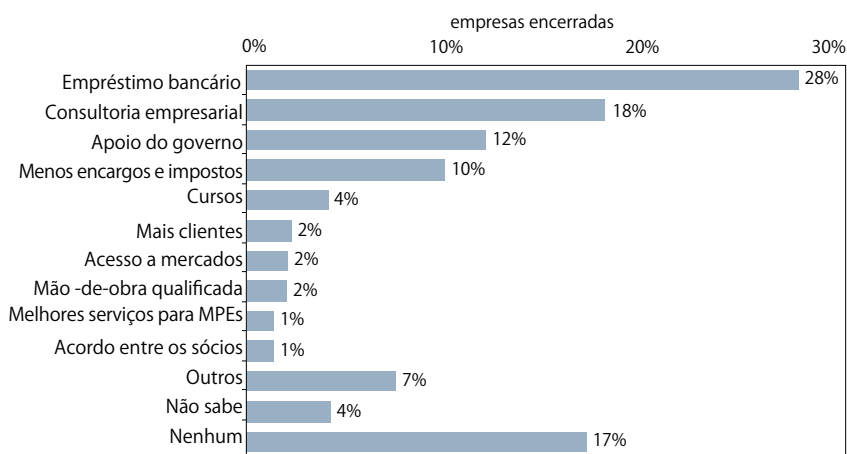
Figura 6.2 – Motivos “alegados” pelas empresas encerradas para o fechamento do negócio



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Nota: Os fatores apresentados na Figura 6.2 refletem a opinião dos ex-proprietários. A análise do Observatório das MPes sobre as causas do fechamento de empresas, que difere em parte desse quadro, está nos capítulos 8 e 11

Figura 6.3 – Auxílio que teria sido útil para evitar o fechamento



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Nota: As respostas apresentadas na Figura 6.3 refletem a opinião dos ex-proprietários. A análise do Observatório das MPes sobre o que pode ser útil para evitar o fechamento de empresas, que difere em parte desse quadro, está nos capítulos 8 e 11

A identificação das causas da mortalidade das empresas precisa ser feita a partir de uma perspectiva mais ampla. Assim, a partir da análise das informações apresentadas até aqui, é possível concluir que o fechamento das empresas não está associado a apenas um ou dois fatores principais. Ao contrário, freqüentemente está associado a um conjunto de fatores que, de forma cumulativa, podem ampliar as chances de fechamento. No capítulo 7 é feita uma análise do desempenho comparativo entre empresas clientes do SEBRAE-SP e a média do mercado. E no capítulo 8, é apresentada, de forma sistêmica, uma lista dos principais fatores considerados pelos autores deste trabalho como as causas (ou os fatores contribuintes) do fechamento das empresas com até 5 anos de atividade.

CAPÍTULO

7

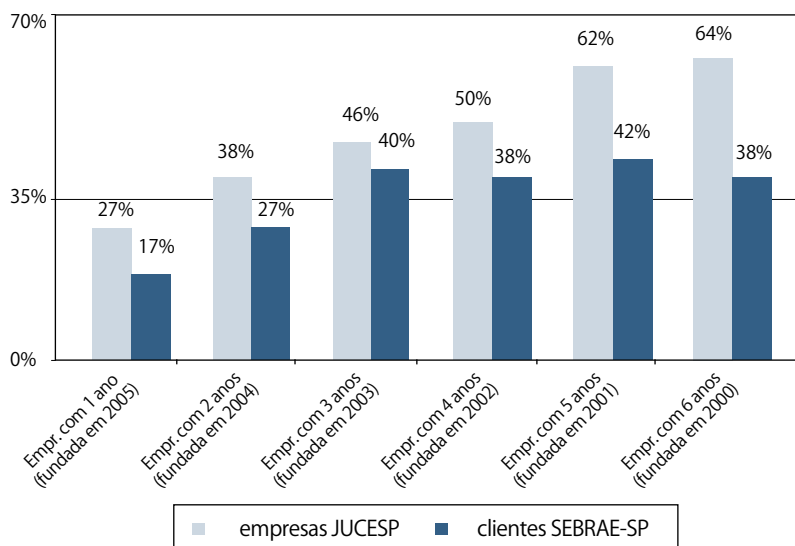
A taxa de mortalidade nas empresas clientes do SEBRAE-SP (2000/2005)

Seguindo a experiência do último estudo, pela segunda vez consecutiva, o trabalho levantou a taxa de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP. Para isso, foi utilizada uma amostra de empresas clientes (pessoas jurídicas) cuja constituição ocorreu no período de 2000 a 2005. Tal amostra foi selecionada a partir do cadastro de clientes desta instituição.

Foram consideradas como empresas clientes do SEBRAE-SP aquelas empresas com cadastro e que tenham participado de pelo menos um produto ou serviço (ex. treinamento/cursos, consultoria, bolsa de negócios, incubadoras de empresas, programas setoriais, etc.), sem considerar os atendimentos do serviço 0800 (atendimento telefônico gratuito) e os atendimentos do balcão de informações, que não geraram outros atendimentos, por serem estes últimos constituídos predominantemente para contatos preliminares, para o fornecimento de informações básicas.

A Figura 7.1 apresenta as taxas de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP e as taxas de mortalidade das empresas registradas na JUCESP. Por ela, verifica-se que, entre as empresas clientes do SEBRAE-SP, a mortalidade de empresas é de 17% nas empresas até um ano de atividade, 27% nas empresas até dois anos de atividade, 40% nas empresas até três anos, 38% nas empresas com até quatro anos, 42% nas empresas até cinco anos e 38% nas empresas até seis anos de atividade. Portanto, as taxas de mortalidade das empresas clientes SEBRAE-SP são sempre inferiores à média do mercado.

Figura 7.1 – Comparação entre as taxas de mortalidade das empresas registradas na JUCESP e das empresas clientes do SEBRAE-SP



Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

As taxas mais baixas de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP estão associadas a dois pontos principais. Em parte se devem ao perfil diferenciado deste grupo de empresas, em relação à média do mercado. E em parte, devido ao fato de que, ao se dirigirem ao SEBRAE-SP, conseguem aprimorar ainda mais o seu perfil empreendedor, por meio de cursos, consultoria ou outros serviços oferecidos por esta instituição.

Assim, por exemplo, um diferencial do perfil das empresas clientes do SEBRAE-SP é a maior escala de operações. Em média, 11,5 pessoas encontram-se ocupadas nas empresas clientes do SEBRAE-SP, ao passo que na média das empresas registradas na JUCESP este número cai para 6,2 pessoas (Tabela 7.1). A maior escala de operações também contribui para uma maior divisão e especialização do trabalho, permitindo também obter economias de escala (redução dos custos médios em decorrência de níveis mais elevados de produção). A proporção de empresas constituídas em sociedade é muito superior entre os clientes SEBRAE-SP (71%) quando comparado à média das empresas registradas na JUCESP (51%). No caso das pessoas jurídicas clientes do SEBRAE-SP, há ainda a presença de cooperativas e associações, que reúnem grupos de empreendedores com o mesmo perfil profissional e as mesmas necessidades e que apresentam maior grau de organização, atuando em favor de seus cooperados e/ou associados. Isto também permite uma melhor divisão de trabalho e conseqüentemente uma melhor organização do negócio.

Em termos setoriais (Tabela 7.1), verifica-se que a proporção das empresas do comércio é inferior à verificada nas empresas registradas na JUCESP, a de serviços é próxima nos dois casos e a da indústria é proporcionalmente maior no caso dos clientes SEBRAE-SP. Como citado anteriormente, no comércio predominam configurações de mercado com maior concorrência via preço, o que prejudica o desempenho médio das empresas do setor.

Tabela 7.1 – Características das empresas: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Características da empresa	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Média de pessoas ocupadas (1)	6,2 pessoas	11,5 pessoas
Tipo de constituição	49% individual 51% sociedade Ltda.	27% individual 71% sociedade Ltda. 2% cooperativa ou associações
Setores de atividade	58% comércio 32% serviços 9% indústria 0,4% agropecuária	46% comércio 31% serviços 23% indústria 0,2% agropecuária

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Notas: (1) Inclusive sócios-proprietários

As características dos donos das empresas clientes do SEBRAE-SP também apresentam diferenciais que favorecem a sobrevivência do negócio (Tabela 7.2). No grupo dos clientes SEBRAE-SP, 89% possuem 2º grau ou mais (ante 76% na média das empresas registradas na JUCESP), 65% realizaram algum curso de gestão empresarial (sobre 40% na média das empresas JUCESP), 51% obtiveram empréstimo em banco (*versus* 36% no outro grupo), 40% participaram de reuniões do seu setor (em relação a 23% na média das empresas JUCESP), 26% realizaram ações em conjunto com outras empresas (perante 14% no grupo JUCESP) e 23% realizaram vendas aos governos (*vis-à-vis* 17% no grupo JUCESP).

A situação anterior à abertura também era mais favorável. Entre os clientes SEBRAE-SP a proporção de empreendedores que estavam desempregados antes da abertura era de apenas 20%, contra 26% na média das empresas registradas na JUCESP.

Entre os clientes SEBRAE-SP verifica-se que a proporção média de empresas que conhecia ou buscou informações sobre sete itens específicos do planejamento também foi maior (72% *versus* 69% no grupo das empresas registradas na JUCESP). Aperfeiçoar produtos, monitorar receitas e despesas e fazer propaganda ou divulgação são ações de gestão que também se encontram com maior frequência nas empresas clientes do SEBRAE-SP.

Tabela 7.2 – Características dos donos: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Características dos donos	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Escolaridade	76% têm 2o grau ou +	89% têm 2o grau ou +
Realizou algum curso (1)	40% sim	65% sim
Obteve empréstimo em banco	36% sim	51% sim
Participou de reuniões/ parcerias	23% sim	40% sim
Fez ações em conjunto c/ outras empresas	14% sim	26% sim
Realizou vendas ao governo	17% sim	23% sim
Estava desempregado antes de abrir	26% sim	20% sim

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Notas: (1) Curso de gestão empresarial

Tabela 7.3 – Características do planejamento e gestão: comparações entre empresas clientes do SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Planejamento e gestão	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Índice médio de itens planejados (1)	69% (média de 7 itens)	72% (média de 7 itens)
Sempre aperfeiçoou produtos	79% sim	84% sim
Sempre acompanhou receitas/despesas	73% sim	75% sim
Sempre fez propag/divulgação	26% sim	33% sim

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Notas: (1) Média de sete itens de planejamento (qualificação da mão-de-obra, número de clientes e hábitos de consumo, número de concorrentes, localização, aspectos legais do negócio, condições dos fornecedores e valor do investimento)

Os itens que expressam as atitudes empreendedoras (Tabela 7.4), em geral, são mais fortes nas empresas clientes do SEBRAE-SP. No entanto, as diferenças entre os dois grupos são muito reduzidas, menores do que no estudo anterior. Isso pode ser um indicativo de que em termos de comportamento empreendedor, há uma tendência de aproximação dos perfis dos dois grupos de empresários aqui analisados. Aliás, diversas outras características analisadas anteriormente apresentam diferenças menores entre os dois grupos analisados, neste estudo, quando comparados com os resultados de trabalhos anteriores¹⁷. Assim, o perfil geral dos clientes SEBRAE-SP parece estar se aproximando da média de mercado. Em parte, isso pode estar associado ao crescimento das atividades da instituição e ao aumento do índice de penetração sobre este público-alvo.

Tabela 7.4 – Comportamento empreendedor: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Comportamento empreendedor	Empresas JUCESP	Cientes SEBRAE-SP
SEMPRE acredita na sua capacidade	97%	97%
SEMPRE busca qualidade e eficiência	95%	96%
SEMPRE segue os objetivos (persistência)	95%	93%
SEMPRE se “sacrifica” p/atingir objetivos	91%	93%
SEMPRE contata clientes e parceiros	92%	93%
SEMPRE busca intensamente informações	78%	82%
SEMPRE planeja e monitora cada etapa	80%	80%
SEMPRE estabelece objetivos e metas	76%	76%
SEMPRE se antecipa aos fatos	73%	74%
SEMPRE enfrenta “riscos moderados”	65%	72%

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

¹⁷ Por exemplo: média de pessoas ocupadas, tipo de constituição, escolaridade, índice médio de itens planejados e características do comportamento empreendedor.

CAPÍTULO

8

As causas da mortalidade das empresas

Durante os dez anos de monitoramento da mortalidade de empresas, verificou-se que, em geral, as causas desse fenômeno sofrem pouca variação. A cada novo estudo, constatou-se também que não é possível atribuir a um único fator a causa da mortalidade das empresas. O que ficou evidente é que, a exemplo do que ocorre com frequência nos acidentes aéreos, o fechamento das empresas está associado a um conjunto de “fatores contribuintes”. As empresas encerram suas atividades não apenas devido a uma única causa, mas sim, devido a uma sucessão de falhas ou problemas que, por não serem resolvidos no tempo apropriado, levam à paralisação de suas atividades.

