

SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE

das
Empresas
Paulistas
de 1 a 5 anos

Edição 2005



SEBRAE
SP

Sobrevivência e Mortalidade

das Empresas Paulistas de

de 1 a 5 anos

Edição 2005



Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP

Presidente: Paulo Skaf

ACSP - Associação Comercial de São Paulo

ANPEI - Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras

Banco Nossa Caixa S.A.

BB - Superintendência Estadual do Banco do Brasil

CAIXA - Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal

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

Secretaria de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo

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

Diretor Superintendente

José Luiz Ricca

Diretores Operacionais

Carlos Eduardo Uchôa Fagundes

Carlos Roberto Pinto Monteiro

Gerentes Executivos

Alessandro Paes dos Reis

Regina Maria Borges Bartolomei

Waldir Catanzaro

Gerente da Assessoria de Pesquisas Econômicas

Marco Aurélio Bedê

Equipe Técnica

Alida Almeida da Silva

Hao Min Huai

Marco Aurélio Bedê (coordenador)

Pedro João Gonçalves

Pedro Surcalo Junior

Virgínia Marella Neves da Silva

Projeto gráfico e coordenação de produção: Editoração SEBRAE-SP

Francisco Ferreira/Marcelo Costa Barros/Patricia de Mattos Marcelino/Rogério Aparecido da Silva

Capa: Rogério Aparecido da Silva

Revisão: Renata Santos Silva Laureano

Diagramação: RW3 Design

Fotolito e impressão: Ramosdata Gráfica, Editora e Informática Ltda

Dados Internacionais de catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira de Livros, SP, Brasil)

Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos / Marco Aurélio Bedê, (coordenador). – São Paulo : SEBRAE, 2005.

Vários colaboradores.
Bibliografia.

1. Empresas – São Paulo (Estado) 2. Empresas – Mortalidade – São Paulo (Estado) I. Bedê, Marco Aurélio.

04-7594

CDD-338.71098161

Índices para catálogo sistemático:

1. Empresa paulistas : Sobrevivência e mortalidade : Economia 338.71098161
2. São Paulo : Estado : Empresas : Sobrevivência e mortalidade : Economia 338.71098161

Sobrevivência e Mortalidade

das Empresas Paulistas de

de 1 a 5 anos

Edição 2005



Vida longa às micro e pequenas empresas

O Brasil realmente é uma nação empreendedora. A cada ano, cerca de 500 mil novas empresas são criadas e com elas surgem cerca de 1,5 milhão de postos de trabalho. Imaginem que País nós teríamos se a grande maioria dessas iniciativas tivesse condições de prosperar. Em cerca de 12 anos o problema do desemprego estaria praticamente solucionado. Porém, ainda estamos distantes de tal cenário.

Contudo, este grande potencial dos pequenos negócios em gerar emprego e renda ainda não é adequadamente aproveitado, como mostra este trabalho do Sebrae-SP: as taxas de mortalidade das MPEs permanecem altas, sendo que 29% das novas empresas paulistas encerram suas atividades antes de completar 1 ano de atividade e 56% fecham em 5 anos.

Apesar do recuo dos índices em relação a estudos anteriores, os indicadores continuam piores do que os registrados nos EUA e em países da Europa, onde 46% dos pequenos negócios encerram suas atividades em 5 anos.

São graves as conseqüências da curta vida das MPEs: em 2004, só no Estado de São Paulo, o custo da mortalidade das empresas implicou a perda de 281 mil ocupações e de quase R\$ 15 bilhões. Uma nação emergente, com imenso passivo social e elevada taxa de desemprego, não pode dar-se ao luxo de tais prejuízos.

A solução é uma responsabilidade de todos nós e virá com a instituição de políticas públicas favoráveis a estes empreendimentos e maior capacitação em planejamento e gestão.

Não temos dúvidas que o desenvolvimento brasileiro somente será conquistado se resolvermos o problema das MPEs, a verdadeira base da inclusão social por meio do emprego e elemento fundamental para oxigenar e estimular toda a economia.

Paulo Skaf

Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP

Caminhos para a sobrevivência dos pequenos negócios

A cada dia cresce nossa convicção que o desenvolvimento socioeconômico que almejamos somente será conquistado se efetivamente resolvermos o problema da mortalidade de empresas. Os estudos do SEBRAE-SP têm mostrado que, a cada ano, no Estado de São Paulo, são fechadas cerca de 78 mil novas empresas. Com isso, pelo menos 281 mil novas ocupações são eliminadas. Isto equivale a 3,5 estádios do Morumbi lotados, por ano.

É certo que os pequenos negócios conseguiram uma sobrevida maior. Há quatro anos, a taxa de mortalidade de empresas com até cinco anos era de 71%. Neste novo estudo, verifica-se que o índice para empresas até cinco anos caiu para 56%, ainda alto, mas já sinalizando que algumas ações em prol dos pequenos negócios começam a funcionar.

Entre os fatores que contribuíram para tal redução, destaca-se o crescimento de políticas de apoio ao segmento. Nesse sentido, o SEBRAE-SP tem realizado vários esforços, como os programas de estímulo ao empreendedorismo junto às prefeituras e câmaras municipais, a mobilização das lideranças em favor da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, projeto que vem tramitando no Congresso Nacional, desde meados de 2005.

No campo da capacitação dos empreendedores, a estratégia da instituição foi promover a revolução do atendimento, com a implantação de instrumentos que levem aos 4,5 milhões de empreendedores paulistas os produtos e serviços que garantam maior competitividade.

Investimos fortemente na expansão de uma rede pró-empendedorismo, com a instalação de Postos Sebrae de Atendimento ao Empreendedor (PAE) e na prestação de serviços por meio de canais virtuais - portal, TV, rádio e e-mail. Destaca-se também a promoção do empreendedorismo em todas as faixas etárias. Tais ações foram implementadas a partir das pesquisas anteriores realizadas pela instituição.

A presente publicação mostra que os resultados começam a aparecer. E mais importante, que as ações até aqui realizadas foram de grande importância, servindo de estímulo para sua ampliação e seu aprimoramento. Porque temos certeza que estamos prestes a escrever um novo capítulo na história do empreendedorismo brasileiro.

José Luiz Ricca

Diretor Superintendente do SEBRAE-SP

Índice

Apresentação	11
1. A taxa de mortalidade das empresas registradas na JUCESP	14
2. Características das empresas registradas na JUCESP	15
3. Comparações: empresas encerradas x empresas em atividade (JUCESP)..	23
4. As causas da mortalidade de empresas	34
5. O destino dos proprietários das empresas encerradas	36
6. O custo social da mortalidade de empresas	41
7. Tendências da mortalidade de empresas	46
8. A taxa de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP	50
9. Principais conclusões e recomendações	56
Referências Bibliográficas	61
Anexo 1 - Notas Metodológicas	62
Anexo 2 - Cronograma de trabalho	79
Anexo 3 - Questionário	82
Anexo 4 - Ficha Cadastral	96
Anexo 5 - Roteiro prévio para o rastreamento de cada uma das empresas ...	100
Anexo 6 - Distribuição da amostra do Grupo 1 por município	105
Anexo 7 - Incubadoras contempladas no estudo	106
Anexo 8 - Distribuição da amostra do Grupo 2 por município	109

Apresentação

O estímulo ao empreendedorismo e a evolução sustentada dos pequenos negócios são objetivos estratégicos do Sistema SEBRAE. A abertura e o fechamento de empresas é uma característica inerente aos próprios negócios. Contudo, uma elevada taxa de mortalidade de empresas é um indício de que algo não está funcionando como deveria. O Brasil é um dos países com maior taxa de mortalidade de empresas. E o fechamento das empresas implica a eliminação de postos de trabalho, a interrupção de um fluxo de renda (e produção), a perda de recursos investidos e, no plano pessoal, a frustração das expectativas depositadas no sonho do próprio negócio.

Ciente dessa situação, desde 1998, a cada 2 anos, o SEBRAE-SP realiza uma atualização de seu estudo sobre a mortalidade de empresas, para monitorar as taxas de mortalidade e as razões do fechamento prematuro dessas empresas. Esse estudo sistemático gera informações que servem de base para a elaboração de estratégias e políticas específicas, pelas organizações de apoio às micro e pequenas empresas (MPEs), visando reduzir a ocorrência desse fenômeno e ampliar as chances de sobrevivência dos pequenos negócios.

O relatório aqui apresentado consiste na quarta versão desse estudo. O objetivo deste trabalho foi atualizar o cálculo da taxa de mortalidade das empresas de um a cinco anos abertas no Estado de São Paulo, identificar os principais fatores contribuintes para o fechamento das empresas e apresentar propostas de ações que permitam obter uma redução da mortalidade de empresas.

Em relação às versões anteriores¹, foram realizadas diversas inovações. Nos trabalhos anteriores, procurou-se captar os efeitos das políticas públicas sobre a sobrevivência dos pequenos negócios, bem como mensurar as perdas financeiras e sociais decorrentes do encerramento dos negócios recém-constituídos e o sentimento e destino dos empreendedores que encerraram seu negócio. Desta vez, procurou-se também captar as características do perfil empreendedor que mais contribuem para a sobrevivência das pequenas empresas. Outra novidade,

1. SEBRAE-SP (2004, c), SEBRAE-SP (2001) e SEBRAE-SP (1999).

foi a realização do estudo com uma amostra adicional composta especificamente por empresas clientes do SEBRAE-SP, também com até 5 anos de atividade. Com isso, foi possível identificar as taxas de mortalidade para os dois grupos, em separado: empresas registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP); e empresas clientes do SEBRAE-SP. Também foi possível levantar o perfil comparativo dessas empresas.

Assim, inicialmente a pesquisa de campo, executada entre outubro e dezembro de 2004, partiu de uma amostra aleatória de 2.000 empresas, amostra representativa das empresas registradas na JUCESP, no período de 1999 a 2003. Os procedimentos se compõem, basicamente de rastreamento das empresas (busca extensiva para identificar se estavam em atividade ou foram encerradas) e realização de entrevistas com os donos dos negócios e os ex-proprietários. A amostra foi sorteada a partir do universo das empresas registradas na JUCESP como firmas individuais e sociedades limitadas. No caso da amostra específica de empresas que são clientes do SEBRAE-SP, ela foi constituída por 2.650 empresas sorteadas a partir do universo de empresas (firmas individuais, sociedades limitadas e outros tipos de sociedade tais como cooperativas) registradas no cadastro de pessoas jurídicas do SEBRAE-SP, cuja constituição ocorreu entre 1999 e 2003, e que tenham feito uso de pelo menos um produto oferecido pela instituição, nesse mesmo período².

Como principais resultados, verificou-se que no caso das empresas com registro na JUCESP, cerca de 56% das empresas não chegaram a concluir o quinto ano de atividade. Considerando apenas as empresas com até cinco anos de atividade, em média, anualmente cerca de 73 mil empresas paulistas encerram suas atividades, levando a uma perda estimada de, pelo menos, 281 mil postos de trabalho por ano³ e uma perda de R\$ 14,8 bilhões em termos financeiros. Esses resultados, embora elevados, são inferiores aos verificados na pesquisa anterior, quando a mortalidade de empresas até cinco anos foi de 60%, o número de empresas fechadas chegou a 78 mil/ano e os postos de trabalho eliminados chegaram a 335 mil/ano. Em termos comparativos, as taxas de mortalidade no

2. Exceto as empresas que só utilizaram o serviço de atendimento telefônico 0800 e de atendimento de balcão, por serem considerados serviços de menor densidade em termos de conhecimento.

3. Como ilustração, o total de pessoas é o equivalente a 3,5 estádios do Morumbi (SP) lotados.

grupo de empresas clientes do SEBRAE-SP se mostram inferiores, sendo de 24% nas empresas até 1 ano de atividade e de 30% nas empresas até 5 anos de atividade. A diferença a favor das empresas clientes do SEBRAE-SP é atribuída, em parte, ao próprio perfil do empreendedor que procura a instituição (ex. com maior escolaridade, com maior pró-atividade, com habilidades empreendedoras mais desenvolvidas) e, em parte, pelo fato de que, ao fazer uso dos produtos e serviços da instituição, aprimoram ainda mais seu perfil empreendedor.

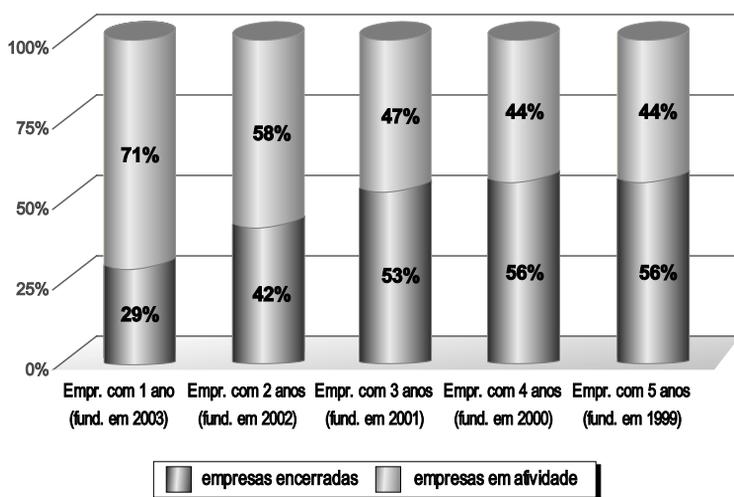
Em resumo, este estudo mostra que, entre os principais fatores que afetam o encerramento das atividades estão: perfil empreendedor pouco desenvolvido entre a maioria dos que abrem uma empresa; a falta de planejamento do negócio antes de sua abertura; a má gestão empresarial durante os primeiros anos de atividade; a insuficiência de políticas públicas de apoio aos pequenos negócios (ex. tributária, trabalhista, de crédito, etc); o baixo crescimento da economia brasileira e os problemas pessoais dos donos das empresas que afetam o negócio (ex. brigas entre sócios, problemas de saúde e de sucessão).