“Todos os acidentes resultam de uma seqüência de eventos e nunca de uma causa isolada. Os acidentes aeronáuticos resultam, quase sempre, da combinação de vários fatores diferentes, os chamados fatores contribuintes.”

Carlos Rogério Salles – Professor de Regulamento de Tráfego Aéreo, www.airandinas.com.

Ainda no campo da analogia, tal como no sistema de cartão de crédito em que as pessoas acumulam bônus para a obtenção de prêmios, no caso do fechamento das empresas, em geral, verifica-se um acúmulo de fatores negativos de tal sorte que quanto maior o número de fatores negativos maior será a sua chance de encerramento das atividades.

Quadro 8.1 - Exemplo de caso de insucesso (encerramento de atividades)

CASO I: Sr. Alberto (*), funcionário público, abriu um bar porque desejava ter o próprio negócio. Não fez quase nenhum tipo de levantamento de informações para instalar sua empresa. Conforme o próprio empreendedor, “com a cara e a coragem” investiu todo o recurso que tinha. Ele e seu sócio chegaram a contratar mais duas pessoas para trabalharem no bar. Porém, um mês após o registro na Junta Comercial, tiveram de encerrar suas atividades, perdendo todo o dinheiro investido. A falta de conhecimento sobre o investimento mínimo necessário, a falta de planejamento adequado, os custos (mais elevados que o esperado) e as dificuldades na administração do caixa foram, cumulativamente, fatores contribuintes para o fechamento do negócio.

Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Nota: (*) Trata-se de caso real verificado em pesquisa. Utilizou-se aqui nome fictício para garantir o sigilo do empresário

Quadro 8.2 - Exemplo de caso de sucesso (empresa ainda em atividade)

CASO II: Sr. José (*), empregado de empresa privada, por opção pessoal resolveu abrir uma papelaria após prospectar o mercado e constatar que na sua região não havia outras empresas desse mesmo tipo. O que o motivou foi a vontade de aumentar sua renda. Apesar de não ter experiência no assunto, procurou assessoria especializada (p. ex., fez curso sobre planejamento e gestão empresarial) e investiu sua poupança pessoal para abrir o negócio. Inscrito desde o início do negócio no SIMPLES federal e no SIMPLES paulista, continuou mantendo-se atualizado por meio de participação em cursos e palestras. Frequentemente aperfeiçoa seus serviços às necessidades dos clientes, faz propaganda e divulgação e está sempre atento quanto à necessidade de sincronizar pagamentos e recebimentos. Com o seu pequeno empreendimento continua garantindo o sustento de sua família e, caso a economia continue a melhorar, pensa em expandir o negócio.

Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Nota: (*) Trata-se de caso real verificado em pesquisa. Utilizou-se aqui nome fictício para garantir o sigilo do empresário

Assim, entre os fatores contribuintes para o encerramento prematuro dos negócios, foram identificados seis conjuntos de fatores (Quadro 8.3): (1) ausência de um comportamento empreendedor; (2) ausência de um planejamento prévio adequado; (3) deficiências no processo de gestão empresarial; (4) insuficiência de políticas públicas de apoio aos pequenos negócios; (5) dificuldades decorrentes da conjuntura econômica; e (6) impacto dos problemas pessoais sobre o negócio.

Quando considerados os dez anos de estudos, verifica-se que as causas da mortalidade de empresas continuam sendo semelhantes, nos diversos estudos já realizados pelo SEBRAE-SP (Quadro 8.3). No entanto, é importante destacar que parte dessas causas apresentou uma evolução positiva nesse período. Assim, por um lado, a conjuntura econômica e as políticas de apoio aos pequenos negócios evoluíram positivamente, favorecendo o ambiente desses negócios. Já no nível dos indivíduos, identificou-se uma proporção maior de empreendedores que procuraram cursos e maior intensidade do levantamento de informações antes da abertura, mesmo que tais aspectos ainda possam ser considerados passíveis de melhorias. Já os aspectos da gestão empresarial e dos problemas pessoais, como fatores a interferir no desempenho desses empreendimentos, não apresentaram evolução positiva durante o período analisado, e exigem maior atenção, no sentido de evitar que prejudiquem a sobrevivência dos pequenos negócios.

Quadro 8.3 – Principais causas da mortalidade das empresas

Fatores contribuintes da mortalidade de empresas	Evolução recente	PRINCIPAIS RECOMENDAÇÕES
1- Ausência do comportamento empreendedor	Positiva	As características empreendedoras (conhecimentos, habilidades e atitudes) apresentaram ligeira melhora, mas precisam ser aprimoradas. Participação em cursos sobre empreendedorismo podem ajudar.
2- Ausência do planejamento prévio	Positiva	O planejamento antes da abertura pode ser melhorado (ainda é deficiente para muitos empreendedores). Participação em cursos de planejamento e um preparo mais apurado antes da abertura (maior tempo e maior profundidade no planejamento) podem ajudar.
3- Deficiências na gestão empresarial	Não Melhorou	As deficiências na gestão do negócio, após a abertura, continuam presentes e precisam ser solucionadas (ex.: aperfeiçoamento de produtos, fluxo de caixa, propaganda e divulgação, gestão de custos e busca de apoio/auxílio). Cursos de gestão empresarial, participação em palestras e ações conjuntas com empresas do mesmo ramo podem ajudar.
4- Insuficiência de políticas de apoio	Positiva	As políticas de apoio têm evoluído positivamente, mas podem ser aperfeiçoadas (p. ex., reduzindo o peso dos impostos e da burocracia, ampliando o crédito para a produção e maior acesso às compras governamentais).
5- Problemas de conjuntura econômica	Positiva	A conjuntura melhorou, mas é preciso ter continuidade no crescimento da economia, na estabilidade de preços e na recuperação da renda dos trabalhadores.
6- Problemas “pessoais”	Não Melhorou	As empresas continuam sendo muito afetadas por problemas pessoais de seus sócios proprietários, tais como: problemas de saúde, problemas particulares, problemas com sócios, sucessão empresarial e vítimas de criminalidade. Maior profissionalismo, melhor divisão de tarefas, maior delegação de responsabilidades e separação da vida pessoal dos negócios podem reduzir esses impactos.

Fonte: Observatório das MPES do SEBRAE-SP

CAPÍTULO

9

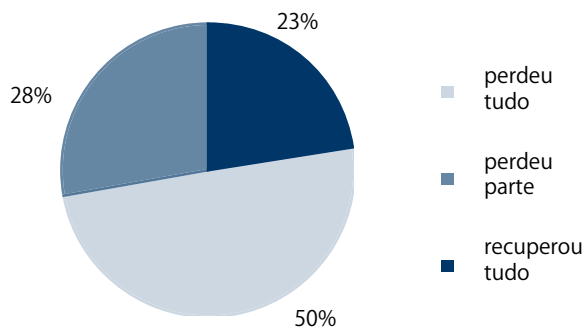
O destino dos proprietários das empresas encerradas

Em geral, o encerramento das atividades das empresas repercute negativamente na vida do empresário por meio de perdas financeiras e problemas de auto-estima.

Cerca de 78% dos empreendedores que encerraram o seu negócio perderam parte ou todo o recurso investido e apenas 23% recuperaram tudo que investiram (Figura 9.1). Adicionalmente, no momento em que fecharam sua empresa (Figura 9.2), apenas 13% melhoraram sua situação financeira, enquanto 50% pioraram de situação e 37% permaneceram na mesma situação. Entre aqueles que perderam recursos ao fechar a empresa, a perda média foi de R\$ 34 mil (Figura 9.3). Não obstante isso, metade das empresas que incorreu em perda teve prejuízos de até R\$ 15.000,00.

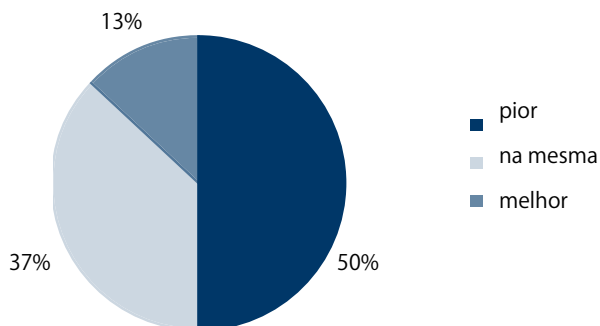
Além das perdas financeiras, nos depoimentos levantados durante a pesquisa, (Figura 9.4) verificou-se que na maioria dos empreendedores que fecharam seu negócio predominam sentimentos de frustração e perda (35%) e tristeza e mágoa (19%). Apenas 10% dos entrevistados não sentiram nada com respeito a fechar o negócio e 6% relataram “alívio” e tranquilidade.

**Figura 9.1 - Destino dos recursos que investiu
(apenas para empresas encerradas)**



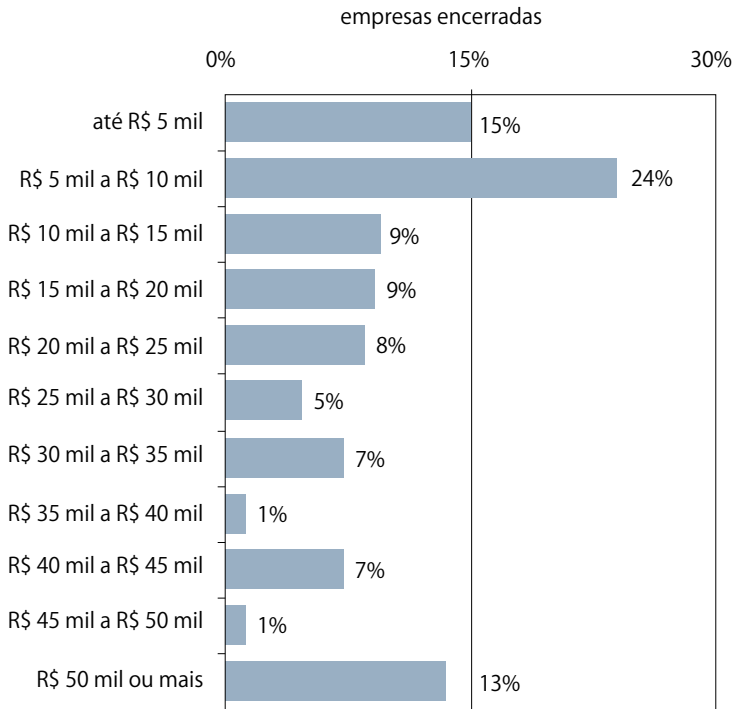
Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

**Figura 9.2 - Situação financeira do empresário quando fechou a empresa
(apenas para empresas encerradas)**



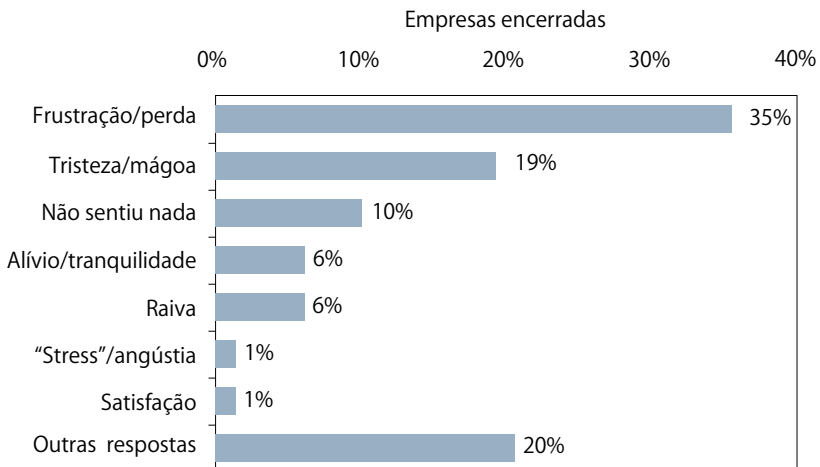
Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Figura 9.3 - Distribuição da perda de recursos investidos na empresa encerrada (só as empresas que perderam recursos – parte ou tudo – no encerramento)



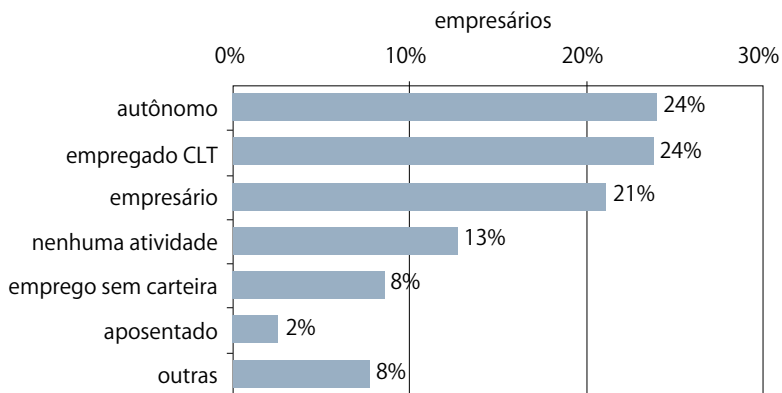
Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Figura 9.4 - Sentimento quando a empresa deixou de funcionar (apenas para empresas encerradas)



Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Figura 9.5 - Atividade dos ex-proprietários após encerrar a empresa (apenas para empresas encerradas)



Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

O fechamento do negócio não significa necessariamente o abandono do espírito empreendedor. Após o encerramento da empresa (Figura 9.5), 24% tornaram-se autônomos, 24% conseguiram um novo emprego com carteira assinada (CLT), 21% voltaram a se tornar empresários, 8% tornaram-se empregados sem carteira e 2% se aposentaram. Neste ponto vale observar que 13% tornaram-se desocupados. A soma dos autônomos com os que voltaram a se tornar empresários, ocupações que podem ser consideradas como empreendedoras, chega a 45% dos indivíduos que fecharam seus negócios.¹⁸

¹⁸ Os resultados desta seção apresentam o impacto do fechamento de empresas formalmente constituídas para os seus proprietários. A edição 2007 da pesquisa GEM apresenta um estudo sobre a descontinuidade de negócios, com um público diverso, por exemplo, incorporando empreendimentos informais. Vide Passos *et al* (2007).

CAPÍTULO

10

O impacto da mortalidade de empresas na economia

Tomando por base as taxas de mortalidade de empresas até cinco anos de atividade, identificadas no monitoramento realizado pelo SEBRAE-SP, às constituições de empresas registradas na JUCESP, no período 1990-2006, é possível obter uma estimativa do número de empresas que encerraram suas atividades nesse período no estado de São Paulo (Tabela 10.1).

Com base nesses dados, no período considerado, em média, foram abertas cerca de 133 mil empresas por ano e estima-se que foram fechadas cerca de 87 mil empresas por ano. No total, entre 1990 e 2006, foram abertas 2,2 milhões de empresas e estima-se que quase 1,5 milhão de empresas encerrou suas atividades. Observe-se que neste cálculo não são levadas em consideração as empresas mais maduras, que ultrapassam os cinco primeiros anos de atividade.

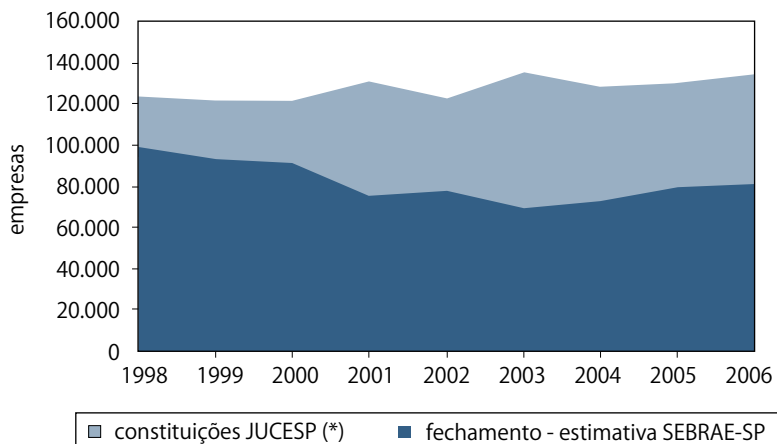
Pela observação da Figura 10.1, constata-se que, entre 1998 e 2006, verifica-se uma tendência de ampliação do número de novos registros de abertura de empresas, passando de um nível de cerca de 120 mil aberturas/ano para próximo a 135 mil aberturas/ano. Por outro lado, com as quedas nas taxas de mortalidade de empresas, particularmente no caso das empresas mais novas, o volume absoluto de empresas encerradas a cada ano vem se reduzindo, passando de um nível próximo de 100 mil encerramentos/ano para algo próximo a 80 mil encerramentos/ano. Não obstante isso, o número absoluto de empresas encerradas ainda é elevado. Em termos acumulados, entre 1990 e 2006, cerca de 1,5 milhão de empresas foram fechadas (uma média de 87 mil por ano).

Tabela 10.1 - Constituição de empresas e estimativa de empresas encerradas no Estado de São Paulo, 1990 e 2004

Ano	Constituições JUCESP (1)	Fechamento estimativa SEBRAE-SP (2)
1990	152.407	79.854
1991	152.192	92.994
1992	115.908	97.066
1993	139.211	90.659
1994	142.220	96.746
1995	146.359	98.395
1996	129.378	100.069
1997	142.537	94.702
1998	123.284	99.176
1999	122.322	93.206
2000	122.009	91.094
2001	131.135	75.136
2002	123.136	77.931
2003	135.194	69.241
2004	128.357	72.783
2005	130.298	79.886
2006	134.938	81.324
Total 1990-2006	2.270.885	1.490.263
Média anual	133.581	87.663

Fontes: (1) Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC)
(2) Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Figura 10.1 – Constituição anual de empresas e estimativa de empresas encerradas no Estado de São Paulo



Fontes: (1) Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC)
(2) Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

O custo da mortalidade de empresas para a sociedade é expressivo sob o ponto de vista da eliminação de postos de trabalho e da perda financeira (Tabela 10.2). Levando-se em consideração o último ano da série (81.324 empresas fechadas em 2006), dado que, em média, ao fechar as empresas da amostra possuíam 3,27569 pessoas ocupadas, então, o fechamento das empresas paulistas de um a cinco anos de atividade significou a eliminação de cerca de 267 mil postos de trabalho no ano de 2006.

Tabela 10.2 – Estimativas do custo social do fechamento das empresas paulistas (*)

Eliminação de		Custo em 2004	Custo em 2006
(A)	Empresas	73 mil empresas	81 mil empresas
(B)	Ocupações	281 mil ocupações	267 mil ocupações
(C)	Poupança Pessoal (capital investido)	R\$ 1,7 bilhão	R\$ 2,2 bilhões
(D)	Faturamento	R\$ 12,1 bilhões	R\$ 13,5 bilhões
(C)+(D)	Perda Financeira Total	R\$ 13,8 bilhões	R\$ 15,7 bilhões

Fonte: Observatório das MPes do SEBRAE-SP

Nota (*): Os coeficientes técnicos utilizados para o cálculo do custo social foram obtidos a partir da pesquisa de campo: ocupações por empresa encerrada (2004 = 3,85153; 2006 = 3,27569; empresas encerradas com perda parcial ou total dos recursos investidos (2004 = 79%; 2006 = 77%); valor da perda média ou capital investido (2004 = R\$ 28.351; 2006 = R\$34.095); e faturamento médio mensal por empresa (2004 = R\$13.803; 2006 = R\$14.814). Todos os valores monetários utilizados são valores nominais, dada as dificuldades de atualização dos mesmos (excesso de variáveis monetárias com bases diferentes no tempo). Se fosse aplicada uma correção desses valores, por exemplo, pelo INPC acumulado nos anos de 2005 e 2006 (8,731%), ainda assim, os valores de 2004 seriam inferiores aos de 2006

Em termos de poupança pessoal aplicada no negócio, entre as empresas da amostra que fecharam, verifica-se que 77% dessas empresas perderam totalmente ou parcialmente os recursos ali aplicados. Entre os que obtiveram prejuízo, a perda média de recursos foi de R\$ 34.095 mil. A aplicação desses valores à população de empresas que a amostra representa implica uma perda total estimada de recursos pessoais da ordem de R\$ 2,2 bilhões em 2006.

Tomando como referência o faturamento médio mensal das MPes paulistas, cerca de R\$ 14.814/mês, a aplicação desse valor às empresas do estado de São Paulo que fecham implica uma estimativa de perda de R\$ 13,5 bilhões/ano de faturamento anual que deixa de ser gerado com o fechamento dessas empresas. Finalmente, somando as perdas de poupança pessoal com o fluxo de

faturamento anual que deixa de ser gerado, a perda financeira total decorrente da mortalidade das empresas paulistas pode chegar a cerca de R\$ 15,7 bilhões/ano.

Na comparação do custo social da mortalidade de 2006 com o de 2004, verifica-se um aumento no mesmo (Tabela 10.3). Isso ocorreu porque, apesar da redução na taxa de mortalidade de empresas, nos primeiros anos, aumentaram os valores médios de faturamento das empresas e da poupança pessoal perdidos com o encerramento do negócio.

O custo equivalente da mortalidade de empresas, referente ao

Tabela 10.3 – Custo equivalente da mortalidade de empresas ⁽¹⁾

ELIMINAÇÃO DE	CUSTO EM 2004 (unidades de produtos)	CUSTO EM 2006 (unidades de produtos)
Veículos populares	683 mil	690 mil
Computadores	10,5 milhões	17,4 milhões
Refrigeradores	17,6 milhões	17,4 milhões
TV 14"	32 milhões	60 milhões
Cestas básicas	64 milhões	66 milhões

Fonte: Observatório das MPEs do SEBRAE-SP

Nota: (1) Para o cálculo do custo equivalente da mortalidade de empresas, em produtos, foram utilizados os valores de referência desses produtos vigentes ao final de cada pesquisa de campo

rastreamento de 2006, corresponde, alternativamente, ao valor dos seguintes bens: 690 mil veículos populares/ano; ou 17,4 milhões de computadores/ano; ou 17,4 milhões de refrigeradores/ano; ou 60 milhões de televisores de 14 polegadas/ano; ou ainda 66 milhões de cestas básicas por ano (Tabela 10.3). Deve-se observar que o acréscimo substancial no custo equivalente da mortalidade de empresas aumentou significativamente, quando medido em computadores e televisores, devido à queda dos preços relativos desses bens no período considerado. Em termos de postos de trabalho, as 267 mil ocupações eliminadas equivalem a 3,3 vezes a capacidade do Estádio do Morumbi (estimada em 80 mil espectadores). Esse índice é inferior ao verificado em 2004 (3,5 Estádios do Morumbi). Em parte, isso se deve ao fato das empresas que foram encerradas no último ano possuírem um quadro de pessoal mais enxuto, em média, do que no ano de 2004.

CAPÍTULO

11

Principais conclusões e recomendações

Com respeito às empresas registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo, entre 2000 e 2005, verifica-se que a taxa de mortalidade é de 27% para empresas até um ano, 38% para empresas até dois anos, 46% para empresas até três anos e 50% para empresas até quatro, 62% para empresas até cinco anos e 64% para empresas até seis anos de atividade.

Comparativamente aos demais estudos realizados pelo SEBRAE-SP, nos últimos dez anos, verifica-se uma tendência de queda na taxa de mortalidade nas empresas com até um, dois, três e quatro anos de atividade. Porém, aumentou a taxa de mortalidade das empresas até cinco anos de atividade. Adicionalmente, pela primeira vez, levantou-se a taxa para empresas até seis anos de atividade, que foi superior a dos demais anos. O presente estudo mostra que vários fatores contribuíram para a redução da mortalidade das empresas nos primeiros anos, mas que o mesmo fenômeno não ocorreu nas empresas que ultrapassaram a marca dos quatro primeiros anos.

A redução da taxa de mortalidade de empresas até 4 anos está associada a diversas razões, tais como a melhora do perfil do empresário (ex. maior escolaridade, maior busca de apoio, maior planejamento e maior capacitação pessoal), assim como à melhora do ambiente de negócios (ex. estabilidade de preços, retomada do crescimento econômico e ampliação das políticas de apoio às empresas de micro e pequeno porte).

Por outro lado, a piora no indicador de mortalidade para empresas até 5 anos parece estar associada a aspectos da gestão

empresarial (habilidade de gerir o dia-a-dia da empresa), aparentemente o item de pior evolução durante o período.

Levando em consideração os dados levantados nesta pesquisa, verifica-se que, apenas no estado de São Paulo, entre 1990 e 2006, foram abertas mais de 2,2 milhões de empresas, porém, fecharam cerca de 1,5 milhão no mesmo período, o que mostra que a mortalidade de empresas continua sendo um problema social sério. Somente no ano de 2006, último ano para qual existem estimativas, foram encerradas 81 mil empresas, com a conseqüente eliminação de 267 mil postos de trabalho e R\$ 15,7 bilhões de recursos financeiros (perdas em termos de faturamento e poupança pessoal), o que equivale ao valor de 690 mil veículos populares.

Apesar dos avanços verificados no período mais recente no perfil dos empreendedores e no ambiente de negócios, os principais fatores determinantes da mortalidade de empresas mantiveram-se os mesmos, podendo ser agrupados em seis grandes grupos:

- I. Comportamento empreendedor pouco desenvolvido;
- II. Deficiências no planejamento antes da abertura do negócio;
- III. Deficiências na gestão empresarial, após a abertura do negócio;
- IV. Insuficiência de políticas de apoio às empresas;
- V. Problemas de conjuntura econômica; e
- VI. Problemas pessoais dos sócios-proprietários.