Entre as propostas apresentadas para a redução da mortalidade de empresas, destacam-se: a necessidade de desenvolver as características do perfil empreendedor, o melhor planejamento antes da abertura do negócio, o melhor preparo do empreendedor em termos de gestão empresarial e a necessidade de ampliar e aperfeiçoar as políticas de apoio às MPEs, que representam 99% das empresas brasileiras (vide respectivamente SEBRAE-SP, jul/2002 e Moraes, 2004).

1. A taxa de mortalidade das empresas registradas na JUCESP

Os resultados da pesquisa⁴ permitem concluir que 29% das empresas não chegam a concluir o primeiro ano de atividade, 42% não atingem o final do segundo ano, 53% encerram suas atividades antes do fim do terceiro ano, 56% não ultrapassam o quarto ano e que este percentual (56%) se repete no quinto ano de atividade (Figura 1).

Figura 1 - Sobrevivência e mortalidade acumulada das empresas, Estado de São Paulo (rastreamento realizado em out/dez 2004)



Fonte: SEBRAE-SP.

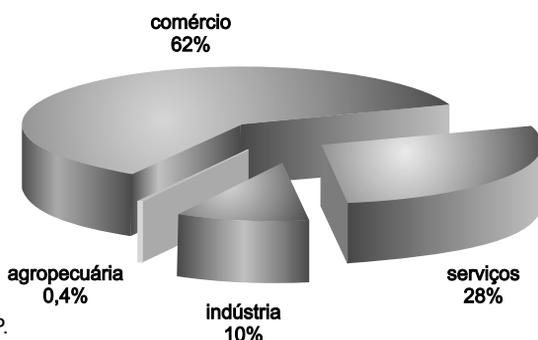
4. Em resumo, a metodologia utilizada envolve o rastreamento das empresas por meio de levantamento dos dados cadastrais das empresas na Secretaria da Receita Federal, por meio do número do CNPJ, e na Junta Comercial do Estado de São Paulo, por meio do registro de abertura e "Ficha de Breve Relato", onde são realizados registros de alterações no contrato social (composição societária, razão social, endereço, etc), visita ao endereço atualizado da empresa, consulta a vizinhos, atual inquilino do imóvel, imobiliária, busca por telefone dos sócios-proprietários, visita à residência dos sócios-proprietários, consulta a antigo contador ou advogado da empresa e consultas diversas (p.ex. Associações Comerciais, moradores de bairro e sindicatos). O sorteio das empresas abertas em cada ano, de 1999 a 2003, foi realizado tendo como universo o conjunto das empresas abertas de janeiro a dezembro de cada ano, proporcionalmente aos registros de abertura mensal. O rastreamento dessas empresas foi realizado entre outubro e novembro de 2004. No anexo 1 desta publicação a metodologia utilizada no trabalho é descrita com detalhe.

Em relação aos estudos realizados anteriormente, verifica-se queda da taxa de mortalidade no grupo das empresas com até cinco anos. Como consequência disso, aparentemente começa-se a estabelecer uma tendência à maior estabilidade da taxa de mortalidade de empresas, entre as empresas do terceiro ao quinto ano de atividade. Isso reforça a percepção anterior de que a mortalidade de empresas é proporcionalmente mais forte nos três primeiros anos. Assim, uma empresa que tenha conseguido sobreviver até o terceiro ano apresenta maiores chances de sobrevivência nos anos seguintes, *vis-à-vis* àquelas que acabaram de ser criadas.

2. Características das empresas registradas na JUCESP

Este capítulo apresenta um perfil das empresas participantes do estudo, abertas entre 1999 e 2003. Nesse período, em média, o número de novas firmas individuais e sociedades limitadas registradas na JUCESP foi da ordem de 127 mil ao ano. Em termos setoriais, verificou-se que 62% eram empresas comerciais, 28% empresas de serviços, 10% empresas industriais e 0,4% empresas agropecuárias (Figura 2)⁵.

Figura 2 - Empresas registradas na JUCESP, entre 1999 e 2003, por setor de atividade



Fonte: SEBRAE-SP.

5. As 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 1999/2003 são bastante semelhantes aos das empresas já existentes (SEBRAE-SP, jul/2000). Há forte presença de MPEs 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 construção civil (com destaque para o segmento de edificações e os serviços auxiliares da construção), na indústria de confecções e na de edição e gráfica (Quadro 1).

Quadro 1 - Segmentos de atividade com maior número de registros na JUCESP, entre 1999 e 2003 (por ordem de importância)

COMÉRCIO	SERVIÇOS	INDÚSTRIA
<i>Vestuário</i>	<i>Alojamento e Alimentação</i>	<i>Construção Civil</i>
<i>Material de construção</i>	<i>Assessorias às empresas</i>	<i>Confecções</i>
<i>Material de escritório/informática</i>	<i>Transporte terrestre</i>	<i>Edição e Gráfica</i>
<i>Autopeças</i>	<i>Atividades de Informática</i>	<i>Alimentos e bebidas</i>
<i>Minimercados e mercearias</i>	<i>Atividades recreativas/culturais</i>	<i>Metalurgia (exceto equipamentos)</i>
<i>Farmácias e perfumarias</i>	<i>Serviços pessoais</i>	<i>Máquinas e equipamentos</i>
<i>Móveis e iluminação</i>	<i>Ativid. aux. interm. financeira</i>	<i>Móveis e diversos</i>
<i>Livro, jornais, revistas e papelaria</i>	<i>Ativid. de transp./agência de viagem</i>	<i>Têxtil (malharia e artigos têxteis)</i>

Fonte: SEBRAE-SP.

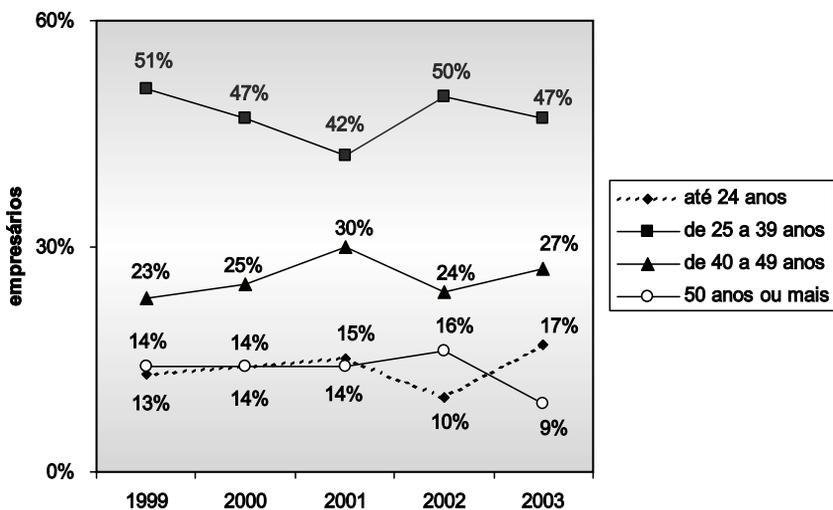
Na comparação com o perfil de atividades encontrado no trabalho anterior, nota-se uma forte manutenção das principais atividades, dentro de cada setor.

No comércio, entre as novidades, destacam-se as atividades de varejo de móveis e iluminação e livros, jornais, revistas e papelaria, que não se encontravam no *ranking* do estudo anterior. Nos serviços, os serviços pessoais (ex. manutenção de eletrodomésticos e cabeleireiros) e as atividades auxiliares de in-

termediação financeira (ex. corretores de seguros) são as atividades que passam a estar entre as principais, entre as empresas que abrem nesse setor. Na indústria, a única novidade é o segmento têxtil (ex. malharias, artefatos e artigos têxteis).

Por faixa etária, verifica-se uma proporção crescente de empreendedores mais jovens, no total de novos empreendedores (Figura 3). Assim, no momento em que as empresas foram abertas, a proporção dos empreendedores com até 24 anos subiu de 13% em 1999 para 17% em 2003. As faixas de 25 a 39 anos e de 40 a 49 anos apresentam estabilidade em termos de proporções, sem uma tendência definida. No outro extremo, a faixa etária de 50 anos ou mais, que chegou a 14% em 1999, passa para 9% em 2003. Assim, aparentemente há uma tendência à redução de idade dos novos empreendedores. Enquanto a média de idade dos que abriram sua empresa no período de 1999 a 2003 foi de 37 anos, particularmente no último ano (2003), a média de idade chegou a 35 anos.

Figura 3 – Faixa etária das pessoas que abriram sua empresa na JUCESP, entre 1999 e 2003 (no momento da abertura)



Fonte: SEBRAE-SP.

Em termos de ocupação anterior, na média do período de 1999 a 2003, verifica-se que 30% das pessoas que abriram sua empresa nesse período encontravam-se ocupadas como empregados em empresas privadas (Quadro 2). Trata-se de indivíduos que optaram por deixar seu emprego com o intuito de abrir seu próprio negócio.

O segundo tipo de ocupação mais citado foi o desempregado, com 25% das respostas. Trata-se de um tipo de empreendedor que, em geral, encontra na abertura de um negócio uma alternativa para gerar sua própria ocupação, diante das dificuldades de encontrar uma posição no mercado de trabalho.

Quadro 2 – Ocupação anterior das pessoas que abriram sua empresa na JUCESP, entre 1999 e 2003

OCUPAÇÕES	1999	2000	2001	2002	2003	Média 1999/2003
Empregado (empresa privada)	28%	33%	28%	29%	30%	30%
Desempregado	27%	26%	21%	26%	26%	25%
Autônomo	19%	19%	23%	20%	21%	20%
Proprietário (outra empresa)	11%	13%	14%	14%	11%	13%
Dona de casa	6%	3%	5%	4%	4%	4%
Estudante	3%	1%	1%	2%	3%	2%
Funcionário público	3%	2%	3%	2%	2%	2%
Outros (*)	3%	2%	5%	3%	3%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: SEBRAE-SP

(*) Entende-se por outros o predomínio dos aposentados.

Nos estudos anteriores, houve muita dificuldade para identificar o ex-desempregado. Isso explica as diferenças encontradas neste trabalho, com relação às pesquisas anteriores. Desta vez, para captar de forma mais fidedigna a proporção destes no total de novos empreendedores, a pergunta sobre ocupação anterior foi dividida em dois estágios. Em um primeiro momento foi perguntado se a pessoa, antes de abrir, encontrava-se “sem ocupação e procurando um

emprego” (aqui classificada como desempregado). Somente depois, procurou-se identificar a ocupação efetiva dos que responderam que não estavam nessa situação de desempregado.

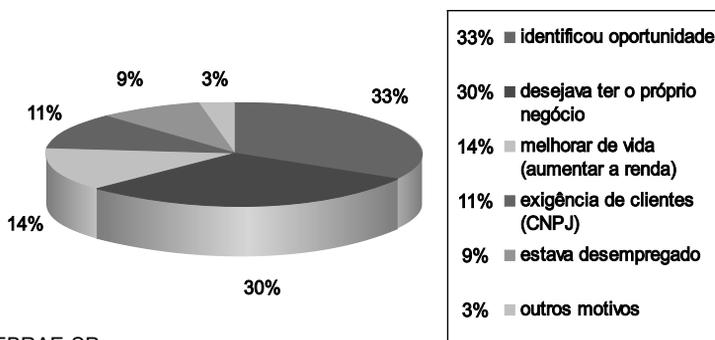
O terceiro tipo de ocupação mais citado foi o autônomo, com 20% das respostas. Trata-se daqueles indivíduos que, em geral, trabalham como pessoas físicas prestadoras de serviços, e que registram uma empresa para passar a atuar como pessoas jurídicas formalmente constituídas. Há grande heterogeneidade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

Entre as demais ocupações prévias citadas, pela ordem, aparecem: 13% de proprietários de outras empresas, 4% de donas de casa, 2% de estudantes, 2% de funcionários públicos e 3% de outros tipos de ocupações. Esta última categoria é composta, principalmente, por aposentados.

Pela observação dos dados do Quadro 2, há certa estabilidade nos percentuais encontrados nas ocupações antes da abertura, exceto nas categorias “desempregados” e “outros”. No caso da participação dos “desempregados” estes têm uma participação menor nos anos de melhor desempenho da economia. Ao longo do ano 2000 e no primeiro trimestre de 2001, ocorreu a maior taxa de crescimento da economia brasileira, no período aqui estudado. Nesse período a proporção dos desempregados caiu de 26% para 21% entre os novos empreendedores. Por sua vez, a partir do segundo trimestre de 2001, a economia brasileira apresentou certa desaceleração no seu crescimento, levando a um aumento da participação dos desempregados no total de novos empreendedores (voltou para um nível de 26%).

O inverso aconteceu com a categoria “outros”, onde predominam os aposentados. Nesse caso, a proporção desse grupo apresentou crescimento no momento em que há maior crescimento da economia brasileira, por exemplo, chegando a 5% dos empreendedores, em 2001, voltando para níveis menores nos anos mais fracos da economia, por exemplo, 3% em 2003.

Figura 4 – Principal motivo que levou o empresário a abrir sua empresa, entre 1999 e 2003



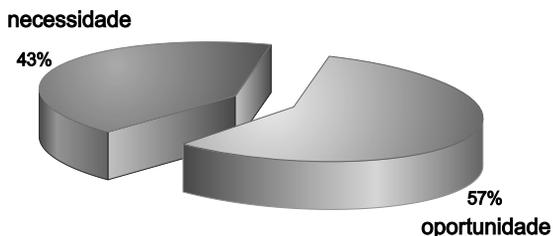
Fonte: SEBRAE-SP.

Entre os motivos que levaram à abertura da empresa, cerca de 33% cita como principal motivo o fato de ter identificado uma oportunidade, 30% respondeu que desejava abrir o próprio negócio, 14% desejava melhorar de vida (aumentar a sua renda pessoal), 11% alegaram a exigência de clientes (ter CNPJ), 9% citaram o desemprego e 3% responderam outros motivos (Figura 4). Posteriormente, foi solicitado aos entrevistados que classificassem suas respostas entre duas opções: “abriu por oportunidade” e “abriu por necessidade”. Como resultado, em média, 57% dos entrevistados se classificou como “oportunidade” e 43% como “necessidade” (Figura 5), sem que esse resultado tenha apresentado mudanças expressivas ao longo dos anos analisados⁶.

Observa-se que a parcela dos empreendedores que se classificaram como tendo aberto seu negócio “por necessidade” (na Figura 5) é composta por indivíduos que se enquadraram nas seis categorias de motivos para abertura da Figura 4. Assim, parte dos que citaram como principal motivo “identificou uma oportunidade” ou “desejava ter o próprio negócio” também podem se considerar como um empreendedor “por necessidade”. Posto de outra forma, ter o próprio negócio ou partir em busca de uma oportunidade também pode ser visto como uma necessidade.

6. A versão brasileira da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* chega a resultados similares, não obstante as diferenças de público-alvo e metodologia. Segundo a versão da pesquisa *GEM* de 2004, 46% dos negócios formais e informais iniciados nos 3,5 anos que antecederam a pesquisa foram motivados por necessidade.

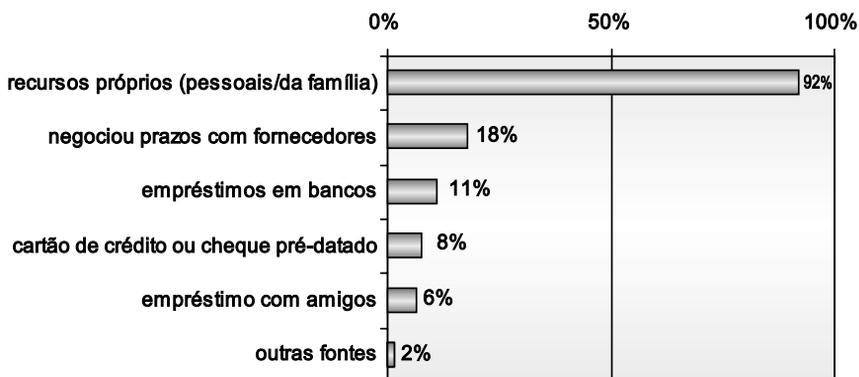
Figura 5 – Alternativa que melhor descreve o principal motivo que levou à abertura da empresa (média dos que abriram entre 1999 e 2003)



Fonte: SEBRAE-SP.

Entre as fontes de recursos utilizadas para montar o negócio, 92% citaram ter feito uso de recursos próprios (poupança pessoal ou de familiares), 18% negociaram prazos com fornecedores, 11% obtiveram empréstimos em bancos, 8% utilizaram cartão de crédito ou cheques pré-datados, 6% recorreram a empréstimos com amigos e 2% utilizaram outras fontes de recursos.

Figura 6 – Principais fontes de recursos utilizadas para montar a empresa, entre 1999 e 2003



Fonte: SEBRAE-SP.

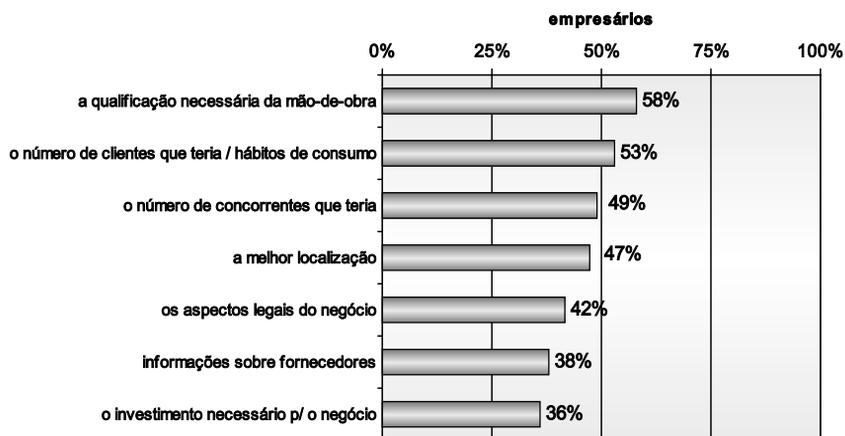
Comparado com a pesquisa anterior, a hierarquia dos recursos utilizada é quase a mesma. Contudo, nota-se um aumento na intensidade de uso de todas as alternativas, exceto no caso dos recursos pessoais. Assim, por exemplo, na pesquisa anterior o uso de recursos pessoais foi citado por 90%, a negociação com fornecedores foi citada por 10%, os empréstimos em banco por 6%, o uso de cartão de crédito ou cheque especial foi de 4% e os empréstimos com amigos foram citados por 4% dos respondentes.

Antes da abertura da empresa, a maioria dos empresários desconhecia informações de grande importância sobre seu negócio. No período anterior à abertura, cerca de 58% não conheciam e não levantaram informações sobre a qualificação necessária da mão-de-obra, 53% desconheciam o número de clientes que teria e seus hábitos de consumo, 49% não tinham o conhecimento sobre o número de concorrentes que sua empresa teria que enfrentar, 47% ignorava qual seria a melhor localização para o negócio, 42% não levantaram informações sobre os aspectos legais, 38% não conheciam quem seriam seus fornecedores ou como eles trabalhavam em termos de preços e prazos de pagamento e 36% não sabia qual seria o valor do investimento e os custos envolvidos para abrir e manter seu negócio (Figura 7). Isso mostra que, nos últimos cinco anos, entre os empreendedores que registraram sua empresa na JUCESP a falta de planejamento antes da abertura era bastante expressiva.

Nos trabalhos anteriores, a falta de planejamento antes da abertura também foi constatada em uma expressiva parte dos indivíduos que abrem seu negócio, sendo, sem dúvida, uma dos aspectos que contribui para o baixo grau de sobrevivência dos pequenos negócios.

Se por um lado, é reduzido o número de empreendedores que realiza algum planejamento antes da abertura, entre os que realizam algum tipo de planejamento, a qualidade deste nem sempre é muito boa, conforme será visto na próxima seção.

**Figura 7 – Falta de planejamento antes da abertura:
empresários que não conheciam e não levantaram informações sobre ...**



Fonte: SEBRAE-SP.

3. Comparações: empresas encerradas x empresas em atividade (JUCESP)

Neste capítulo, são apresentadas as principais diferenças encontradas entre empresas que fecharam e as que permanecem em atividade. Essas diferenças podem ser constatadas em diversos aspectos, tais como: as características das empresas (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; o perfil empreendedor, principalmente, no tocante às suas atitudes; e o ambiente no qual estão inseridos, com ênfase no acesso às políticas de apoio aos pequenos negócios.

Quadro 3 – Características das empresas abertas na JUCESP, entre 1999 e 2003

Características da empresa	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Número de sócios-proprietários	1,5 sócio	1,6 sócio
Média de pessoas ocupadas (1)	3,9 pessoas	6,4 pessoas
Máximo de pessoas que já ocupou (1)	4,3 pessoas	8,5 pessoas
Setor de atividade	63% comércio 28% serviços 9% indústria (2) agropecuária	60% comércio 30% serviços 10% indústria (2) agropecuária

Fonte: SEBRAE-SP.

Notas: (1) inclusive sócios-proprietários.

(2) inferior a 1%.

Entre as empresas encerradas, as escalas de operações se mostram inferiores às encontradas nas empresas em atividade. Tanto a média de pessoas ocupadas, como o número máximo de pessoas que já ocupou são superiores nas empresas sobreviventes (Quadro 3). 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. O número de sócios-proprietários também é maior nas empresas em atividade. Aparentemente, abrir o negócio com sócios que efetivamente ajudam a administrar a empresa permite uma maior e melhor divisão de trabalho, entre os sócios, levando a um maior grau de organização das atividades de gestão e controle. Nas empresas onde só há somente um proprietário, este tende a concentrar maior número de tarefas, o que prejudica o desempenho da empresa no conjunto de suas atividades.

Em termos setoriais, 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 (Quadro 3), quando comparado 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, inclusive, de empresas de porte semelhante.

Quadro 4 – Características dos donos das empresas abertas na JUCESP, entre 1999 e 2003

Características dos donos	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Gênero	57% masculino	66% masculino
Escolaridade	63% tem 2º grau ou +	73% tem 2º grau ou +
Estava desempregado antes de abrir	33% sim	21% sim
Experiência/conhecimento anterior (1)	60% sim	69% sim
Buscou apoio profissional (2)	26% sim	32% sim
Foi a reuniões coordenadas por entidades	7% sim	13% sim
Fez ações em conjunto com outras empresas	2% sim	3% sim

Fonte: SEBRAE-SP

Notas: (1) principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo.

(2) "...para resolver problemas relevantes da empresa", em pelo menos uma das seguintes entidades: SEBRAE/SENAI/SENAC, entidades de classe, associações empresariais ou empresas de consultoria.

Com respeito às características dos donos, verifica-se uma proporção maior do gênero masculino, entre as sobreviventes (Quadro 4). Aparentemente, isso está associado a um maior comprometimento das mulheres com as responsabilidades familiares e possivelmente à disponibilidade de um menor número de horas de dedicação à empresa. Em trabalhos anteriores, por exemplo, verificamos casos de empreendedoras que deixaram seu negócio por motivo de gravidez.

A maior escolaridade também parece contribuir para aumentar as chances de sobrevivência do negócio. No grupo das empresas em atividade, 73% possuíam segundo grau ou mais, enquanto nas encerradas, 63% dos empreendedores se encontram nessa faixa de escolaridade (Quadro 4).

No grupo das empresas encerradas, 33% dos donos encontravam-se desempregados antes da abertura do negócio. Esse percentual cai para 21% no grupo das empresas sobreviventes (Quadro 4). 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, a necessidade de gerar rapidamente um meio de sobrevivência e pode levar muitos candidatos a empreendedores a abrir um negócio sem os devidos cuidados.

A experiência anterior é mais elevada entre os donos das empresas em atividade do que entre as que encerraram suas atividades. O mesmo ocorre com a busca por apoio profissional, de entidades como as pertencentes ao Sistema “S” (SEBRAE, SENAI e SENAC), entidades de classe, associações de empresas e mesmo empresas de consultoria, para ajudar a resolver os principais problemas enfrentados pela empresa (Quadro 4).

Adicionalmente, a pró-atividade também foi maior no grupo das sobreviventes, na medida em que 13% foi a reuniões organizadas por entidades (contra 7% nas encerradas) e 3% realizou ações em conjunto com outras empresas, contra 2% nas encerradas (Quadro 4).

Em relação ao planejamento antes da abertura, verifica-se que o tempo médio desta atividade é quase 40% maior nas empresas que sobrevivem do que nas encerradas. Enquanto nas empresas em atividade levou-se 7,4 meses, em média, no processo de planejamento, no grupo das empresas encerradas, esse período cai para uma média de 5,3 meses (Quadro 5).

Sete itens que são essenciais no planejamento prévio foram avaliados nessa pesquisa. Trata-se dos mesmos itens citados na Figura 7. Para esses itens, em média, 55% das empresas em atividade buscaram informações ou já conheciam. No grupo das empresas encerradas, essa proporção cai para 53% (Quadro 5). Em termos percentuais, esses resultados são equivalentes, devido à margem de erro da pesquisa e mostram que a falta do planejamento prévio é um problema que atinge os dois grupos de empresas, ou seja, quase metade 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 (2 meses a mais), 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.

Quadro 5 – Características do planejamento e da gestão das empresas abertas na JUCESP, entre 1999 e 2003

Planejamento e gestão	Empresas Encerradas	Empresas em atividade
Planejamento antes de abrir (média)	5,3 meses	7,4 meses
Índice médio de itens planejados (1)	53% (média de 7 itens)	55% (média de 7 itens)
Sempre aperfeçou produtos	73% sim	85% sim
Sempre acompanhou receitas/despesas	67% sim	74% sim
Sempre fez propaganda/divulgação	21% sim	24% sim
Concorre(u) com grandes empresas	43% sim	51% sim

Fonte: SEBRAE-SP

Notas: (1) média de 7 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).

No grupo das empresas em atividade, a gestão empresarial parece ter sido superior. Cerca de 85% das sobreviventes sempre aperfeçou seus produtos e serviços a partir da observação das necessidades dos clientes, enquanto nas encerradas esse percentual cai para 73% (Quadro 5). Entre as sobreviventes, 74% sempre acompanha a evolução das receitas e despesas do negócio, garantindo com isso um melhor monitoramento do fluxo de caixa, enquanto nas encerradas o percentual foi de 67%. O investimento em propaganda e divulgação (ex. mala direta e brindes) é uma prática muito freqüente em 24% das sobreviventes, ao passo que só aparece em 21% das encerradas (Quadro 5).