A despeito da melhora relativa, em especial no grupo das empresas mais jovens, as taxas de mortalidade aqui levantadas ainda se encontram em níveis elevados. A publicação da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 1998) apresenta taxas de mortalidade, para empresas com até três anos de atividade, que variam de 30% na Suécia a 44% em Portugal (contra 46% nas MPEs paulistas). Em que pesem as diferenças de metodologias dos trabalhos, as diferenças das magnitudes das taxas indicam que é possível evoluir no sentido de obter reduções adicionais de taxas de mortalidade. Outra referência importante é o indicador de mortalidade de empresas

clientes do SEBRAE-SP, sistematicamente inferior aos índices médios de mercado.

Para que esse quadro geral possa ser melhorado, é necessário aprofundar as ações de apoio aos pequenos negócios, na direção dos seis pontos citados como as causas da mortalidade.

Dessa forma, recomenda-se:

1. Ampliar os esforços voltados para estimular o comportamento empreendedor nos cidadãos, por meio de inovações nos processos de formação escolar, com a inserção de disciplinas específicas de empreendedorismo na grade curricular das escolas de primeiro e segundo grau e nas universidades. Progressivamente, noções de empreendedorismo podem ser inseridas no processo de escolarização das crianças, adolescentes e adultos, nas escolas públicas (estaduais e municipais) e nas escolas privadas, visando desenvolver nos estudantes não apenas os conhecimentos básicos relacionados à gestão de negócio mas, principalmente, estimular o desenvolvimento de valores, habilidades e atitudes empreendedoras. Trata-se de ampliar os horizontes dos estudantes, viabilizando a possibilidade de se tornarem empreendedores bem sucedidos.
2. Estimular aqueles que já decidiram abrir o seu próprio negócio, mas que ainda não o fizeram, a realizarem o planejamento do mesmo, antes da sua abertura, por exemplo, a partir da elaboração de um plano de negócio. Este último trata de instrumento de apoio que permite sistematizar amplo conjunto de variáveis relevantes sobre o negócio, possibilitando prever problemas e/ou gargalos sobre os quais é possível definir ações preventivas ou que permitam antecipar soluções, ampliando as chances de sucesso do negócio.
3. Promover, entre aqueles que já constituíram o seu negócio, um esforço de capacitação em gestão empresarial. O atual estudo mostrou ser este o fator com pior evolução relativa nos últimos anos. Assim, um “choque de gestão”

pode trazer resultados expressivos para reduções adicionais nas taxas de mortalidade de empresas. São itens imprescindíveis na gestão empresarial: atenção sistemática ao aprimoramento de produtos e serviços, de acordo com evolução do gosto dos clientes; identificação da melhor estratégia de comunicação com o público-alvo do negócio; monitoramento sistemático do fluxo de receitas e despesas; administração adequada do saldo de caixa; controle detalhado dos custos dos produtos e serviços oferecidos; adequada precificação dos mesmos e busca por apoio profissional quando aparecerem problemas de difícil solução.

4. Ampliar os instrumentos e as políticas de apoio aos pequenos negócios, em especial aqueles direcionados aos de menor porte e mais recentes, por meio de ações que reduzam o peso dos impostos e dos encargos, a burocracia, que aumentem o acesso ao crédito e a ampliação de mercados. São exemplos de ações que podem ser aprofundadas:

- Aperfeiçoamento da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas;
- Eliminação das restrições à adesão ao SIMPLES (principalmente o setor de serviços);
- Aperfeiçoamento das políticas de compras governamentais para MPes;
- Aperfeiçoamento dos mecanismos de exportações das MPes;
- Ampliação das políticas de crédito à produção, em especial, às empresas recém-constituídas;
- Desburocratização e redução dos custos e de tempo na abertura de um novo negócio;

- Outras reformas necessárias à melhora geral da economia (p ex. reforma tributária, reforma trabalhista, reforma previdenciária, melhoria da qualidade nos gastos públicos e ampliação dos investimentos públicos, em especial, nas áreas de educação e saúde).
5. Buscar o crescimento contínuo e moderado da economia, o que permite maior previsibilidade dos negócios, sem abrir mão do controle da inflação, mantendo esta última em níveis relativamente baixos; e
 6. Evitar que os problemas pessoais dos sócios-proprietários afetem o seu negócio. Aqui, é preciso conscientizar os empresários de empresas de micro e pequeno porte que os negócios da empresa e a vida pessoal dos sócios devem ser tratados de forma separada. Isso implica a manutenção de contabilidades separadas, a descentralização das responsabilidades (delegando aos funcionários parte das atividades que controla), a busca de uma maior divisão de trabalho entre todos os colaboradores presentes no negócio e evitar que os problemas pessoais dos donos (ex. doenças, problemas familiares e problemas entre os sócios) afetem diretamente o negócio.

Referências Bibliográficas

BASTOS JÚNIOR, Paulo Alberto et al. **Empreendedorismo no Brasil 2004**. Sumário Executivo. Curitiba: IBQP, 2005.

BEDÊ, Marco Aurélio. **Gargalos no financiamento dos pequenos negócios no Brasil**. In: ARAÚJO, Alexandre Guerra; SANTOS, Carlos Alberto dos. (Org.). Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas. Brasília: SEBRAE, 2004. p. 46-57.

GRECO, Simara M. de S. S. et al. **Empreendedorismo no Brasil 2005**. Curitiba: IBQP, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas do cadastro central de empresas 2001**. Comunicação Social de 22/9/03. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 7 mai. 2004.

MORAIS, José Mauro de. A força da pequena empresa. **Revista SEBRAE, Brasília**, n. 12, jan./fev./mar. 2004, p. 38 - 45.

NAJBERG, Sheila; PUGA, Fernando Pimentel P. e PEREIRA, Roberto de Oliveira. Demografia das firmas brasileiras. **Informe-se**, Rio de Janeiro, n. 50, BNDES. Disponível em: <<http://www.federativo.bndes.gov.br>>. Acesso em: 29 jul. 2004.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. **Fostering entrepreneurship: the OECD jobs strategy**. Paris: OECD, 1998.

PASSOS, Carlos Arthur Krueger et al. **Empreendedorismo no Brasil 2007**. Curitiba: IBQP, 2008.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. **Estudo da mortalidade das empresas paulistas**. São Paulo: SEBRAE-SP, 1999. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

____ **Indicadores SEBRAE-SP: pesquisa de conjuntura.** São Paulo: SEBRAE-SP, vários números, 2008. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

____ **O financiamento das MPEs no Estado de São Paulo.** São Paulo: SEBRAE-SP, 2004. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

____ **Onde estão as MPEs paulistas.** São Paulo: SEBRAE-SP, 2000. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

____ **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 Anos.** São Paulo: SEBRAE-SP, 2005. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

____ **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 Anos.** São Paulo: SEBRAE-SP, 2003. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

____ **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 Anos.** São Paulo: SEBRAE-SP, 2001. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 28 jul. 2008.

VALE, Gláucia M. Vasconcelos.; AGUIAR, Marco Antônio de Souza e ANDRADE, Nair Aparecida de. **Fatores condicionantes da mortalidade de empresas.** Brasília: SEBRAE, 1998.

ANEXO

1

Notas metodológicas

Introdução

Desde o ano de 1998, o SEBRAE-SP vem desenvolvendo uma metodologia específica, visando realizar o estudo de mortalidade de empresas no estado de São Paulo. Tais procedimentos foram elaborados a partir do estudo do SEBRAE-SP sobre mortalidade de empresas no estado de Minas Gerais (Vale, Aguiar e Andrade, 1998). Os estudos em São Paulo têm sido realizados numa periodicidade bienal. Foram realizados até agora cinco rastreamentos, respectivamente nos últimos trimestres de 1998, 2000, 2002, 2004 e 2006. Os resultados dessas pesquisas foram divulgados em 1999, 2001, 2003, 2005 e 2008 respectivamente.

Os principais objetivos de estudo na edição de 2006/2007 foram:

- determinar a taxa de mortalidade das empresas paulistas constituídas na Junta Comercial do Estado de São Paulo - JUCESP entre 2000 e 2005;
- determinar a taxa de mortalidade de empresas paulistas clientes do SEBRAE-SP, com registro de CNPJ na Secretaria da Receita Federal (SRF) entre 2000 e 2005;
- identificar os fatores que influenciam o fechamento/sobrevivência das empresas com até seis anos de vida;

- traçar o perfil das empresas constituídas na JUCESP (sobreviventes e encerradas) e das empresas clientes SEBRAE-SP.

O cronograma do último trabalho foi constituído basicamente pelas seguintes etapas:

- seleção de amostra probabilística de empresas recém-constituídas;
- rastreamento extensivo das empresas sorteadas, partindo do local da sua constituição;
- entrevista pessoal com os atuais (ou ex) sócios-proprietários das empresas e
- tabulação e análise dos dados coletados.

Universo de estudo

Nesta edição, tal como na edição de 2004, foram definidos dois grupos de análise.

Grupo 1: Empresas individuais ou sociedades limitadas, constituídas entre 2000 e 2005 na JUCESP, cujo universo encontra-se no Quadro 1.

Quadro 1: Empresas constituídas na JUCESP entre 2000 e 2005

Tipo de constituição	Ano de constituição na JUCESP						Total
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Individual	63.543	69.696	64.566	67.622	61.644	65.646	392.717
Limitada	58.466	61.439	58.570	67.572	66.713	64.642	377.402
Total	122.009	131.135	123.136	135.194	128.357	130.288	770.119

Fonte: Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC

Grupo 2: Empresas (pessoas jurídicas) clientes do SEBRAE-SP.

Entre janeiro de 2001 e dezembro de 2005, o SEBRAE-SP efetuou mais de 475 mil atendimentos a pessoas jurídicas (PJ).

Agregando-se estes atendimentos pelo CNPJ dessas empresas, concluiu-se que mais de 114 mil empresas diferentes foram atendidas nesse período, independente do seu ano de constituição (Quadro 2).

Quadro 2: Atendimentos e clientes por área/produto do SEBRAE-SP

Área/produto do SEBRAE-SP	Nº de atendimentos efetuados a PJ	Nº de clientes PJ(*)
Balcão de informações	113.296	44.327
Bolsa de negócios	41.720	23.252
Centro de Documentação e Informação – CDI	588	374
Consultoria	84.666	18.523
Orientação ao crédito	4.715	4.347
Feira de negócios	3.671	2.579
Central de Relacionamento (serviço 0800)	134.825	62.678
Rodada de negócios	11.865	2.766
Sistema Agroindustrial Integrado – SAI	38.292	7.551
Sebraetec	11.821	5.146
Treinamento	30.063	9.574
Total	475.522	114.853

Fonte: Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP

(*) Cada cliente pode ser atendido por uma ou mais áreas do SEBRAE-SP em uma ou mais vezes

Vale notar que, pela natureza de um atendimento diferenciado, não foram incluídas as estatísticas de atendimentos realizados por incubadoras no Quadro 2. O próprio cadastro de empresas de incubadoras foi extraído de um cadastro exclusivo, o Sistema de Gestão de Incubadora do SEBRAE-SP.

Como nos atendimentos efetuados por meio do Balcão de informações e serviço 0800 circula uma variedade de informações, sendo impossível avaliar se representam ou não conhecimentos diretamente aplicados aos negócios dos empreendedores, optou-se em limitar o estudo às empresas cadastradas pelas áreas de Consultoria, Treinamento, Bolsa de Negócios, Incubadoras, SAI, Sebraetec, CDI, Feiras, Orientação ao Crédito e Rodada de Negócios.

É possível que uma mesma empresa seja atendida por várias áreas do SEBRAE-SP. Para contornar a sobreposição destes atendimentos, convencionou-se que cada empresa deve ser alocada em apenas um único produto do SEBRAE-SP na seguinte ordem de atendimento recebido: Incubadora, Treinamento, Consultoria, Bolsa e Outros (SAI, Sebraetec, CDI, Feiras, Orientação ao Crédito e Rodada de Negócios).

Ainda referente ao universo de estudo do Grupo 2, foram consideradas apenas as empresas constituídas no estado de São Paulo durante 2000 e 2005 na SRF¹(Quadro 3).

Quadro 3: Empresas clientes do SEBRAE-SP constituídas entre 2000 e 2005 e consideradas no estudo

Produto do SEBRAE-SP	Ano de registro do CNPJ na Secretaria da Receita Federal						Total
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Incubadoras	125	122	165	172	187	154	925
Treinamento	471	310	162	213	102	29	1.287
Consultoria	1.477	1.351	838	244	318	67	4.295
Bolsa	633	504	284	153	405	116	2.095
Outros(***)	618	673	598	199	269	70	2.427
Total	3.324	2.960	2.047	981	1.281	436	11.029

Fonte: Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP e documentos e relatórios de Incubadoras

(***) SAI, Sebraetec, CDI, Feiras, Orientação ao Crédito e Rodada de Negócios

Amostra

Grupo 1:

A seleção da amostra efetuada para este grupo considerou no 1º estágio conglomerados (municípios), selecionados sistematicamente com probabilidade proporcional ao tamanho (nº de

¹ Para obter esta informação, foi efetuada busca da data de constituição para aproximadamente 19.000 pessoas jurídicas, clientes do SEBRAE-SP por meio da ferramenta de "Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral" no site da Receita Federal (<http://www.receita.fazenda.gov.br>)

empresas constituídas no município²). No 2º estágio, as empresas foram selecionadas aleatoriamente dentro de cada município, para cada estrato de tipo e ano de constituição.