Com respeito à concorrência direta com grandes empresas, no grupo das sobreviventes a proporção dos que lida com isso chega a 51%, enquanto nas encerradas essa proporção é de 43%. Mais da metade das empresas de ambos os grupos, que tiveram concorrência com grandes empresas, considera que essa concorrência não beneficiou nem prejudicou seu negócio. Entre os que sentem

alguma consequência direta da presença de grandes empresas no seu mercado, a maioria cita benefícios tais como a cooperação entre grandes e pequenas empresas (ex. indicação de pequenas empresas, pelas grandes, quando estas recebem pequenos pedidos de produtos). Particularmente entre as empresas sobreviventes, inclusive, há aquelas que realçam benefícios da presença de grandes empresas, tais como: o estímulo para se manter sempre competitivo; a região ou o setor terem se beneficiado pelas grandes, que trouxeram clientes; aprendizado e cooperação com as grandes empresas (ex. realização de parcerias com as grandes, trocas de informações e indicações de clientes e de fornecedores). Outro aspecto a ser considerado é que, em muitos casos, as grandes empresas costumam estar presentes em segmentos com maior dinamismo tecnológico.

Entre as empresas encerradas, as reclamações sobre as grandes empresas são mais frequentes e, em geral, envolvem questões como: as grandes têm custos e preços menores, marcas conhecidas, realizam mais investimentos em propaganda, possuem maior disponibilidade de capital e maior variedade de produtos. Há também os que reclamam da concorrência desleal das grandes empresas, como a prática de *dumping*, cópia de produtos e tomada de fornecedores e de empregados que levaram consigo os clientes da empresa.

Quadro 6 – Comportamento empreendedor nas empresas abertas na JUCESP, entre 1999 e 2003

Comportamento empreendedor (1)	Empresas encerradas	Empresas em atividade
SEMPRE busca intensamente informações	67%	84%
SEMPRE se antecipa aos fatos	59%	75%
SEMPRE planeja/monitora cada etapa	73%	83%
SEMPRE segue os objetivos (persistência)	86%	95%
SEMPRE enfrenta “riscos moderados”	64%	70%
SEMPRE busca qualidade e eficiência	92%	98%
SEMPRE estabelece objetivos e metas	79%	84%
SEMPRE “sacrifica-se” para atingir objetivos	88%	92%
SEMPRE acredita na sua capacidade	95%	98%
SEMPRE contata clientes e parceiros	93%	95%

Fonte: SEBRAE-SP

Notas: (1) os itens do comportamento empreendedor foram hierarquizados pelas maiores diferenças entre os percentuais.



Uma das inovações deste trabalho foi a tentativa de captar as diferenças no comportamento empreendedor. Nesse sentido, procurou-se identificar hábitos e atitudes presentes nos empresários que, de forma cumulativa, tendem a caracterizar um perfil mais empreendedor ou menos empreendedor. Assim, por exemplo, 84% dos empresários cujas empresas continuam em atividade sempre buscaram intensamente informações que auxiliam na tomada de decisões no negócio. Esse percentual cai para 67% no caso dos empreendedores cujas empresas foram encerradas (Quadro 6).

Outros hábitos e atitudes também se destacam na comparação entre os dois grupos de empresas. Por exemplo, entre as sobreviventes, 75% sempre aproveitaram as oportunidades e se antecipam aos fatos, preparando-se para enfrentar os problemas antes que eles aconteçam. Essa proporção cai para 59% no grupo das empresas encerradas. O planejamento e/ou o monitoramento de todas as etapas de cada projeto sempre é realizado por 83% das sobreviventes e por 73% das encerradas.

Todos os dez itens do comportamento empreendedor analisados são sempre mais frequentes no grupo das empresas sobreviventes (Quadro 6). Além dos já citados, isso vale para: a persistência em seguir os objetivos estabelecidos, a disposição para enfrentar situações de “risco moderado” (que envolve algum risco de perda que pode ser reduzido por meio do planejamento ou maior controle das informações), a busca permanente pela qualidade e eficiência máximas, a definição de objetivos e metas, a disponibilidade para fazer sacrifícios pessoais para atingir seus objetivos, a crença na sua capacidade de transformar sonhos em realidade e a formação de uma rede de contatos (ex. clientes, fornecedores, parceiros e amigos que atuam no ramo).

Quadro 7 – Ambiente institucional ou políticas de apoio a que tiveram acesso as empresas abertas na JUCESP, entre 1999 e 2003

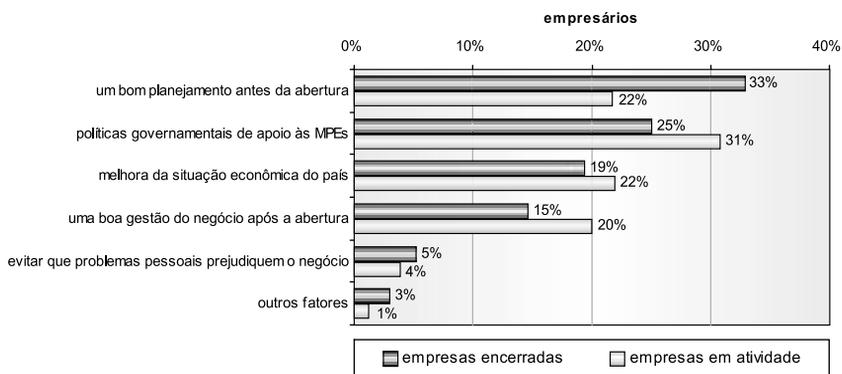
Ambiente institucional	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Obteve empréstimo em banco	24% sim	31% sim
Obteve microcrédito	3% sim	5% sim
Obteve redução de impostos municipais	5% sim	7% sim
Realizou vendas ao governo	6% sim	12% sim

Fonte: SEBRAE-SP

No grupo das empresas sobreviventes, o acesso às políticas de apoio foi maior (Quadro 7). A obtenção de empréstimos bancários comercial chegou a 31% das empresas, contra 24% nas empresas encerradas. O acesso ao microcrédito chegou a 5%, contra 3% no grupo das encerradas. O mesmo ocorreu com a obtenção de impostos municipais (7% nas sobreviventes, contra 5% nas encerradas) e na realização de vendas ao governo (12% nas sobreviventes, contra 6% nas encerradas).

Dessa forma, em que pese o fato das políticas de apoio ainda atingirem poucas empresas, o acesso das sobreviventes se mostra sistematicamente superior ao das empresas encerradas. Isso leva à conclusão que a expansão dessas ações em favor dos pequenos negócios pode contribuir para a redução da mortalidade de empresas.

Figura 8 – Fator mais importante para a sobrevivência das empresas (na avaliação dos entrevistados)



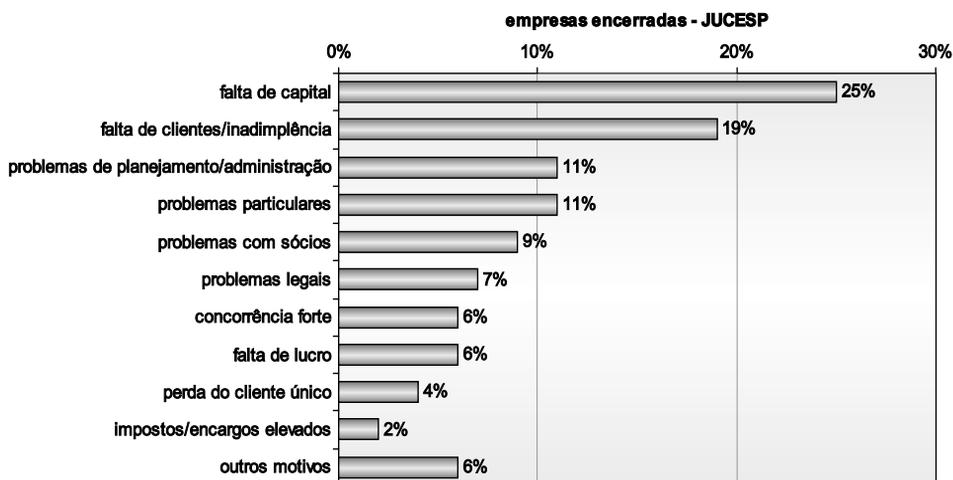
Fonte: SEBRAE-SP

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 8), um bom planejamento antes da abertura é o fator mais citado (33%), seguido pelas políticas governamentais de apoio aos pequenos negócios (25%), a melhora da situação econômica do país (19%), uma boa gestão do negócio após a abertura (15%), evitar que os problemas pessoais prejudiquem o negócio (5%) e outros fatores (3%). Vale observar que o fato do planejamento prévio ser mais citado pelas empresas encerradas implica, de certa forma, um reconhecimento das próprias falhas cometidas por esse grupo de empreendedores.

No grupo das empresas em atividade (Figura 8), a hierarquia das respostas é semelhante, com exceção do primeiro item. Para 31% das empresas em atividade, o fator mais importante para a sobrevivência das empresas são as políticas governamentais de apoio, seguidas pelo bom planejamento antes da abertura (22%). Essa diferença reflete, em certa medida, a própria situação desse grupo de empresas, que tendo sobrevivido até este momento, vê nas medidas de apoio aos pequenos negócios o fator que pode ampliar suas chances de sobrevivência nos próximos anos.

Figura 9– Motivos alegados pelas empresas encerradas para o fechamento do negócio



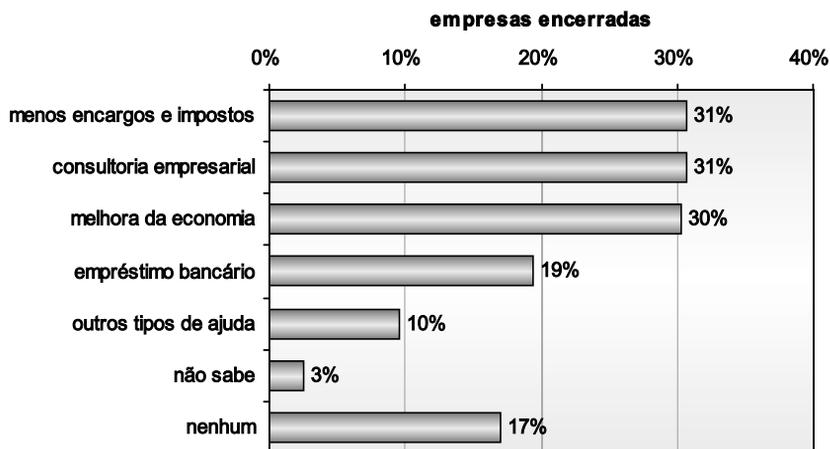
Fonte: SEBRAE-SP

Quando as empresas encerradas foram questionadas sobre os principais motivos que levaram ao fechamento do negócio, as principais respostas apresentadas foram (Figura 9): a falta de capital (25%), a falta de clientes/inadimplência (19%), problemas de planejamento/administração (11%), problemas particulares (11%), problemas com sócios (9%), problemas legais (7%), concorrência forte (6%), falta de lucro (6%), perda do cliente único (4%), encargos e impostos elevados (2%) e outros motivos (6%).

Destaca-se que algumas das respostas constituem faces distintas de um mesmo problema. Por exemplo, a falta de capital, item mais citado, pode estar associada ou mesmo ser uma consequência da inadimplência dos clientes, do planejamento/gestão deficientes, da concorrência forte ou de impostos elevados. 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. A falta de capital parece ser mais um efeito do que uma causa do fechamento. Observe-se que, para as empresas que encerraram suas atividades, os auxílios que teriam sido mais úteis para evitar o fechamento são: menos encargos e impostos (31%),

consultoria empresarial (31%), melhora da economia (30%), empréstimos bancários (19%) e outros tipos de ajuda (10%). Cerca de 3% não souberam responder a essa questão e 17% responderam nenhum auxílio (Figura 10).

Figura 10– Auxílio que teria sido útil para evitar o fechamento



Fonte: SEBRAE-SP

Observe-se que embora os impostos e encargos elevados tenham sido um dos motivos menos citados como razão para o fechamento (Figura 9), sua redução é o item mais citado como auxílio que teria sido útil para evitar o fechamento (Figura 10). A redução de encargos e impostos permitiria uma melhora imediata na disponibilidade de recursos. Isso, no entanto, não garante a evolução sustentada do negócio, em especial se não há mercado consumidor suficiente a ser atendido. Isso reforça mais uma vez a importância do planejamento e da boa gestão empresarial.

Portanto, 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. Na próxima seção é apresentada, de forma sistêmica, uma lista dos principais fatores considerados pelos autores deste trabalho como as causas do fechamento das empresas com até 5 anos de atividade.

4. As causas da mortalidade de empresas

Com base nesta pesquisa e nos trabalhos anteriores, verifica-se que na maioria dos casos, não é possível atribuir a mortalidade de empresas a apenas uma ou duas causas isoladas. Em geral, o insucesso empresarial resulta, quase sempre, da combinação de vários fatores diferentes, os chamados “fatores contribuintes”. A probabilidade de fechamento de um empreendimento é maior quanto maior o número de fatores negativos que acumula.

Tendo por base as informações disponíveis, identificou-se um padrão de classificação das variáveis estudadas que permite agrupá-las em, pelo menos, seis grandes conjuntos de fatores determinantes para a mortalidade. Estes são apresentados no Quadro 8.

Quadro 8 – Principais causas da mortalidade das empresas abertas na JUCESP, entre 1999 e 2003

ITENS	PRINCIPAIS PROBLEMAS
1- Comportamento empreendedor	Características (conhecimentos, habilidades e atitudes) empreendedoras insuficientes. Precisam ser aprimoradas.
2- Planejamento prévio	Falta planejamento antes da abertura (quando ele existe, é deficiente).
3- Gestão empresarial	Deficiências na gestão do negócio, após a abertura (ex.: aperfeiçoamento de produtos, fluxo de caixa, propaganda e divulgação, gestão de custos e busca de apoio/auxílio).
4- Políticas de apoio	Insuficiência de políticas de apoio (peso dos impostos, burocracia, falta de crédito e de política de compras governamentais).
5- Conjuntura econômica	Baixo crescimento da economia (demanda fraca e concorrência forte).
6- Problemas “pessoais”	Problemas de saúde, particulares, com sócios, de sucessão e a criminalidade prejudicam o negócio.

Fonte: SEBRAE-SP

A ordem de apresentação dessas causas da mortalidade não expressa hierarquia de importância, mas sim a lógica de criação de um negócio.

O empreendedor tende a ser mais bem sucedido se seus conhecimentos, habilidades e atitudes são desenvolvidos, ao longo de sua formação educacional/cultural, antes de abrir seu negócio. Características como a busca intensa por informações para tomar decisões, se antecipar aos problemas ou às oportunidades, monitorar cada etapa de um projeto, definir metas, ser persistente para atingi-las e estar aberto para correr “riscos calculados” são, por exemplo, características que podem ser desenvolvidas nas pessoas ao longo de seu processo de escolarização.

Realizar um efetivo planejamento do negócio antes da abertura, por exemplo, a partir da montagem de um “Plano de Negócios” também é de fundamental importância. Vale lembrar que o “Plano de Negócios” é um instrumento de planejamento, no qual pode ser sistematizado amplo conjunto de variáveis relevantes tais como: informações sobre o público-alvo (quem são e quantos são os clientes, seus hábitos de consumo, suas necessidades/gostos e melhor estratégia de comunicação com eles), os fornecedores (quem são, quantos são, formas de prazo e pagamento com que trabalham e quais as alternativas adicionais de fornecimento), os concorrentes (quem são, quantos são, principais vantagens e desvantagens, etc), melhor localização do negócio, legislação específica do segmento de atividade, etc.

Uma vez montado o negócio, uma boa gestão empresarial passa a ser imprescindível. É preciso estar sempre atento à necessidade de aprimorar produtos e serviços, de acordo com evolução do gosto dos clientes, identificar a melhor estratégia de propaganda e divulgação e sempre buscar inovar na sua estratégia de comunicação com seus clientes, monitorar sistematicamente o fluxo (esperado e efetivo) de receitas e despesas, administrar adequadamente o saldo de caixa, realizar o controle detalhado dos custos dos produtos e serviços para sua adequada precificação e buscar apoio profissional quando aparecerem problemas mais sérios e de difícil solução.

Além disso, para que o negócio possa evoluir de forma sustentável, é preciso que o ambiente de negócios seja favorável. Isso significa a menor burocracia possível, baixos encargos e impostos, acesso ao crédito e financiamento e acesso às compras governamentais.

Com respeito à conjuntura econômica, o crescimento contínuo e moderado do país e a baixa inflação são elementos que podem contribuir para a sobrevivência e previsibilidade dos negócios.

Finalmente, é preciso evitar que os problemas pessoais afetem o negócio. Neste ponto, convém lembrar que, mais da metade das MPEs paulistas opera com menos de cinco pessoas (em geral um ou dois sócios-proprietários, um familiar e um ou dois empregados). Em muitos casos, a empresa se confunde com o próprio dono do negócio e é muito dependente dele, uma vez que é ele quem controla a maioria das operações de compra de insumos, quem supervisiona a produção, se relaciona com os clientes, além de participar das atividades administrativas. Portanto, o sucesso de um empreendimento de pequeno porte depende muito da situação pessoal dos próprios donos. Eventualmente um desentendimento entre os sócios (ex. a separação de casais, pais e filhos, briga entre sócios, etc) pode contribuir para o insucesso do negócio. Assim, é preciso concientizar-se disso e ter um cuidado especial para evitar que os problemas pessoais sejam misturados com os da empresa.

5. O destino dos proprietários das empresas encerradas

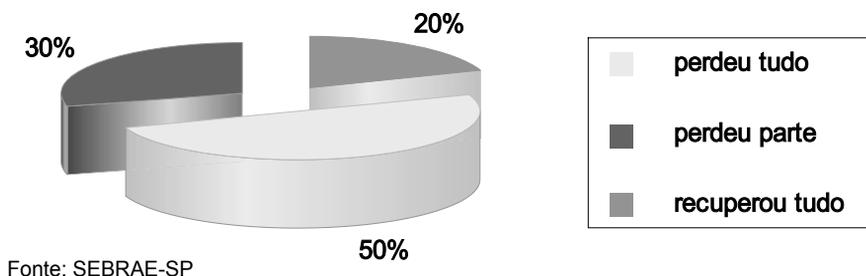
Pode-se avaliar que o encerramento das atividades das empresas repercutiu negativamente na vida do empresário por meio de questões referentes a perdas financeiras pessoais com o fechamento. De fato, verificou-se que 80% dos que encerraram o seu negócio perderam parte ou todo o recurso investido e apenas 20% recuperaram tudo que investiram (Figura 11). Adicionalmente, no momento em que fecharam sua empresa apenas 5% melhoraram sua situação financeira, enquanto 55% pioraram de situação e 40% permaneceram na mesma



situação (Figura 12). Entre aqueles que perderam recursos ao fechar a empresa, a perda média foi de R\$ 28 mil (Figura 13). Não obstante isso, metade das empresas que incorreu em perda, tiveram prejuízos de até R\$10 mil

Além das perdas financeiras, nos depoimentos levantados durante a pesquisa (Figura 14), verificou-se que na maioria dos empreendedores que fecharam seu negócio predominam sentimentos de frustração e perda (39%) e tristeza e mágoa (22%). Apenas 13% dos entrevistados não sentiram nada com respeito a fechar o negócio e 8% relataram “alívio” e tranquilidade.

**Figura 11 - Destino dos recursos que investiu
(apenas para empresas encerradas)**



**Figura 12 - Situação financeira do empresário quando
fechou a empresa (apenas para empresas encerradas)**

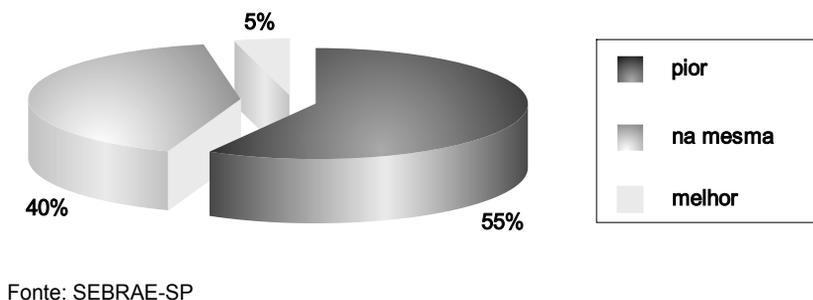
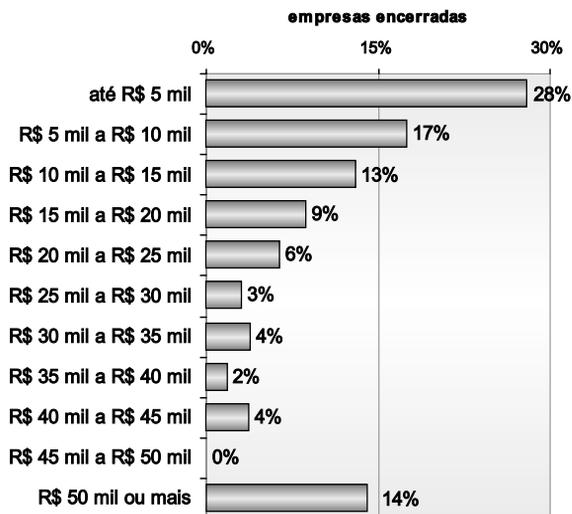
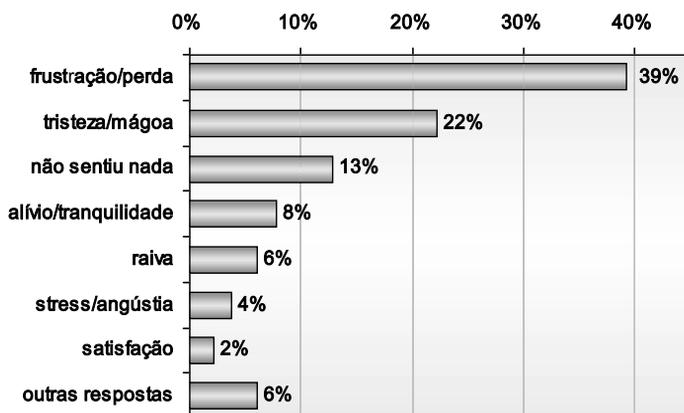


Figura 13 - Distribuição da perda de recursos investidos na empresa encerrada (só as empresas que perderam recursos – parte ou tudo – no encerramento)



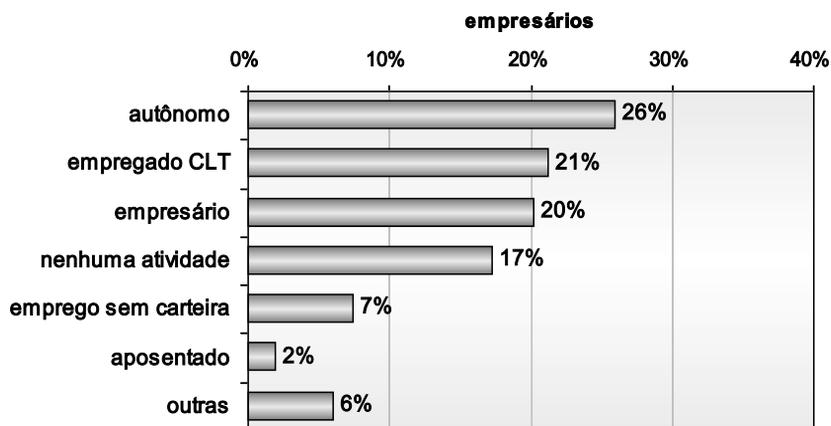
Fonte: SEBRAE-SP

Figura 14 - Sentimento quando a empresa deixou de funcionar (apenas para empresas encerradas)



Fonte: SEBRAE-SP

Figura 15 - Atividade dos ex-proprietários após encerrar a empresa (apenas para empresas encerradas)



Fonte: SEBRAE-SP

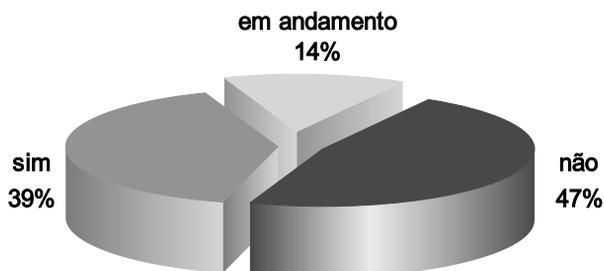
O fechamento do negócio não significa necessariamente o abandono do espírito empreendedor (Figura 15). Após o encerramento da empresa 26% tornaram-se autônomos, 21% conseguiram um novo emprego com carteira assinada (CLT), 20% voltaram a se tornar empresários, 7% tornaram-se empregados sem carteira e 2% se aposentaram. Neste ponto vale observar que 17% tornaram-se desocupados. Outra observação relevante é que a soma dos autônomos com os que voltaram a se tornar empresários, ambas ocupações que podem ser consideradas como empreendedoras, chega a 46% dos indivíduos que fecharam seus negócios.

Com respeito à baixa na JUCESP, apenas 39% das empresas que encerraram suas atividades registraram o fechamento do negócio (Figura 16). Cerca de 14% estão com processo de fechamento em andamento e 47% não fechou oficialmente na Junta Comercial.

Entre os que encerraram a empresa e não deram baixa na JUCESP, cerca de 47% alegam que não deram baixa por conta dos custos associados a isso, 34%

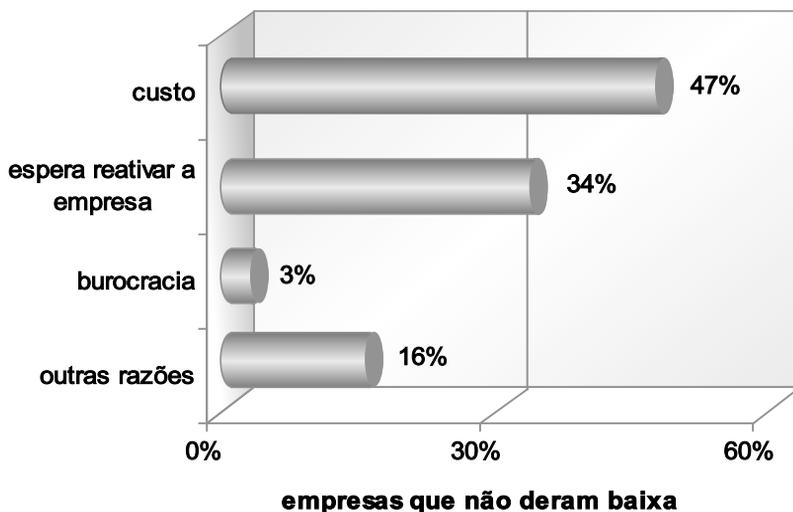
tem a expectativa de reativar a empresa, 3% alegam que a burocracia desestimula o registro de baixa e 16% citam outras razões (Figura 17).