Quadro 4: Amostra inicial de empresas determinada para o Grupo 1

Tipo de constituição	Ano de constituição na JUCESP						Total
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Individual	206	206	206	207	198	211	1.236
Limitada	194	194	194	193	191	190	1.154
Total	400	400	400	400	389	401	2.390

Fonte: Elaborado pelo Observatório das MPes a partir do Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP e documentos e relatórios de Incubadoras

Sabe-se, no entanto, que existem empresas do segmento de prestação de serviços, por exemplo, sociedades civis, que inicialmente se constituem em Cartórios de Registro e se registram posteriormente na JUCESP, de acordo com a necessidade, quando passam a exercer também atividades de natureza mercantil. Para estas empresas, a data de constituição na Secretaria da Receita Federal (registro do CNPJ) difere da data de constituição na JUCESP.

Até 2002, a parcela de empresas em que se observa este fato era pequena (aproximadamente 2%), de forma que não havia necessidade de efetuar correções na informação da data da constituição. Porém, com a entrada em vigor do novo Código Civil, em 11 de janeiro de 2003, essa parcela se elevou, chegando a 10%. Como essas empresas têm mais tempo no mercado, é possível que tenham um perfil, em termos de condução dos negócios da empresa, diferente daquelas recém constituídas. Para contornar o problema, optou-se adotar como referência a data de registro³

² Os totais de abertura de empresas na JUCESP por município foram obtidos pela digitação das informações de abertura de cada empresa impressas no Caderno Junta Comercial do Diário Oficial Empresarial do Estado de São Paulo no período entre jan./99 e mar./04. Para obter esta informação, foi efetuada busca da data de constituição para aproximadamente 19.000 pessoas jurídicas, clientes do SEBRAE-SP por meio da ferramenta de "Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral" no site da Receita Federal (<http://www.receita.fazenda.gov.br>)

³ Para se obter a informação da data de constituição do CNPJ, utilizou-se a ferramenta de "Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral" a partir do CNPJ, disponível no site da Receita Federal (<http://www.receita.fazenda.gov.br>)

na SRF (constituição do CNPJ⁴) das empresas obtidas no cadastro da JUCESP (Quadro 5).

Quadro 5: Amostra de empresas para o Grupo 1

Tipo de constituição	Ano de registro do CNPJ na Receita Federal						Total
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Individual	206	207	206	206	198	211	1.234
Limitada	204	193	196	163	170	186	1.112
Total	410	400	402	369	368	397	2.346

Fonte: Elaborado pelo Observatório das MPEs a partir do Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP e documentos e relatórios de Incubadoras

Grupo 2:

Para o segmento de Incubadoras, foram selecionadas para o estudo todas as empresas que usufruíram deste serviço no SEBRAE-SP (Quadro 6), respeitando os seguintes critérios:

- ser pessoa jurídica e ter CNPJ constituído entre 2000 e 2005 no estado de São Paulo e
- ser graduada por uma incubadora; ser residente em incubadora; estar desenvolvendo projeto no Hotel de Projetos (pré-incubação) ou ter desistido da incubação ou pré-incubação após ter passado determinado período nestas condições.

Quadro 6: Empresas clientes de Incubadoras

Produto do SEBRAE-SP	Ano de registro do CNPJ na Receita Federal						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Incubadoras	125	122	165	172	187	154	925

Fonte: Elaborado pelo Observatório das MPEs a partir do Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP e documentos e relatórios de Incubadoras

⁴ Para obter a informação do nº no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ das empresas da amostra, efetuou-se a busca de cada empresa por sua razão social no Cadastro de Estabelecimentos Empregadores – CEE do Ministério de Trabalho e Emprego.

Observa-se que empresas não-incubadas (associadas e/ou filiadas⁵) não foram objeto de estudo.

A lista de todas as incubadoras contempladas no estudo está disponível no Anexo 4.

De acordo com as diversas áreas de atuação (exceto Incubadoras) do SEBRAE-SP, formaram-se segmentos específicos de produtos:

- Treinamento: treinamento pago por pessoa jurídica;
- Consultoria: atendimento individual ou coletivo por pessoa jurídica;
- Bolsa de negócios: atendimento a anunciante e/ou assinante pessoa jurídica do Jornal Bolsa de Negócios;
- Outros: participantes pessoas jurídicas do Sistema Agroindustrial Integrado (SAI) individual ou coletivo; atendimentos concluídos de oficinas e palestras do Sebraetec; atendimentos do Centro de Documentação e Informação (CDI); participantes de Feira de Negócios; atendimentos de Orientação ao crédito; e participantes de Rodadas de Negócios.

Para cada segmento de produto, a amostragem considerou no primeiro estágio conglomerados (municípios), selecionados sistematicamente com probabilidade proporcional ao tamanho (nº de empresas clientes no município). No segundo estágio, selecionaram-se empresas aleatoriamente dentro de cada município, para os estratos de ano de constituição (Quadro 7).

⁵ Empresas que participam de alguma das atividades das incubadoras, porém não estão incubadas nem pré-incubadas.

**Quadro 7: Amostra de empresas determinada para o Grupo 2
(exclusive Incubadora)**

Produto do SEBRAE-SP	Ano de registro do CNPJ na Secretaria da Receita Federal						Total
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
Treinamento	104	104	104	104	77	26	519
Consultoria	104	104	104	104	104	51	571
Bolsa	104	104	104	104	104	83	603
Outros(*)	104	104	104	104	104	45	565
Total	416	416	416	416	389	205	2.258

(*) SAI, Sebraetec, CDI, Feiras, Orientação ao crédito e Rodada de Negócios

Tanto para o grupo 1 quanto para o grupo 2, nesta edição do estudo, a amostra de empresas constituídas nos anos de 2000 a 2003 foi a mesma daquela selecionada na edição de 2004. A grande vantagem para tal procedimento decorre do fato de não haver necessidade de efetuar a busca (rastreamento) das empresas que já encerraram as atividades no rastreamento realizado em 2004, buscando apenas aquelas que estavam em atividade ou não foram localizadas no estudo anterior. No entanto, perde-se a possibilidade de reconsiderar no grupo de empresas ativas desta edição aquela parcela de empresas que, mesmo sendo muito pequena, havia encerrado as atividades na época do rastreamento em 2004 e que, por algum motivo excepcional, voltou às atividades em momento posterior a 2004.

A distribuição da amostra que foi efetivamente rastreada nesta edição (grupo 1 e 2) está especificada por município e grupo no Anexo 5.

Pesquisa de campo

1) Levantamento prévio de dados cadastrais

De acordo com a natureza deste projeto, é essencial a disponibilidade de cadastros e a atualização apurada dos dados cadastrais das empresas selecionadas para o bom desempenho no trabalho de rastreamento. Neste sentido, a metodologia pre-

viu consulta às seguintes fontes de dados para cada empresa da amostra e reuniu-os em um quadro resumo de dados cadastrais atualizados, a Ficha Cadastral:

- Ficha de Breve Relato da JUCESP: obtida por meio de compra específica na Imprensa Oficial do Estado – Imesp. Esta ficha possui um breve relato das movimentações realizadas de determinada empresa nos últimos cinco anos, por exemplo, mudança de endereço, alterações do objeto social e/ou alterações no quadro societário. Além disso, essa ficha forneceu as seguintes informações atualizadas, utilizadas no projeto:
 - * Razão Social
 - * Data de constituição
 - * Objeto social (setor de atividade CNAE⁶)
 - * Endereço comercial
 - * Nome e endereço residencial dos sócios/proprietários
 - * Situação cadastral (p. ex. dissolvida, sede transferida, incorporada, etc.)

Esta ficha foi obtida para todas as empresas que se registraram na JUCESP, não contemplando assim, as empresas (sociedades civis) que só se constituíram em Cartórios de Registro.

- Comprovante de inscrição e situação cadastral do CNPJ na Receita Federal: Obtido por meio de consulta às empresas, utilizando o número do CNPJ no site na internet. Os principais dados utilizados foram:
 - * Razão Social e nome fantasia
 - * Data de constituição
 - * Endereço comercial

⁶ Um exemplo foi a implantação do SIMPLES municipal da cidade de São Paulo, por meio da Lei Municipal n°. 12.666, de 22 de Maio de 1998, que dispõe sobre a adesão do município ao SIMPLES federal.

- * Objeto social (setor de atividade CNAE)
- * Situação cadastral (p. ex. ativa, cancelada, inativa)

Se a empresa da amostra já tiver cancelado seu CNPJ, grande parte das informações citadas acima é suprimida no site. Além disso, para parte (menos de 9%) das empresas da amostra do Grupo 1, o CNPJ não foi identificado, o que impossibilitou o levantamento de informações desta fonte.

- Cadastro de Estabelecimentos Empregadores – CEE do Ministério de Trabalho e Emprego – MTE⁷: Obtido por convênio específico entre SEBRAE-SP e MTE. O CEE/MTE forneceu, entre outras, as seguintes informações:
 - * Razão Social
 - * Endereço Comercial
 - * Objeto social (setor de atividade CNAE)
 - * N° do CNPJ
- Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP: disponível para as empresas do Grupo 2, exceto as participantes do programa de incubadoras. Este cadastro forneceu as seguintes informações:
 - * Razão Social
 - * Endereço Comercial
 - * N° do CNPJ
 - * Nome da pessoa de contato na empresa
- Cadastro do Sistema de Gestão de Incubadoras – SGI, do SEBRAE-SP: Banco de dados do sistema de gerenciamento das empresas atendidas por incubadoras do SEBRAE-SP. As principais informações extraídas foram:
 - * Razão Social

⁷ Atualizado pelo Decreto nº 5.028, de 31.3.2004, que reajustou o limite de receita bruta anual das empresas, de acordo com os índices de inflação acumulados no período, passando de R\$ 1,2 milhão/ano para R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais) de faturamento/ano. O efeito prático do Estatuto é que, junto com os artigos nº 170 e 179 da Constituição Brasileira, tornou-se uma das principais referências jurídicas para fundamentar novas ações de apoio às micro e pequenas empresas.

- * N° do CNPJ
 - * Sócio(s)/proprietário(s) da empresa
 - * Nome da incubadora
 - * Endereço da incubadora
- Dados cadastrais na Telefônica: obtidos por meio de consulta ao site na internet, a partir da razão social, nome do sócio-proprietário e endereços citados nas outras fontes anteriores. Quando localizados no site, foram utilizados:
 - * Telefone comercial
 - * Telefone residencial do(s) sócio(s)/proprietário(s)
 - * Endereço comercial e/ou residencial

2) Rastreamento e entrevista

Os serviços de campo envolveram rastreamento (busca pessoal dos empreendedores e de suas empresas), realização das entrevistas com proprietários e ex-proprietários localizados e digitação dos dados coletados.

Antes da etapa de rastreamento, foi estipulado um roteiro prévio de visitas para cada empresa da amostra, com o intuito de orientar o pesquisador no deslocamento físico. O SEBRAE-SP definiu roteiros padronizados, com prioridades de deslocamento, para situações específicas de empresas do estudo (ver Anexo 3):

- empresas de Incubadoras
- empresas já encerradas na JUCESP e/ou na Secretaria da Receita Federal
- empresas transferidas para outros municípios ou estados
- empresas com falência decretada, segundo a ficha da JUCESP
- empresas registradas em municípios com isenção fiscal
- empresas de gestão de participações societárias – *holdings*
- empresas incorporadas por outras ao longo de seu funcionamento

Para o rastreamento das empresas, a empresa contratada⁸ efetuou busca extensiva das empresas e ex-proprietários (quando esta já estava encerrada), utilizando o endereço mais atualizado possível e envolvendo, sempre que necessário, todas as seguintes etapas consecutivamente (até a obtenção da entrevista).

a) Visita pessoal do pesquisador ao endereço da empresa (ida ao local previamente estabelecido no roteiro).

b) Busca da empresa e/ou empresário por intermédio dos números de telefone, nos casos para os quais não for possível a localização pela visita pessoal. O uso de telefone se restringiu somente à localização do proprietário, visando marcar a entrevista. A visita pessoal ainda teve que ser realizada.

c) Consulta a vizinhos e/ou ao novo inquilino do imóvel que deveria ser a sede da empresa, visando identificar o endereço atual do proprietário ou ex-proprietário para rastreamento e entrevista.

d) Consulta aos atuais ou antigos contadores da empresa, advogados ou gestores (quando foram obtidas informações com os vizinhos sobre estes possíveis contatos), visando identificar o endereço atual do proprietário ou ex-proprietário para rastreamento e entrevista.

e) Visita à imobiliária ou administradora da instalação, ou consulta ao proprietário do imóvel indicado como sendo a localização da empresa, visando identificar o endereço atual do proprietário ou ex-proprietário para rastreamento e entrevista.

f) Preenchimento do Bloco 1 (Roteiro de Rastreamento) do questionário. O roteiro de rastreamento foi preenchido para todas

⁷ Atualizado pelo Decreto nº 5.028, de 31.3.2004, que reajustou o limite de receita bruta anual das empresas, de acordo com os índices de inflação acumulados no período, passando de R\$ 1,2 milhão/ano para R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais) de faturamento/ano. O efeito prático do Estatuto é que, junto com os artigos nº 170 e 179 da Constituição Brasileira, tornou-se uma das principais referências jurídicas para fundamentar novas ações de apoio às micro e pequenas empresas.

as empresas da amostra, localizando-se ou não a empresa e seu proprietário. Neste bloco, os entrevistadores fizeram a discriminação dos procedimentos de busca efetuados e informaram as eventuais recusas de entrevistas.

Quando o proprietário ou ex-proprietário das empresas era localizado, aplicava-se a entrevista. A entrevista foi realizada, salvo casos particulares, por intermédio de visita pessoal.

O SEBRAE-SP desenvolveu um questionário a ser aplicado (Anexo 2), que foi utilizado no processo de rastreamento e na entrevista. Este está estruturado em 4 (quatro) blocos:

Bloco 1: Roteiro de rastreamento.

Bloco 2: Caracterização das empresas e dos empreendimentos.

Bloco 3: Questões de planejamento prévio à abertura, gestão do negócio, comportamento empresarial, impacto da conjuntura econômica e políticas públicas e de apoio às empresas.

Bloco 4: Questões sobre o processo de encerramento (aplicado somente para empresas extintas).

Ao término da entrevista, foi solicitado ao respondente da pesquisa um cartão de visita ou carimbo da empresa ou visto no questionário, como forma de comprovação de que a entrevista foi efetivamente realizada.

Os dados coletados no campo (preenchidos nas fichas de atualização cadastral e questionários) foram digitados duas vezes, separadamente, confrontados, sendo revistas as eventuais diferenças.

Após a digitação, efetuou-se a consistência eletrônica dos dados, utilizando-se cruzamentos dos dados coletados com objetivos de identificação de eventuais inconsistências, possibilitando a correção das mesmas a partir de nova verificação dos dados.

ANEXO

2

Questionário



SEBRAE-SP Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo
 Pesquisa “Estudo da Mortalidade das Empresas Paulistas 2006”

1. EMPRESA Nº (_ | _ | _ | _ | _ | _)

2. INFORMAÇÕES LEVANTADAS NA INCUBADORA (SOMENTE PARA A AMOSTRA DE EMPRESAS DE INCUBADORAS: Nº 13.752 A 14.650)

a. NOME DO CONTATO NA INCUBADORA:			
EMPRESA	b. RAZÃO SOCIAL:		
	c. PROPRIETÁRIO(S):		
	d. TIPO DE RELAÇÃO: (1) Residente (2) Pré-residente (3) Não Residente (4) Graduada (5) Desistente (6) Associada		
	e. ENDEREÇO:	f. BAIRRO:	
	g. MUNICÍPIO:	h. UF:	i. CEP: (_ _ _ _ _ _) - (_ _ _)
	j. TEL.(s): (_ _)	; (_ _)	k. FAX: (_ _)

3. RESULTADO DA 1ª VISITA À EMPRESA (NO ENDEREÇO MAIS ATUALIZADO): (resposta única)

- (1) A empresa está no local indicado
- (2) Há outra empresa no local (e não é a empresa da amostra)
- (3) É um prédio (com acesso restrito)
- (4) É uma residência ou não é um estabelecimento comercial
- (5) Local com portas fechadas ou o imóvel não existe mais
- (6) O endereço não existe (rua ou nº inválido)
- (7) Outro resultado. Qual? _____

A empresa não foi localizada na 1ª visita (ou não há certeza de que tenha sido)

4. (SE ITENS 2 A 7) TENTATIVAS PARA ENCONTRAR O(S) PROPRIETÁRIO(S) OU A EMPRESA:	Sim	Não
a. Consulta ao(s) vizinho(s) do imóvel	(1)	(2)
b. Contato por telefone comercial da empresa	(1)	(2)
c. Contato por telefone residencial do(s) proprietário(s)	(1)	(2)
d. Consulta ao atual inquilino do imóvel	(1)	(2)
e. Consulta ao proprietário do imóvel (imobiliária)	(1)	(2)
f. Visita ao(s) endereço(s) residencial(is) do(s) proprietário(s) da empresa	(1)	(2)
g. Visita ao(s) outro(s) endereço(s) da Ficha da Empresa	(1)	(2)
h. Consulta ao antigo contador ou advogado da empresa	(1)	(2)
i. Consulta à associação comercial, de moradores do bairro, sindicato ou outros	(1)	(2)
j. Consulta à Prefeitura local	(1)	(2)
k. Consulta a familiares do proprietário	(1)	(2)

5. DESCRIÇÃO DO RASTREAMENTO: **(anotar dia e hora e local das ações)**

RESULTADO DO RASTREAMENTO (PREENCHER SOMENTE APÓS A FINALIZAÇÃO

DA ETAPA DE RASTREAMENTO)

6. ENCONTROU A EMPRESA FUNCIONANDO? **(o espaço físico em que a empresa opera foi visto pelo entrevistador ou o local foi informado pelo próprio proprietário)**

(1) Sim

a. RAZÃO SOCIAL:		
b. CNPJ: (_ _ _). (_ _ _ _). (_ _ _ _) / (_ _ _ _) - (_ _ _)		
c. ENDEREÇO:		d. BAIRRO:
e. MUNICÍPIO:	f. UF:	g. CEP: (_ _ _ _ _) - (_ _ _)
h. TELEFONE(S) P/ CONTATO: (_ _ _)		; (_ _ _)

(2) Não

7. ENCONTROU PELO MENOS UM DO(S) PROPRIETÁRIO(S) E/OU GERENTE?

(1) Sim

a. Nome(s):

(2) Não (nenhum dos proprietários foi localizado)

8. ENTREVISTADOR: CLASSIFIQUE A SITUAÇÃO DA EMPRESA (**resposta única**)

<p>(1) Está em atividade: está operando com o mesmo CNPJ ou está apenas temporariamente inativa devido a reforma ou férias mas, com certeza, vai retomar as atividades</p>	<p>(2) Não está em atividade e não há previsão de retomar as atividades ou ainda não iniciou as atividades desde sua constituição</p>	<p>(3) Empresa não localizada (pule p/ questão nº 11)</p>
---	---	--

9. QUAL A PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO UTILIZADA PARA CLASSIFICAR A SITUAÇÃO DA EMPRESA NA Q.8? (**resposta única**)

(1) O(s) proprietário(s) / gerente(s)

(2) Familiares (parentes) do(s) dono(s) da empresa

(3) Funcionários (antigos ou atuais) da empresa

(4) Outra pessoa. Quem? _____

10. SE HOUVE EFETIVAÇÃO DA ENTREVISTA

a. NOME DO(A) ENTREVISTADO(A): _____

b. O SR(A) PARTICIPA(OU), OFICIALMENTE, DO QUADRO DE SÓCIOS? (1) Sim (2) Não

11. SE NÃO HOUVE EFETIVAÇÃO DA ENTREVISTA OU ENTREVISTA INCOMPLETA, DESCREVER OS MOTIVOS:

ENTREVISTA

I. Informações Gerais

12. DESCRIÇÃO DOS **PRINCIPAIS PRODUTOS** E **SERVIÇOS** DA EMPRESA:

a. Produz(ia):

b. Vende(ia) ou Revende(ia):

c. Presta(va) Serviços de:

13. PORTE DA EMPRESA: NÚMERO DE PESSOAS ENVOLVIDAS ATUALMENTE COM A EMPRESA (SE INATIVA, INFORMAR O NÚMERO DE PESSOAS ENVOLVIDAS COM A EMPRESA NO ÚLTIMO MÊS DE ATIVIDADE):

(1) EMPRESA TIPO SOCIEDADE CIVIL, LIMITADA OU INDIVIDUAL	a. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Sócios ou proprietários (Pessoa Física)
	b. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Empregados (com ou sem carteira assinada)
	c. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> TOTAL (a. + b.)
	d. Há(via) pessoa jurídica no quadro societário? (1) sim (2) não
(2) COOPERATIVA OU ASSOCIAÇÃO	e. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Cooperados ou associados (pessoas físicas ou pessoas jurídicas)
	f. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Empregados (com ou sem carteira assinada)
	g. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> TOTAL (e. + f.)
(3) Sociedade Anônima	h. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Acionistas (Pessoas Físicas ou Pessoas Jurídicas)
	i. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Empregados (com ou sem carteira assinada)
	j. <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> TOTAL (h. + i.)

14. EXISTE (OU JÁ EXISTIU) PELO MENOS UM FAMILIAR TRABALHANDO NA EMPRESA, SEJA COMO SÓCIO OU EMPREGADO?

(1) sim (2) não

II. Informações do Perfil do Entrevistado

15. SEXO: (1) Masculino (2) Feminino

16. IDADE: () Anos

17. ESTADO CIVIL:

(1) Solteiro(a) (3) Separado(a)/desquitado(a)/divorciado(a)

(2) Casado(a)/mora junto (4) Viúvo(a)

18. ESCOLARIDADE:

(1) Até primeiro grau incompleto (3) Segundo grau completo (até 3º ano completo)

(2) Primeiro grau completo (até 8ª série completa) (4) Superior completo ou mais

19. ATÉ 3 MESES ANTES DE ABRIR A EMPRESA O(A) SR.(A) ESTAVA DESEMPREGADO (SEM OCUPAÇÃO E PROCURANDO UM EMPREGO)?

(1) Sim (2) Não

20. **(SE NÃO)** O QUE O SR(A) FAZIA ANTES DE ABRIR ESTA EMPRESA? (resposta única) - APRESENTAR CARTÃO LARANJA

- (1) Funcionário público (6) Estudante/estagiário(a) (não estava procurando emprego)
(2) Funcionário de empresa privada (7) Dona de casa (e não estava procurando emprego)
(3) Autônomo (sem empresa constituída) (8) Aposentado (e não estava procurando emprego)
(4) Proprietário de outra empresa (9) Outros. O que fazia? _____
(5) Trabalhador rural _____

21. O SR(A) TINHA EXPERIÊNCIA ANTERIOR OU CONHECIMENTOS NESTE RAMO DE NEGÓCIO DA EMPRESA?

- (1) Sim (2) Não

22. **(SE SIM)** ESTA EXPERIÊNCIA FOI COMO: **(resposta única)**

- (1) Diretor/gerente de outra empresa do ramo
(2) Funcionário de outra empresa do ramo
(3) Sócio/proprietário de outra empresa do ramo
(4) Alguém na família tinha um negócio similar
(5) Trabalhava como autônomo no ramo
(6) Outra. Qual? _____

23. QUAL O PRINCIPAL MOTIVO QUE FEZ O SR(A) ABRIR (OU ENTRAR) (N)ESTA EMPRESA? **(resposta única) - APRESENTAR CARTÃO PINK**

- (1) Desejava ter o próprio negócio
(2) Estava desempregado(a) e não arrumava emprego
(3) Identificou uma oportunidade de negócios
(4) Para melhorar de vida (aumentar a renda)
(5) Exigência dos clientes/fornecedores (necessidade de ter um CNPJ)
(6) Outro. Qual? _____

24. COMO CLASSIFICARIA O MOTIVO PRINCIPAL QUE FEZ O(A) SR(A) ABRIR A EMPRESA?

- (1) A percepção de um nicho de mercado em potencial (isto é, por oportunidade)
(2) Falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda (isto é, por necessidade)

III. Informações anteriores à abertura da Empresa

25. QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES QUE ENFRENTOU PARA CONSTITUIR ESTA EMPRESA? **(respostas múltiplas) – APRESENTAR CARTÃO BRANCO**

- (1) Falta de conhecimento do mercado
(2) Dificuldade em planejar todas as etapas do negócio

- (3) Falta de capital
 (4) Pagar taxas e impostos
 (5) Burocracia (obter autorizações oficiais como Cetesb, Vigilância Sanitária, Conselhos, Inscrição Estadual, Registro no CNPJ, na JUCESP, na Prefeitura, etc)
 (6) Outros. Quais? _____

26. QUANTO TEMPO O(A) SR(A) GASTOU LEVANTANDO INFORMAÇÕES, PLANEJANDO O NEGÓCIO OU ESTUDANDO O SETOR, ANTES DE CONSTITUIR A EMPRESA?