**Figura 16 - Deu baixa na Junta Comercial?
(apenas para empresas encerradas)**



Fonte: SEBRAE-SP

**Figura 17 - Por que não deu baixa na Junta Comercial?
(apenas para empresas encerradas que não deram baixa na JUCESP)**



Fonte: SEBRAE-SP

6. O custo social da mortalidade de empresas

A aplicação das taxas de mortalidade ao registro de abertura de empresas na JUCESP, no período entre 1990 e 2004, permite obter uma estimativa do número de empresas que encerraram suas atividades nesse período no Estado de São Paulo. Assim, com base nesses dados, no período considerado, em média, foram abertas cerca de 134 mil empresas por ano e estima-se que foram fechadas cerca de 91 mil empresas por ano (Quadro 9). No total, entre 1990 e 2004, foram abertas 2 milhões de empresas e estima-se que pouco mais de 1,3 milhão de empresas encerraram suas atividades. Observe-se que neste cálculo são levadas em consideração apenas as empresas com até 5 anos de atividade, para as quais dispõe-se de informações.

Quadro 9 - Constituição de empresas e estimativa de empresas encerradas no Estado de São Paulo, 1990 a 2004

ANO	(1) Variação Anual do PIB real (%a.a.)	(2) Tributos/ PIB (%)	(3) Constituição de Empresas Ltda. + Individuais na JUCESP	(4) Estimativa de Fechamento de Empresas (SEBRAE-SP)
1990	-5,1%	30,5%	152.407	79.854
1991	1,0%	25,2%	152.192	92.994
1992	-0,5%	25,9%	115.908	97.066
1993	4,9%	25,7%	139.211	90.659
1994	5,9%	29,5%	142.220	96.746
1995	4,2%	29,8%	146.359	98.395
1996	2,7%	29,0%	129.378	100.069
1997	3,3%	29,0%	142.537	94.702
1998	0,1%	29,7%	123.284	99.176
1999	0,8%	31,7%	122.322	93.206
2000	4,4%	32,5%	122.009	91.094
2001	1,3%	33,9%	131.135	75.136
2002	1,9%	35,5%	123.136	77.931
2003	0,6%	34,9%	135.194	69.241
2004	4,9%	35,9%	128.357	72.783
Total 1990-2004			2.005.649	1.329.053
Média anual			133.710	91.310

Fontes:

(1) Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), dados preliminares para 2003 e 2004.

(2) Secretaria da Receita Federal (SRF).

(3) Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC).

(4) SEBRAE-SP.

O Quadro 9 apresenta também dados sobre a taxa de crescimento real do PIB brasileiro e o peso da arrecadação total de tributos como proporção do PIB. Com exceção dos anos 1990 a 1992, quando a economia brasileira passou por um período de grande instabilidade econômica e política⁷, verifica-se que o número total de empresas registradas é favorecido pelo ritmo de crescimento do país. Nos anos em que o PIB apresenta taxas positivas (ex. de 1993 a 1997), isto estimula o aumento do número de constituições de novas empresas, às vezes, com efeitos positivos até o ano seguinte ao de bom desempenho. Nos momentos em que as taxas são muito baixas (ex. 1998 e 1999), o número de abertura de empresas também tende a desacelerar. Por outro lado, a proporção da arrecadação total dos tributos sobre o PIB, parece exercer um efeito inverso sobre a abertura de empresas, nas comparações de longo prazo.

Observa-se que neste estudo, foram revistas as estimativas de fechamento anual, calculadas para o período de 1990 em diante. Enquanto no trabalho anterior tal estimativa foi obtida a partir da aplicação das taxas de mortalidade do período analisado (1997 a 2001) a toda série referente à abertura de empresas, no presente estudo, com o objetivo de obter informações mais apuradas, optou-se por utilizar a aplicação de três conjuntos de taxas de mortalidade, referentes aos rastreamentos disponíveis. As estimativas de fechamento anual do período de 2003 e 2004 foram obtidas com base na aplicação das taxas do rastreamento de 2004, as estimativas de fechamento anual do período 2001 a 2002 foram obtidas com base nas taxas do rastreamento de 2002 e as estimativas de fechamento anual de 1990 a 2000, com base nas taxas do rastreamento de 2000. Essa parece ser a melhor opção de elaboração de estimativas de fechamento pois trata-se de aplicar as taxas de mortalidade mais próximas dos rastreamentos já realizados, em cada período considerado.

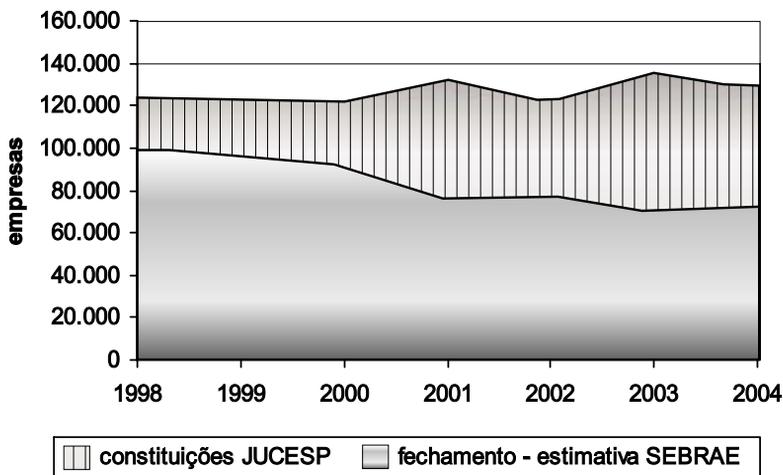
Pela observação da Figura 18, constata-se que, nos últimos 4 anos, verifica-se uma tendência de ampliação do número de novos registros de abertura de empresas, passando de um nível de cerca de 120 mil aberturas/ano para

7. Trata-se do período em que as variáveis econômicas (inflação, câmbio e salários) apresentaram grande oscilação, intercalados pela implantação de pacotes econômicos.



próximo a 130 mil aberturas/ano. Por outro lado, com as quedas nas taxas de mortalidade de empresas, particularmente no caso das empresas de 5 anos de atividade, o volume absoluto de empresas encerradas a cada ano vem se reduzindo, passando de um patamar próximo de 100 mil encerramentos/ano para algo próximo a 70 mil encerramentos/ano. Não obstante isso, o número absoluto de empresas encerradas ainda é elevado.

Figura 18 – Constituição anual de empresas e estimativa de empresas encerradas no Estado de São Paulo



Fonte: SEBRAE-SP

Quadro 10 – Estimativas do custo social do fechamento das empresas paulistas

	Eliminação de	Custo Social (1) em 2002	Custo Social (2) em 2004	Custo Total (3) entre 1990 e 2004
(A)	Empresas	78 mil empresas	73 mil empresas	1,3 milhão empresas
(B)	Ocupações	335 mil ocupações	281 mil ocupações	5,1 milhões de ocupações
(C)	Poupança pessoal (capital investido)	R\$ 1,6 bilhão	R\$ 1,7 bilhão	R\$ 30 bilhões
(D)	Faturamento	R\$ 14,0 bilhões	R\$ 13,1 bilhões	R\$ 240 bilhões
(C)+(D)	Perda financeira total	R\$ 15,6 bilhões	R\$ 14,8 bilhões	R\$ 270 bilhões

Fonte: Elaborado pelo SEBRAE-SP, a partir de pesquisa de campo e dados do DNRC/JUCESP.
Notas:

(1) Referente ao rastreamento realizado em 2002. Os coeficientes técnicos utilizados para o cálculo do custo social em 2002 foram: 4,3 ocupações por empresa encerrada; 76% das empresas encerradas com perda parcial ou total dos recursos investidos; R\$ 27.783,00 valor da perda média (capital investido); e R\$ 15.000,00 faturamento médio mensal por empresa. Os valores monetários encontram-se em valores correntes, referentes ao período de rastreamento.

(2) Referente ao rastreamento realizado em 2004. Os coeficientes técnicos utilizados para o cálculo do custo social foram: 3,85 ocupações por empresa encerrada; 80% das empresas encerradas com perda parcial ou total dos recursos investidos; R\$ 28.351,00 valor da perda média (capital investido); e R\$ 15.000,00 faturamento médio mensal por empresa. Os valores monetários encontram-se em valores correntes, referentes ao período de rastreamento.

(3) Para a estimativa global do período 1990 a 2004, por uma questão de simplificação, utilizou-se o custo anual de 2004, multiplicado por 15 anos. Vale observar que o custo social em 2004 foi o menor já verificado, nos processos de rastreamentos realizados pelo 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. Levando-se em consideração o último dado da série (73 mil empresas fechadas em 2004), dado que, em média, ao fechar as empresas da amostra possuíam 3,9 pessoas ocupadas, então, o fechamento das empresas paulistas de 1 a 5 anos de atividade significou a eliminação de cerca de 281 mil postos de trabalho por ano (Quadro 10).

Em termos de poupança pessoal aplicada no negócio, entre as empresas da amostra que fecharam, verifica-se que 80% dessas empresas perderam totalmente ou parcialmente os recursos ali aplicados. Entre os que obtiveram prejuízo, a perda média de recursos foi de R\$ 28.351,00. A aplicação desses valores à estimativa de empresas encerradas implica uma perda total estimada de recursos pessoais da ordem de R\$ 1,7 bilhão/ano (Quadro 10).

Tomando como referência o faturamento médio mensal das MPEs paulistas, cerca de R\$ 15.000,00/mês (SEBRAE-SP, 2004), a aplicação desse valor às empresas do Estado de São Paulo que fecham implica uma estimativa de perda de R\$ 13,1 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\$ 14,8 bilhões/ano⁸.

Em termos comparativos, o custo social estimado para o ano de 2004 foi inferior ao de 2002. Isso está associado, principalmente, ao fato da taxa de mortalidade de empresas apresentar tendência de queda, entre os diferentes períodos de rastreamento.

8. Deve-se lembrar que o Estado de São Paulo possui cerca de um terço das empresas do país. Embora não seja possível fazer estimativas sobre a perda social da mortalidade de empresas para o país apenas com base nos dados das empresas paulistas, dada sua elevada proporção no universo de empresas, isso dá uma noção da magnitude total desse fenômeno no âmbito da economia brasileira.

Quadro 11 – Custo equivalente da mortalidade de empresas (1)

Eliminação de	Custo em 2004 (unidades de produtos)	Custo Total 1990 a 2004 (unidades de produtos)
Veículos populares	735.286	5.844.950
Computadores	11.334.712	90.102.154
Refrigeradores	18.915.438	150.363.030
TV 14"	34.347.613	273.036.830
Cestas básicas	69.039.620	548.811.320

Fonte: SEBRAE-SP

Notas:

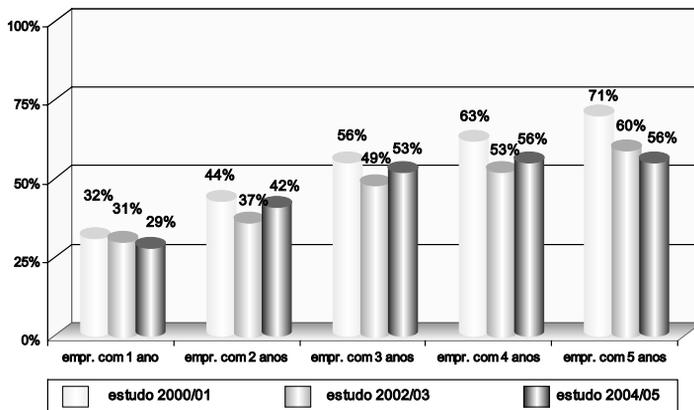
- (1) Referente ao rastreamento realizado em 2004. Para a estimativa global do período 1990 a 2004, por uma questão de simplificação, utilizou-se o custo anual de 2004, multiplicado por 15 anos.

O custo equivalente da mortalidade de empresas, referente ao rastreamento de 2004, corresponde, alternativamente, ao valor dos seguintes bens: 735 mil veículos populares/ano; ou 11,3 milhões de computadores/ano; ou 18,9 milhões de refrigeradores/ano; ou 34,4 milhões de televisores de 14"/ano; ou ainda 69 milhões de cestas básicas por ano (Quadro 11).

7. Tendências da mortalidade de empresas

Quando os resultados obtidos neste estudo são comparados com as versões anteriores (Figura 19), verifica-se que as diferenças encontradas nas taxas de mortalidade de empresas até um ano não são significativas e estão dentro das margens de erro das pesquisas. A diferença entre as taxas dos estudos se amplia apenas no quinto ano de atividade, mostrando uma tendência à redução da mortalidade apenas no grupo das empresas mais maduras.

Figura 19 - Comparação de taxas: estudos anteriores vs. estudo atual



Fonte: SEBRAE-SP

No último rastreamento realizado (estudo 2004/2005), verifica-se também que a taxa de mortalidade das empresas de 5 anos se assemelha às taxas das empresas de 3 e 4 anos. Isso reforça a percepção de que as taxas de mortalidade são elevadas nos primeiros anos de atividade e que tendem a crescer de forma mais lenta a partir do terceiro ano de atividade, estabilizando-se a partir do terceiro ano.

Observa-se que o fenômeno da redução da taxa de mortalidade também foi observado em outros estudos sobre o tema. Segundo estudo do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (Najberg, Puga e Pereira, jan/2003) houve um declínio na taxa de mortalidade das empresas brasileiras constituídas nos anos de 1999 e 2000, com pelo menos um empregado. Da mesma forma, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, set/2003), houve redução na taxa de mortalidade das empresas brasileiras, entre os anos de 2000 e 2001.

O melhor desempenho relativo das empresas após o terceiro ano leva a crer que esse grupo de empresas é o que tem mais se beneficiado da adoção de medidas de apoio aos pequenos negócios. Observe-se que, na última década, o país passou por diversas mudanças que têm proporcionado um ambiente mais favorável. Nesse período as taxas de inflação caíram e a economia passou por

um processo de abertura comercial. Além disso, diversos mecanismos de apoio às empresas foram instituídos, o que pode ter contribuído para a redução das taxas de mortalidade de empresas. Entre esses mecanismos, 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. As principais vantagens para as MPEs são a menor carga tributária e a redução da burocracia.

- A implantação de regimes fiscais semelhantes no âmbito dos governos estaduais e municipais. Por exemplo, no estado de São Paulo, as MPEs contribuintes do Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) puderam se beneficiar do SIMPLES Paulista, que prevê 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/ano, instituído pela lei estadual 10.086 de 19/11/98⁹.

- A criação do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei Federal no 9.841, de 5 de outubro de 1999), que dispõe sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado para empresas com faturamento anual até R\$ 1,2 milhão/ano, previsto nos arts. 170 e 179 da Constituição Federal¹⁰.

- 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.

9. Outro exemplo, a implantação do SIMPLES municipal, por meio da Lei Municipal nº 12.666, de 22 de Maio de 1998, que dispõe sobre a adesão municipal ao SIMPLES federal.

10. 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.

- Houve 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)¹¹.

- A ampliação da capacitação de empreendedores e candidatos a empreendedores, por meio de programas específicos do Sistema SEBRAE (ex. programas de TV, programas de rádio, produtos de orientação empresarial e cursos gratuitos disponíveis na internet, programas de estímulo do empreendedorismo nas escolas e universidades e ampliação dos postos de atendimento).

Observa-se que algumas medidas citadas de apoio às micro e pequenas empresas foram implantadas apenas no período mais recente, sendo que seus resultados não puderam ser ainda totalmente mensurados.

Outras medidas também surgiram no período posterior ao último rastreamento. São exemplos a própria reformulação do PNMPO, a ampliação dos limites de faturamento do SIMPLES do governo estadual e a tramitação, em 2005, no Congresso Nacional, do anteprojeto da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, que propõe amplo leque de ações que visam facilitar a abertura e as operações das micro e pequenas empresas.

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 2 ou 3 anos após sua criação. Dessa forma, as empresas abertas a partir de fins dos anos 90 encontraram políticas de apoio mais interessantes do que as abertas no início da década. Assim, aparentemente, a melhora do ambiente econômico

11. 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.

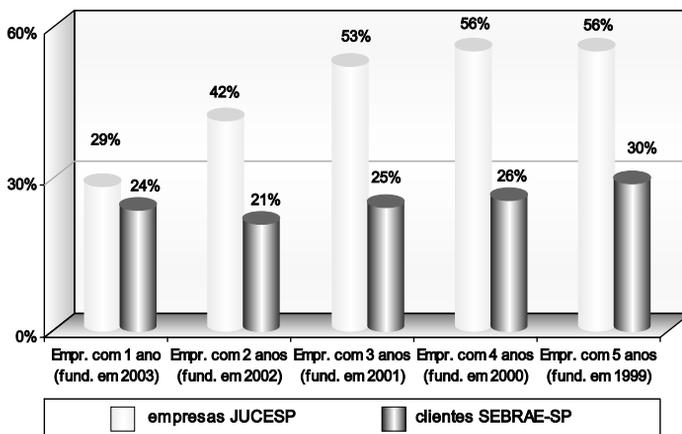
e a ampliação das medidas de apoio aos pequenos negócios vêm contribuindo para a redução das taxas de mortalidade das empresas.

8. A taxa de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP

Uma das inovações deste estudo, foi identificar a taxa de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP, cuja constituição ocorreu no período de 1999 a 2003. Para isso, foi feita uma amostra específica com esse grupo de empresas, 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, por serem estes últimos constituídos predominantemente por contatos preliminares, para o fornecimento de informações básicas.

Figura 20 – Comparação entre as taxas de mortalidade das empresas registradas na Junta Comercial (JUCESP) e das empresas clientes do SEBRAE-SP



Fonte: SEBRAE-SP

A Figura 20 apresenta as taxas de mortalidade das empresas clientes do SEBRAE-SP e as taxas de mortalidade das empresas registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP). Por ela, verifica-se que, entre as empresas clientes do SEBRAE-SP, a mortalidade de empresas é de 24% nas empresas até um ano de atividade, 25% nas empresas até três anos de atividade e de 30% nas empresas até cinco anos de atividade. Portanto, as taxas de mortalidade das empresas clientes SEBRAE-SP são sempre inferiores às empresas registradas na JUCESP, sendo praticamente a metade a partir do segundo ano de atividade.

As baixas taxas 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, que apresentam diversas características que são, em si, fatores diferenciais, que favorecem a sobrevivência desse grupo. 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 SEBRAE-SP é a maior escala de operações. Em média, 13,8 pessoas encontram-se ocupadas nas empresas clientes SEBRAE-SP, ao passo que na média das empresas registradas na JUCESP este número cai para 5,5 pessoas (Quadro 12). 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 (77%) quando comparada à média das empresas registradas na JUCESP (47%). No caso das pessoas jurídicas clientes do SEBRAE-SP, há 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 (Quadro 12). Isto também permite obter uma melhor divisão de trabalho e conseqüentemente uma melhor organização do negócio.

Em termos setoriais, verifica-se que a proporção das empresas do comércio é inferior à verificada nas empresas registradas na JUCESP, sendo proporcionalmente maiores as participações de empresas de serviços e da indústria (Quadro 12). Nesses últimos dois setores, é maior a possibilidade de atuar em nichos de mercado, as configurações de mercado tendem a ser menos pressionada pela concorrência, se comparados ao comércio, onde a estrutura de oferta é mais pulverizada e concorrencial.

Quadro 12 – Características das empresas: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Características da empresa	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Tipo de constituição	53% individual 47% sociedade Ltda.	23% individual 77% sociedade
Média de pessoas ocupadas	5,5 pessoas	13,8 pessoas
Máximo de pessoas que já ocupou	7,1 pessoas	17,4 pessoas
Setor de atividade	61% comércio 29% serviços 10% indústria 0,4% agropecuária	46% comércio 33% serviços 21% indústria 0,1% agropecuária

Fonte: SEBRAE-SP.

As características dos donos das empresas clientes do SEBRAE-SP também apresentam diferenciais que favorecem a sobrevivência do negócio (Quadro 13). No grupo dos clientes SEBRAE-SP, 87% possui 2º grau ou mais (contra 70% na média das empresas registradas na 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 18%, contra 25% na média das empresas registradas na JUCESP. E a busca por profissionais de mercado para ajudar a resolver problemas relevantes da empresa chega a 72% entre os clientes SEBRAE-SP, contra 30% na média das empresas registradas na JUCESP¹².

12. Neste ponto, vale observar que, o sorteio das empresas clientes do SEBRAE-SP foi realizado a partir do cadastro de clientes pessoa jurídica. O empresário entrevistado pode não ter sido o sócio ou a pessoa que utilizou os produtos e serviços oferecidos pelo SEBRAE-SP.

Esses empreendedores também se destacam por participar mais de reuniões coordenadas por entidades, bem como por participar de ações em conjunto com outras empresas do mesmo ramo de atividade (Quadro 13).

Quadro 13 – Características dos donos: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Características dos donos	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Gênero	62% masculino	63% masculino
Escolaridade	70% tem 2º grau ou +	87% tem 2º grau ou +
Estava desempregado antes de abrir	25% sim	18% sim
Experiência/conhecimento anterior (1)	66% sim	65% sim
Buscou apoio profissional (2)	30% sim	72% sim
Foi a reuniões coordenadas por entidades	11% sim	29% sim
Fez ações em conjunto com outras empresas	3% sim	8% sim

Fonte: SEBRAE-SP

Notas: (1) principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo.

(2) "...para resolver problemas relevantes da empresa", em pelo menos uma das seguintes entidades: SEBRAE/SENAI/SENAC, entidades de classe, associações empresariais ou empresas de consultoria.

Quadro 14 – Características do planejamento e gestão: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Planejamento e gestão	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Planejamento antes de abrir (média)	6,7 meses	8,7 meses
Índice médio de itens planejados (1)	54% (média de 7 itens)	62% (média de 7 itens)
Sempre aperfeiçoou produtos	81% sim	88% sim
Sempre acompanhou receitas/despesas	72% sim	78% sim
Sempre fez propaganda/divulgação	23% sim	37% sim
Concorre(u) com grandes empresas	49% sim	64% sim

Fonte: SEBRAE-SP

Notas: (1) média de 7 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).

Entre os clientes SEBRAE-SP verifica-se que o período médio utilizado na atividade de planejamento, antes da abertura do negócio, foi de 8,7 meses, contra 6,7 meses na média das empresas registradas na JUCESP (Quadro 14). A proporção média de empresas clientes SEBRAE que conhecia ou buscou informações sobre sete itens específicos do planejamento também foi maior (62% contra 54% 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. Nesse último grupo de empresas, a concorrência com grandes empresas chegou a 64% (contra 49% na média das empresas registradas na JUCESP). A presença de grandes empresas ocorre com mais frequência em segmentos de atividades mais dinâmicos e onde há maior busca por competitividade. Verificou-se também que, em muitos casos, há cooperação entre grandes e pequenas empresas, por meio, por exemplo, de indicação de clientes que demandam pequenos lotes de produtos¹³.

Quadro 15 – Comportamento empreendedor: comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP e empresas registradas na JUCESP

Comportamento empreendedor (1)	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
SEMPRE enfrenta “riscos moderados”	68%	77%
SEMPRE estabelece objetivos e metas	82%	88%
SEMPRE busca intensamente informações	79%	85%
SEMPRE “sacrifica-se” p/atingir objetivos	91%	95%
SEMPRE se antecipa aos fatos	70%	72%
SEMPRE planeja/monitora cada etapa	80%	82%
SEMPRE segue os objetivos (persistência)	92%	94%
SEMPRE busca qualidade e eficiência	96%	97%
SEMPRE acredita na sua capacidade	97%	98%
SEMPRE contata clientes e parceiros	94%	95%

Fonte: SEBRAE-SP

Notas: (1) os itens do comportamento empreendedor foram hierarquizados pelas maiores diferenças entre os percentuais.

13. No capítulo 3, é apresentada uma análise mais detalhada sobre as formas de cooperação entre grandes e pequenas empresas.

**Quadro 16 – Ambiente institucional ou políticas de apoio:
comparações entre empresas clientes SEBRAE-SP
e empresas registradas na JUCESP**

Ambiente institucional	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Obteve empréstimo em banco	29% sim	46% sim
Obteve microcrédito	5% sim	7% sim
Obteve redução de impostos municipais	7% sim	9% sim
Realizou vendas ao governo	10% sim	16% sim

Fonte: SEBRAE-SP

Todos os itens que expressam as atitudes empreendedoras são mais fortes nas empresas clientes do SEBRAE-SP (Quadro 15). São destaques, por possuírem maior diferencial, as respostas: propensão para enfrentar “riscos moderados”, estabelecer objetivos e metas e buscar intensamente informações (Quadro 15).

Com respeito ao ambiente institucional e às políticas de apoio, verificam-se também neste ponto, alguns diferenciais favoráveis às empresas clientes do SEBRAE-SP. Em geral, estas empresas sistematicamente conseguem maior acesso a esses itens ou são mais pró-ativas na busca pelos mesmos, com destaque para a obtenção de empréstimos bancários tradicionais (46% nas empresas clientes do SEBRAE-SP contra 29% na média das empresas registradas na JUCESP). A realização de vendas ao governo também favorece a maior sobrevivência dessas empresas.

9. Principais conclusões e recomendações

Com respeito às empresas registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo, entre 1999 e 2003, verifica-se que a taxa de mortalidade é de 29% para empresas até um ano, 42% para empresas até dois anos, 53% para empresas até três anos e 56% para empresas até quatro e cinco anos.

Levando em consideração os dados levantados nesta pesquisa, verifica-se que, apenas no Estado de São Paulo, entre 1990 e 2004, foram abertas mais de 2 milhões de empresas, porém, foram fechadas cerca de 1,3 milhão no mesmo período. A cada ano, estima-se que a mortalidade de empresas paulistas causa para a sociedade uma perda de 281 mil ocupações e uma perda de R\$ 15,6 bilhões (capital investido e faturamento). Essa perda financeira anual equivale ao valor de 735 mil veículos populares ou quase 70 milhões de cestas básicas por ano.

Os principais fatores determinantes da mortalidade de empresas podem ser agrupados em 6 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. Políticas insuficientes de apoio às empresas;
- V. Conjuntura econômica deprimida (baixo crescimento da economia e grande concorrência);
- VI. Problemas pessoais dos sócios-proprietários.

Este trabalho mostra que a taxa de mortalidade de empresas vem caindo. Porém essa queda tem sido evidenciada com mais clareza apenas no grupo das empresas com até cinco anos. No rastreamento realizado em 2000, a taxa de

mortalidade das empresas com até cinco anos foi de 71%. Essa taxa apresentou uma queda para 60% no rastreamento de 2002 e para 56% no último rastreamento (em 2004). No último rastreamento, verificou-se também certa estabilidade na taxa de mortalidade a partir do terceiro ano de atividade.

A melhora na taxa de mortalidade de empresas até cinco anos parece estar associada ao fato destas terem sido beneficiadas por uma série de ações em favor dos pequenos negócios, que vêm sendo adotadas nos últimos anos, tais como: instituição do Estatuto específico para o segmento, criação e ampliação de regimes de impostos simplificados e favoráveis às micro e pequenas empresas, nos âmbitos federal, estadual e municipal, maior disponibilidade de financiamento (e microcrédito) e maior esforço das entidades de apoio aos pequenos negócios em termos de capacitação dos empreendedores.