(__|__|__) Meses (**anotar zero, se não despendeu nenhum tempo**)

27. ANTES DE REGISTRAR ESTA EMPRESA, O(A) SR(A) LEVANTOU OU JÁ CONHECIA OS SEGUINTE ITENS? - (APRESENTAR CARTÃO AZUL)	Sim	Não
a. Quem seriam seus fornecedores e como eles trabalhavam em termos de preço e prazos de pagamento	1	2
b. Quantas empresas concorrentes sua empresa teria	1	2
c. Quantos clientes sua empresa teria e seus hábitos de consumo	1	2
d. Qual a qualificação necessária da mão-de-obra que precisaria contratar	1	2
e. Quais os aspectos legais relativos ao seu negócio (p. ex. impostos, taxas, legislação trabalhista, zoneamento, legislação sanitária e normas de segurança)	1	2
f. Qual a melhor localização para sua empresa (ponto)	1	2
g. Qual o valor do investimento e os custos envolvidos no negócio	1	2

28. COMO CONSEGUIU OS RECURSOS QUE UTILIZOU PARA MONTAR A EMPRESA?

(respostas múltiplas) - APRESENTAR CARTÃO AMARELO

- (1) Obteve dinheiro emprestado com amigos
 (2) Obteve dinheiro emprestado em bancos
 (3) Utilizou recursos próprios (pessoais ou da família)
 (4) Utilizou cartão de crédito ou cheque pré-datado
 (5) Negociou prazos de pagamentos com fornecedores
 (6) Utilizou outras fontes de financiamento. Qual(is)? _____

29. O SR(A) PARTICIPA(OU) DO CONTROLE DESTA EMPRESA DESDE A SUA CONSTITUIÇÃO?

- (1) sim (2) não

IV. Informações após a abertura de sua Empresa

30. ESTA EMPRESA CHEGOU EFETIVAMENTE A OPERAR (PRODUZIR, VENDER OU PRESTAR SERVIÇOS) NO MERCADO?

- (1) sim (2) não (pule para questão nº 47)

31. COM QUE FREQUÊNCIA A SUA EMPRESA COSTUMA(VA) APERFEIÇOAR SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS ÀS NECESSIDADES DOS CLIENTES?

(1) Nunca (2) Raramente (3) Algumas vezes (4) Sempre

32. COM QUE FREQUÊNCIA A SUA EMPRESA COSTUMA(VA) INVESTIR EM PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO (P. EX. MALA DIRETA, BRINDES, ETC.)?

(1) Nunca (2) Raramente (3) Algumas vezes (4) Sempre

33. COM QUE FREQUÊNCIA A SUA EMPRESA COSTUMA(VA) REALIZAR UM ACOMPANHAMENTO DA EVOLUÇÃO DAS RECEITAS E DAS DESPESAS AO LONGO DO TEMPO?

(1) Nunca (2) Raramente (3) Algumas vezes (4) Sempre

34. O SR(A) OU ALGUM DOS SÓCIOS-PROPRIETÁRIOS PROCUROU O APOIO DO SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE-SP)?

(1) sim (2) não (3) não sabe/não lembra

35. O SR(A) OU ALGUM DOS SÓCIOS-PROPRIETÁRIOS JÁ SOLICITOU EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS PARA A SUA EMPRESA?

(1) sim (2) não (3) não sabe/não lembra

36. **(SE SIM)** CONSEGUIU O EMPRÉSTIMO BANCÁRIO?

(1) sim (2) não

37. O SR(A) OU ALGUM DOS SÓCIOS-PROPRIETÁRIOS FEZ ALGUM CURSO PARA MELHORAR O CONHECIMENTO SOBRE COMO ADMINISTRAR UM NEGÓCIO?

(1) sim (2) não

38. INDIQUE QUE AÇÕES SUA EMPRESA JÁ REALIZOU:	Sim	Não
a. Ações em conjunto com outras empresas (compras, cooperativas e redes setoriais)?	1	2
b. Vendas para os governos municipal, estadual ou federal (licitações e concorrências)?	1	2
c. Participou de reuniões/seminários/parcerias coordenadas por entidades locais (prefeituras, associações e sindicatos)?	1	2

39. QUEM SÃO OS PRINCIPAIS CONCORRENTES DE SUA EMPRESA?

(1) Grandes empresas (3) Informais (5) Não tem concorrentes
 (2) Micro e pequenas empresas (4) Outros. Quem? _____

40. ATRIBUA UMA NOTA, DE 1 A 4, COM RESPEITO À FREQUÊNCIA COM QUE O PRINCIPAL RESPONSÁVEL PELA EMPRESA REALIZA(VA) AS SEGUINTE AÇÕES (SENDO 1=MUITO BAIXO E 4=MUITO ALTO)	Nota			
	1	2	3	4
a. Estabelece(ia) objetivos e metas para seus principais projetos?	1	2	3	4
b. Aproveita(va) as oportunidades, se antecipa(va) aos acontecimentos e se prepara(va) para enfrentar os problemas antes que eles aconteçam?	1	2	3	4
c. Busca(va) intensamente informações que auxiliam na tomada de decisões no seu negócio?	1	2	3	4
d. Está(va) disposto a enfrentar situações de “risco moderado” (que envolvem algum risco de perda de recursos mas que podem ser reduzidos por meio de algum plano ou maior controle das informações)?	1	2	3	4
e. Planeja(va) e monitora(va) cada etapa de seus projetos/ ações?	1	2	3	4
f. Busca(va) o nível de qualidade e eficiência máximo no que faz(ia)?	1	2	3	4
g. Segue(ia) de forma persistente seus objetivos?	1	2	3	4
h. Está(va) disposto a fazer sacrifícios pessoais para atingir seus objetivos?	1	2	3	4
i. Mantém(inha) contato pessoal com os clientes, fornecedores e outros parceiros e amigos do ramo?	1	2	3	4
j. Acredita(va) na sua capacidade pessoal de realizar sonhos?	1	2	3	4

41. SUA EMPRESA PASSOU POR ALGUM DOS SEGUINTE PROBLEMAS?	Sim	Não
a. Não consegue(ia) aperfeiçoar os produtos ou serviços de acordo com a necessidade dos clientes.	1	2
b. Problemas com a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.	1	2
c. Problemas com sócios.	1	2
d. Problemas com empregados.	1	2
e. Problemas com fornecedores.	1	2
f. Problemas com administração do fluxo de caixa (falta de sincronia entre receitas e despesas).	1	2
g. Custos elevados.	1	2
h. Outros problemas. Quais? _____	1	2

42. QUAL O FATOR MAIS IMPORTANTE PARA A SOBREVIVÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS? (**resposta única**) - **APRESENTAR CARTÃO ROSA**

- (1) Um bom planejamento antes da abertura da empresa.
- (2) Uma boa gestão do negócio após a abertura da empresa.
- (3) Políticas governamentais de apoio aos pequenos negócios.
- (4) Melhora da situação econômica do país.
- (5) Evitar que os problemas pessoais prejudiquem o negócio.
- (6) Outro. Qual? _____

43. NO PRIMEIRO ANO DA SUA EMPRESA, QUAL FOI O VALOR APROXIMADO DO INVESTIMENTO TOTAL FEITO EM MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS, REFORMA DE INSTALAÇÕES, COMPRA DE IMÓVEIS, TERRENOS E VEÍCULOS?

R\$ (_ | _ | _ | _ . | _ | _ | _ | _), 00

44. DESSE TOTAL, QUAL O PORCENTUAL QUE CORRESPONDIA A RECURSOS PRÓPRIOS (PESSOAIS OU DE FAMILIARES)?

R\$ (_ | _ | _ | _ . | _ | _ | _ | _), 00

45. NO PRIMEIRO ANO DE SUA EMPRESA, QUAL FOI O VALOR MÉDIO MENSAL, GASTO COM: INSUMOS, MERCADORIAS, IMPOSTOS E ALUGUÉIS?

R\$ (_ | _ | _ | _ . | _ | _ | _ | _), 00

46. DESSE TOTAL, QUAL O PORCENTUAL QUE CORRESPONDIA A RECURSOS PRÓPRIOS (PESSOAIS OU DE FAMILIARES)?

R\$ (_ | _ | _ | _ . | _ | _ | _ | _), 00

ATENÇÃO: APENAS PARA A AMOSTRA DE EMPRESAS DE INCUBADORAS:

Nº 13.752 A 14.650

47. A EMPRESA RECEBE OU RECEBEU REGULARMENTE SERVIÇOS DA INCUBADORA (acompanhamento do gerente, assessorias, participação de cursos e treinamentos, etc.)?

(1) sim (2) não

48. A EMPRESA UTILIZA OU UTILIZOU BOXE OU SALAS DA INCUBADORA PARA INSTALAR SEU NEGÓCIO/PROJETO?

(1) sim (2) não

ATENÇÃO: EMPRESAS EM ATIVIDADE, AGRADECER E ENCERRAR A ENTREVISTA

V. PROCESSO DE ENCERRAMENTO (SOMENTE PARA EMPRESAS INATIVAS)

49. QUANDO A EMPRESA DEIXOU DE FUNCIONAR? Mês: (_ | _) Ano: (_ | _ | _ | _)

50. QUAL FOI O PRINCIPAL MOTIVO PELO QUAL SUA EMPRESA DEIXOU DE FUNCIONAR?

51. QUE TIPO DE ASSESSORIA OU AUXÍLIO O(A) SR(A). ACREDITA QUE TERIA SIDO ÚTIL PARA EVITAR O FECHAMENTO DESTA EMPRESA?

52. ATUALMENTE, QUAL ATIVIDADE PROFISSIONAL O SR(A) REALIZA? **(resposta única)**

- (1) Abriu (ou continuou com) outra(s) empresa(s).
- (2) Aposentou-se
- (3) Arrumou um emprego com carteira de trabalho assinada.
- (4) Arrumou um emprego sem carteira de trabalho assinada.
- (5) Passou a trabalhar como autônomo (conta própria).
- (6) Não exerceu nenhuma atividade desde que fechou a empresa.
- (7) Outra atividade. Qual? _____

53. EM TERMOS PESSOAIS, NO MOMENTO EM QUE FECHOU A EMPRESA O SR(A):

(resposta única)

- (1) Ficou numa situação financeira melhor do que quando abriu.
- (2) Ficou numa situação financeira pior do que quando abriu.
- (3) Permaneceu na mesma situação em que estava antes de abrir a empresa.

54. QUANTO AOS RECURSOS QUE INVESTIU NA SUA EMPRESA: **(resposta única)**

- (1) Conseguiu recuperar todo o dinheiro investido na empresa. **(pule p/ questão nº 56)**
- (2) Conseguiu recuperar parte do dinheiro investido na empresa.
- (3) Perdeu todo o dinheiro investido na empresa.

55. **(SE ITEM 2 OU 3)** QUANTO PERDEU? R\$ (____|____|____|.____|____|____),00

56. QUANDO A EMPRESA DEIXOU DE FUNCIONAR, QUAL FOI O SENTIMENTO PESSOAL QUE FICOU A RESPEITO DISSO?

ATENÇÃO: AGRADECER E ENCERRAR A ENTREVISTA

Espaço reservado para anexar o cartão da empresa ou carimbo (caso não seja possível, solicitar a gentileza de um visto ou assinatura do entrevistado para comprovar a efetivação da entrevista)	Entrevistador:	Data da finalização do rastreamento: ____/____/2006 Data da entrevista (se houve): ____/____/2006
	Crítico:	Data da crítica: ____/____/2006
	Verificador:	Data da verificação: ____/____/2006
Espaço reservado para uso interno do SEBRAE-SP – Favor não utilizar ____/____/____	____/____/____	

ANEXO

3

Roteiro prévio para o rastreamento de cada uma das empresas

Projeto Mortalidade 2006

versão: 23/ago./2006

Como estabelecer um **roteiro prévio** para o rastreamento de cada uma das empresas

A pesquisa de Mortalidade adota como unidade de estudo a EMPRESA – quando possível – identificada pelo seu CNPJ da matriz. Uma empresa pode ter vários estabelecimentos, mas somente uma matriz. Os estabelecimentos podem ser constituídos em datas diversas, no entanto, consideramos a data em que a matriz foi constituída. Da mesma forma, se um estabelecimento é fechado e a matriz permanecer funcionando, a empresa é considerada EM ATIVIDADE.

1- (Apenas empresas de incubadora – Empresas nº 13.752 a 14.650)

Marcar para visitar primeiro (na Ficha de Cadastro) o **endereço da Incubadora**. Deverá ser agendado um horário para falar com o gerente da Incubadora ou outro funcionário que este designe para colher todas as informações (cadastrais) referentes a:

- empresas residentes (e recebem um acompanhamento da incubadora);

- empresas não-residentes (estão estabelecidas fora da incubadora – devido à natureza do negócio, mas recebem um acompanhamento da incubadora);
- empresas graduadas (i.e, terminaram sua formação na incubadora e por isso se encontram estabelecidas fora da incubadora);
- empresas desistentes (i.e, saíram da incubadora antes de terminarem seu programa de formação);
- empresas no hotel de empresas (também chamadas de pré-residentes, são aquelas que desenvolvem um projeto, estando ou não com empresa constituída - CNPJ);
- empresas associadas (utilizam ou já utilizaram algum recurso da Incubadora de forma ocasional).

O contato com o gerente da incubadora deve ser efetuado antes de contatar a empresa (estando atualmente residente ou não na incubadora).

2 – Para a 1ª visita, marcar na Ficha de Cadastro o endereço da empresa que julgar mais atual:

- A primeira referência para identificar o endereço mais atual da empresa pode ser a última data de um dos cadastros utilizados:
 - * data em que efetuou alguma operação (p.ex. na Receita Federal);
 - * data em que recebeu algum serviço ou curso (p. ex. no SEBRAE-SP);
 - * data em que contratou ou dispensou empregado formal (p. ex. no CEE) ou

* data de publicação da constituição da empresa (p.ex. no o Boletim da JUCESP).

Atenção: a última data não necessariamente contém o endereço mais atualizado

- Observação: as Fichas de Breve Relato da Junta Comercial de São Paulo (JUCESP) foram impressas entre jun./06 e ago./06 e informam a situação cadastral até esse momento. No entanto, as empresas não necessariamente mantêm estas informações atualizadas.
- Atenção: os dados da Telefônica parecem ser os mais atuais. Porém, podem ser informações de homônimos (i.e. pessoas ou empresas que têm nomes idênticos). Desta forma, ao contatar alguém por um número de telefone obtido na lista, deve-se checar se a pessoa é aquela que realmente está sendo procurada.
- Se o endereço que se julgar mais atual estiver fora do estado de São Paulo ou fora dos municípios que serão percorridos, marcar o endereço anterior que esteja na área percorrida pela pesquisa.
- Serão visitados apenas os 74 municípios estabelecidos pela pesquisa: Amparo, Apiaí, Araraquara, Araçatuba, Araras, Assis, Bariri, Barra Bonita, Barretos, Barueri, Bauru, Bebedouro, Birigüi, Botucatu, Campinas, Capivari, Carapicuíba, Catanduva, Embu, Dois Córregos, Fernandópolis, Franca, Garça, Guaíra, Guaratinguetá, Guarulhos, Hortolândia, Itu, Jaborandi, Jaboticabal, Jardinópolis, Jaú, Jundiaí, Leme, Lencóis Paulista, Limeira, Lins, Lorena, Marília, Mauá, Matão, Mococa, Mogi das Cruzes, Mogi Mirim, Novo Horizonte, Olímpia, Osvaldo Cruz, Penápolis, Pindamonhangaba, Piracicaba, Piraju, Porto Ferreira, Praia Grande, Ribeirão Preto, Rio Claro, Santa Fé do Sul, Santa Bárbara d'Oeste, Santana de Parnaíba, Santo André, Santos, São Bernardo do Campo, São Carlos, São João da Boa Vista, São Joaquim da Barra, São José dos Campos, São José

do Rio Preto, São Paulo, São Vicente, Sertãozinho, Sorocaba, Sumaré, Tabatinga, Vargem Grande do Sul, Votorantim e Votuporanga.

3 – Não se encontrando a empresa após a 1ª visita, deve-se tentar outras formas de localização da empresa:

- consulta ao atual inquilino do imóvel, visando identificar o endereço atual da empresa procurada ou do(a) proprietário(a) ou ex-proprietário(a) para rastreamento e entrevista;
- consulta a vizinhos do imóvel, visando identificar o endereço atual da empresa ou do(a) proprietário(a) ou ex-proprietário(a) para rastreamento e entrevista;
- consulta à imobiliária, administradora ou proprietário do imóvel onde deveria ser a sede da empresa, visando identificar o endereço atual do(a) proprietário(a) ou ex-proprietário(a) para rastreamento e entrevista;
- consulta aos atuais ou antigos contadores da empresa, advogados ou gestores (quando forem obtidas informações junto aos vizinhos sobre estes possíveis contatos), visando identificar o endereço atual do(a) proprietário(a) ou ex-proprietário(a) para rastreamento e entrevista;
- visita a endereços da Ficha de Cadastro, quando se suspeitar que o endereço escolhido para a 1ª visita estava equivocado;
- busca da empresa e/ou empresário por intermédio dos números de telefones (apenas nos casos para os quais não for possível a localização pela visita pessoal). O uso de telefone deverá se restringir à localização do proprietário ou ex-proprietário, visando marcar a entre-

vista. A visita pessoal deverá ser realizada após contato por telefone.

4 – Casos especiais: Não encontrando a empresa após a 1ª visita, sugerem-se as seguintes alternativas de rastreamento:

- *Holding* (empresa de gestão de participação societária): é comum que as *holdings* sejam empresas de maior porte, ou pelo menos, instaladas em prédios comerciais. Nos dois casos, o acesso tende a ser mais difícil. Se ocorrerem problemas de acesso, sugere-se ligar para confirmar o endereço da empresa e, se possível, marcar uma entrevista com funcionário que possa informar sobre a empresa (preferencialmente alguém da Diretoria da empresa).
- Empresas já encerradas ou dissolvidas ou canceladas na JUCESP ou Receita Federal: contatar o(a) ex-proprietário(a) que guarda os livros da empresa – por meio de telefone residencial ou visita à sua residência - para marcar a entrevista. Se esse proprietário não for encontrado, procurar os outros sócios, se existirem.
- Empresas com falência decretada na Jucesp: contatar o(a) proprietário(a) da empresa - por meio de telefone residencial ou visita à sua residência - para marcar uma entrevista. No caso de empresas falidas, as Fichas da JUCESP costumam trazer o nome do síndico da massa falida (que pode ser uma pessoa física ou jurídica). Caso não seja possível encontrar o proprietário da empresa falida, uma opção é telefonar para o síndico e solicitar um contato com o(a) ex-proprietário(a).
- Empresas transferidas para outros municípios ou estados: contatar a Empresa ou o(a) proprietário(a) – por meio de telefone residencial ou visita pessoal (no caso de mudança de endereço no âmbito dos municípios da

amostra). Para localizar telefones em outras unidades de federação, utilizar os seguintes sites:

* Operadora Telemar
www.via102.com.br

* Operadora Brasil Telecom
www.brasiltelecom.com.br

- Empresas registradas em municípios com isenção fiscal (p. ex. municípios da RMSP): nos casos em que o endereço de registro da empresa é um endereço fiscal (para cobrança de impostos), contatar o(a) proprietário(a) – por meio de telefone residencial ou visita à sua residência.
- Empresas incorporadas por outras ao longo do seu funcionamento: entrevistar o proprietário ou gerente da empresa que incorporou a empresa da amostra e verificar se o CNPJ da empresa da amostra ainda está ativo ou não (p ex. se emitem notas fiscais com este CNPJ).

Situação cadastral das empresas na Receita Federal do Brasil (RFB)

Ativa

- Na prática, é a empresa em atividade;
- Pelas normas da RFB a inscrição no CNPJ será enquadrada na situação ativa quando o estabelecimento não se enquadrar em nenhuma das hipóteses anteriores.

Baixada

- Na prática, é a empresa formalmente encerrada;

- É a empresa com solicitação de baixa deferida ou baixa de ofício.

Inapta

- Na prática, é a empresa cuja localização não é conhecida pela RFB;
- Empresa que deixou de apresentar por cinco ou mais exercícios a declaração do IRPJ, do Simples ou de inatividade, e não regularizou sua situação 60 dias após intimada;
- Empresa que deixou de apresentar por um ou mais exercícios a declaração do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ), do Simples ou de inatividade, e não foi localizada no endereço informado à Receita Federal do Brasil;
- Empresa que não comprove a origem, disponibilidade e transferência de recursos empregados em operações de comércio exterior.

Suspensa

- Na prática, é a empresa temporariamente sem atividade;
- Empresa que interrompeu temporariamente suas atividades;
- Empresa que solicitou baixa de inscrição e a baixa se encontra sob análise ou foi indeferida;
- Empresa que está em processo de declaração de inaptidão;
- Empresa que apresenta indícios de interposição fraudulenta de sócio ou titular;

- Empresa que não reconstituiu a pluralidade do quadro de sócios e administradores (QSA) em 210 dias.

ANEXO

4

Incubadoras contempladas no estudo

- Agronegócios - Incubadora de Base Tecnológica/ Biotecnologia
- Centro Incubador de Empresas de São José do Rio Preto
- Ciatic - Nade - Núcleo de Apoio ao Desenvolvimento de Empresas
- Ciem - Centro Incubador de Empresas de Marília
- Cietec - Centro Incubador de Empresas Tecnológicas
- Cinet - Centro Incubador de Empresas Tecnológicas
- Iesbec - Incubadora de Empresas de São Bernardo do Campo
- Inagro - Incubadora de Agronegócios de Piraju e Região
- Inagro - Incubadora de Agronegócios de Jaborandi
- Incamp - Incubadora de Empresas de Base Tecnológica da Unicamp
- Incubadora de Negócios Cecompi
- Incubadora de Empresas de Base Tradicional
- Incubadora Cultural de São João da Boa Vista
- Incubadora de Agronegócios de Limeira
- Incubadora de Agronegócios de Votuporanga
- Incubadora de Cooperativas de Embu
- Incubadora de Empresas Barão de Mauá
- Incubadora de Empresas de Batatais
- Incubadora de Empresas de Bebedouro
- Incubadora de Empresas de Fernandópolis
- Incubadora de Empresas de Guaiá
- Incubadora de Empresas de Guarulhos
- Incubadora de Empresas de Jardinópolis
- Incubadora de Empresas de Leme
- Incubadora de Empresas de Lins

- Incubadora de Empresas de Matão
- Incubadora de Empresas de Olímpia
- Incubadora de Empresas de Santa Fé do Sul
- Incubadora de Empresas de Sertãozinho
- Incubadora de Empresas Joaquinense
- Incubadora para Inovação e Empreendedorismo
- Incubadora Tecnológica de Jaboticabal
- Incubadora Tecnológica de Mogi das Cruzes
- Incubadora Tecnológica Univap
- Incubadora Tecnológica Univap - Revap
- Incubaero - Incubadora Tecnológica Aeroespacial
- Incubatec – Incubadora Tecnológica de Barretos
- Incunesp - Incubadora de Empresas Unesp Rio Claro
- Innova - Incubadora Tecnológica de Santo André
- ITS - Instituto de Tecnologia de Software
- Núcleo de Desenvolvimento de Empresas - Incubadora José João Sans
- Núcleo de Desenvolvimento de Empresas Santana de Parnaíba
- Núcleo de Apoio à Vida de Empresas - Incubadora Novo Horizonte
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Barra Bonita
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Araraquara
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Araras
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Assis
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Bariri
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Birigüi
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Botucatu
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Franca
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Garça
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Limeira
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Penápolis
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Piracicaba
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Rio Claro
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Itu
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Jaú
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Jundiá
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Mococa
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Sorocaba

- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial José Ermírio de Moraes Filho
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial Lençóis Paulista
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Praia Grande
- Núcleo de Desenvolvimento Empresarial Porto Ferreira
- Softex - Incubadora Softex de Campinas
- Supera - Incubadora de Empresas de Base Tecnológica

ANEXO

5

Distribuição da amostra efetivamente rastreada, segundo município e grupo

Distribuição da amostra efetivamente rastreada,
segundo município e grupo

Municípios		Nº de municípios	Tamanho da amostra (nº de empresas)		
			Grupo 1	Grupo 2	Total
Municípios da Região Metropolitana de São Paulo	Barueri, Carapicuíba, Embu, Guarulhos, Mauá, Mogi das Cruzes, Santo André, São Bernardo do Campo, Santana de Parnaíba e São Paulo	10	820	850	1.670
Municípios até 100 km da Capital	Campinas, Itu, Jundiaí, Praia Grande, Santos, São José dos Campos, São Vicente, Sorocaba e Votorantim	9	324	400	724
Municípios de 100 a 350 km da Capital	Amparo, Apiaí, Araraquara, Araras, Bariri, Barra Bonita, Bauru, Botucatu, Capivari, Guaratinguetá, Hortolândia, Jaboticabal, Leme, Limeira, Jardinópolis, Jaú, Lençóis Paulista, Lorena, Matão, Mococa, Mogi Mirim, Pindamonhangaba, Piracicaba, Piraju, Porto Ferreira, Ribeirão Preto, Rio Claro, Santa Bárbara d'Oeste, São Carlos, São João da Boa Vista, Sertãozinho, Sumaré, Tabatinga e Vargem Grande do Sul	34	731	905	1.636
Municípios com mais de 350 km da Capital	Araçatuba, Assis, Barretos, Batatais, Bebedouro, Birigüi, Catanduva, Fernandópolis, Franca, Garça, Guaiara, Jaborandi, Lins, Marília, Novo Horizonte, Olímpia, Penápolis, Santa Fé do Sul, São Joaquim da Barra, São José do Rio Preto e Votuporanga	21	225	395	620
TOTAL		74	2.100	2.550	4.650

Fonte: Elaborado pelo Observatório das MPes do SEBRAE-SP



Central de Relacionamento
0800 570 0800
De segunda a sexta, das 8h às 20h - ligação gratuita
www.sebraesp.com.br

ISBN 978-85-7376-069-9