A despeito da melhora relativa, em especial no grupo das empresas com até cinco anos de atividade, as taxas de mortalidade aqui levantadas ainda se encontram em níveis elevados. Estudo da OECD (1998) apresenta taxas de mortalidade, para empresas com até cinco anos de atividade, que variam de 37% na Alemanha a até 53% em Portugal, com média de 46% em onze países analisados. Em que pese as diferenças de metodologias dos trabalhos, as diferenças das magnitudes das taxas não são desprezíveis. Vale a pena observar que no grupo específico das empresas que são clientes do SEBRAE-SP a taxa de mortalidade para empresas com até cinco anos de atividade é de 30%, quase a metade da média das empresas registradas na JUCESP (56%).

Para que esse quadro 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 a gestão de negócio mas, principalmente, estimular o desenvolvimento de valores, habilidades e atitudes empreendedoras¹⁴. 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-se 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 negócio¹⁵.

3. Promover, entre aqueles que já constituíram o seu negócio, um esforço de capacitação em gestão empresarial. 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; o monitoramento sistemático do fluxo de receitas e despesas; a administração adequada do saldo de caixa; o

14. Sem querer esgotar o assunto, entre os itens que poderiam ser promovidos, destacam-se: o estímulo à formulação de projetos com metas e objetivos bem definidos, o planejamento sistemático de atividades, a pro-atividade na identificação de oportunidades, na busca por informações, o desenvolvimento de hábitos de monitoramento e controle das etapas dos projetos, a preocupação constante com a qualidade e eficiência máxima em tudo que se faz, a persistência no atingimento de objetivos e metas estabelecidos, a importância da formação de uma rede de contatos e o desenvolvimento da autoconfiança e da percepção de que é possível sonhar e de realizar sonhos.
15. Por exemplo: informações sobre o público-alvo (quem são e quantos são os clientes, seus hábitos de consumo, suas necessidades, seus gostos e a melhor estratégia de comunicação com eles), os fornecedores (quem são, quantos são, formas de prazo e pagamento com que trabalham e quais as alternativas adicionais de fornecimento), os concorrentes (quem são, quantos são, principais vantagens e desvantagens, etc), melhor localização do negócio, legislação específica do segmento de atividade, etc.

controle detalhado dos custos dos produtos e serviços oferecidos; a adequada precificação dos mesmos; a busca por apoio profissional quando aparecerem problemas de difícil solução; etc.

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 cresça o acesso ao crédito e a ampliação de mercados. São exemplos de ações que podem ser aprofundadas:

- Maior simplificação do sistema de impostos (ex. unificação do recolhimento dos impostos federais, estaduais e municipais, por meio do SIMPLES GERAL);
- Eliminação das restrições à adesão ao SIMPLES (principalmente o setor de serviços);
- Política de compras governamentais para MPEs;
- Mecanismos que facilitem e estimulem as exportações das MPEs;
- Política de crédito com linhas específicas para pequenas empresas (ex. candidatos a abrir uma empresa, empresas recém-abertas, empresas já consolidadas e microcrédito p/empreendimentos de microporte);
- Desburocratização e redução dos custos de abertura de um novo negócio;
- Outras reformas (ex. reforma trabalhista).

5. Procurar reduzir o impacto negativo de políticas econômicas que levam à desaceleração da economia. 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 patamares reduzidos;

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

Bedê, M.A. (2004), “Gargalos no financiamento dos pequenos negócios no Brasil” IN: Araújo & Santos (org.), “Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas”, Editora SEBRAE, p. 46-57.

Fundação Roberto Marinho/Sebrae, “Aprender a empreender”.

GEM (2004), Empreendedorismo no Brasil 2004. Sumário Executivo. Curitiba, IBQP/SEBRAE/IEL-PR/PUC-PR.

IBGE (2003), “Estatísticas do cadastro central de empresas 2001”. Comunicação Social de 22/9/03, www.ibge.gov.br.

Moraes, J. M. (2004), “A força da pequena empresa”. Revista SEBRAE, nº 12, janeiro/ fevereiro/ março 2004, p. 38 a 45.

Najberg, S., Puga, F. P. e Pereira, R. O. (2003). “Demografia das firmas brasileiras”. Informe-se nº 50, BNDES, www.federativo.bndes.gov.br.

OECD (1998), “Fostering entrepreneurship: the OECD jobs strategy”, Paris.

SEBRAE-SP (1999), “Estudo da mortalidade das empresas paulistas”, www.sebraesp.com.br.

SEBRAE-SP (2004, a), “Indicadores SEBRAE-SP: pesquisa de conjuntura”, vários números.

SEBRAE-SP (2004, b), “O financiamento das MPEs no Estado de São Paulo”, www.sebraesp.com.br.

SEBRAE-SP (2000), “Onde estão as MPEs paulistas”, www.sebraesp.com.br.

SEBRAE-SP (2001), “Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 Anos”, www.sebraesp.com.br.

SEBRAE-SP (2004, c), “Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 Anos”, www.sebraesp.com.br.

Anexo 1 - Notas Metodológicas

1. Introdução

Desde o ano de 1998, o SEBRAE-SP vem desenvolvendo uma metodologia específica, partindo daquela inicialmente elaborada em 1997 para o sistema SEBRAE, visando realizar o estudo de mortalidade de empresas no Estado de São Paulo. Os estudos em São Paulo têm sido realizados numa periodicidade bienal. Foram realizados até agora quatro rastreamentos, nos últimos trimestres de 1998, 2000, 2002 e 2004, cujos resultados foram divulgados em 1999, 2001, 2003 e 2005, respectivamente.

Os principais objetivos de estudo na edição de 2004/2005 foram:

- determinar a taxa de mortalidade das empresas paulistas constituídas na Junta Comercial do Estado de São Paulo - JUCESP entre 1999 e 2003;
- determinar a taxa de mortalidade de empresas paulistas clientes do SEBRAE-SP, constituídas na Secretaria da Receita Federal (SRF) entre 1999 e 2003;
- identificar os fatores que influenciam o fechamento/sobrevivência das empresas com até cinco 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 iniciou-se em março de 2004 (ver Anexo 2) e foi constituído basicamente pelas seguintes etapas:

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

2. Universo de estudo

Nesta edição, foram definidos dois grupos de análise:

Grupo 1: Empresas, Individuais ou Sociedades Limitada, constituídas entre 1999 e 2003 na JUCESP, cujo universo encontra-se no Quadro A-1.

Quadro A-1: Empresas constituídas na JUCESP entre 1999 e 2003

Tipo de constituição	Ano de constituição na JUCESP					Total
	1999	2000	2001	2002	2003	
Individual	63.564	63.543	69.696	64.566	67.622	328.991
Limitada	58.758	58.466	61.439	58.570	67.572	304.805
Total	122.322	122.009	131.135	123.136	135.194	633.796

Fonte: Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC.

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

Entre janeiro de 1999 e dezembro de 2003, o SEBRAE-SP efetuou mais de 480 mil atendimentos a pessoas jurídicas. Agregando-se estes atendimentos pelo CNPJ destas empresas, concluiu-se que mais de 120 mil empresas diferentes foram atendidas nesse período, independente do seu ano da constituição (Quadro A-2).

Quadro A-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	106.393	52.424
Bolsa de negócios	45.734	21.167
Centro de Documentação e Informação – CDI	1.285	1.083
Consultoria	98.089	22.096
Orientação ao crédito	2.827	2.655
Feira de negócios	795	680
Incubadora (**)	578	569
Central de Relacionamento (serviço 0800)	167.401	70.528
Rodada de negócios	2.241	1.916
Sistema Agroindustrial Integrado – SAI coletivo	71	12
Sistema Agroindustrial Integrado – SAI individual	18.649	4.134
Sebraetec	6.175	3.136
Treinamento	30.689	11.618
Total	480.927	120.673

Fonte: Cadastro do Sistema de Atendimento do SEBRAE-SP.

Notas:

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

(**) Apenas empresas cadastradas no Sistema de Atendimento SEBRAE. Observou-se que parte das empresas participantes do produto Incubadoras não estava no Sistema de Atendimento ou estavam cadastradas como pessoas físicas, i.e, em nome do(s) seu(s) proprietário(s).

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 conhecimento diretamente aplicado aos negócios dos em-

preendedores, 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, 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, considerou-se apenas as empresas constituídas no Estado de São Paulo entre 1999 e 2003 na Secretaria da Receita Federal¹ (Quadro A-3).

Quadro A-3: Empresas clientes do SEBRAE-SP constituídas entre 1999 e 2003 (produtos selecionados)

Produto do SEBRAE-SP	Ano de constituição na Secretaria da Receita Federal					Total
	1999	2000	2001	2002	2003	
Incubadoras	62	95	97	131	128	513
Treinamento	757	471	310	162	32	1.732
Consultoria	1.589	1.477	1.351	838	244	5.499
Bolsa	703	633	504	284	153	2.277
Outros(***)	613	618	673	598	199	2.701
Total	3.724	3.294	2.935	2.013	756	12.722

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

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

1. Para obter esta informação, foi efetuada busca da data de constituição para aproximadamente 19 mil 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>)

Plano amostral

Grupo 1 (empresas constituídas na JUCESP)

O plano amostral adotado para este grupo considerou no 1º estágio conglomerados (municípios), selecionados sistematicamente com probabilidade proporcional ao tamanho (nº de 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 A-4: Amostra inicial de empresas determinada para o Grupo 1:

Tipo de constituição	Ano de constituição na JUCESP					Total
	1999	2000	2001	2002	2003	
Individual	206	206	206	206	207	1.031
Limitada	194	194	194	194	193	969
Total	400	400	400	400	400	2.000

A distribuição da amostra do Grupo 1, por município, está especificada no Anexo 6.

Sabe-se, no entanto, que existem empresas do segmento de prestação de serviços, p.ex. 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

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.

do novo Código Civil, em 11 de janeiro de 2003, essa parcela chegou 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 constituição³ na Receita Federal (registro do CNPJ⁴) das empresas obtidas no cadastro da JUCESP (Quadro A-5).

Quadro A-5: Amostra efetiva de empresas para o Grupo 1

Tipo de Constituição	Ano de constituição na Receita Federal					Total
	1999	2000	2001	2002	2003	
Individual	205	206	207	206	206	1.030
Limitada	199	203	188	185	156	931
Total	404	409	395	391	362	1.961

Grupo 2 (Clientes Sebrae-SP):

Para o segmento de Incubadoras, foram selecionadas para o estudo todas as empresas que usufruíram deste serviço no SEBRAE-SP (Quadro A-5), respeitando os seguintes critérios:

- ser pessoa jurídica e ter CNPJ constituído entre 1999 e 2003 no Estado de São Paulo,
- 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.

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>)

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

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

Quadro A-6: Empresas (iniciais) clientes de Incubadoras

Produto do SEBRAE-SP	Ano de constituição do CNPJ na Receita Federal						total
	Não id.	1999	2000	2001	2002	2003	
Incubadoras	331	34	69	61	84	71	650

Com a impossibilidade de levantamento de informações cadastrais, mesmo após o rastreamento de campo, e visando a padronização da metodologia, foram excluídos da análise, a posteriori, as empresas que não atenderam aos critérios estabelecidos ou cujos CNPJs não foram identificados. Dessa forma, chegou-se à distribuição de empresas clientes de incubadoras descrita no Quadro A-7.

Quadro A-7: Empresas (efetivas) clientes de Incubadoras

Produto do SEBRAE-SP	Ano de constituição do CNPJ na Receita Federal					total
	1999	2000	2001	2002	2003	
Incubadoras	62	95	97	131	128	513

A lista de todas as incubadoras contempladas no estudo é apresentada no Anexo 7.

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

- Treinamento: treinamento pago por pessoa jurídica
- Consultoria: atendimento individual ou coletivo por pessoa jurídica

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

- 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 da área de Apoio a Financiamento e Capitalização e participantes de Rodada de Negócios.

Para cada segmento de produto, o plano amostral considerou no 1º estágio conglomerados (municípios), selecionados sistematicamente com probabilidade proporcional ao tamanho (nº de empresas clientes no município). No 2º estágio, foram selecionadas empresas aleatoriamente dentro de cada município, para os estratos de ano de constituição (Quadro A-8).

Quadro A-8: Amostra de empresas determinada para o Grupo 2 (exclusive Incubadora)

Produto do SEBRAE-SP	Ano de constituição do CNPJ na Receita Federal					Total
	1999	2000	2001	2002	2003	
Treinamento	104	104	104	104	24	440
Consultoria	104	104	104	104	104	520
Bolsa	104	104	104	104	104	520
Outros(*)	104	104	104	104	104	520
Total	478	511	513	547	464	2.000

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

A distribuição da amostra do Grupo 2, por município, está especificada no Anexo 8.

4. Pesquisa de campo

1) Levantamento prévio de dados cadastrais

De acordo com a natureza deste projeto, é essencial a disponibilidade de um cadastro e a atualização apurada dos dados cadastrais das empresas selecionadas para o bom desempenho no trabalho de rastreamento. Neste sentido, a metodologia previu 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 (Anexo 4):

- Ficha de Breve Relato da JUCESP: obtida por meio de solicitação à JUCESP e também por compra específica pela Imprensa Oficial do Estado – Imesp. Esta ficha possui um breve relato das movimentações realizadas de determinada empresa nos últimos cinco anos, p.ex., mudança de endereço, alterações do objeto social e/ou alterações no quadro societário. Além disso, forneceu as seguintes informações atualizadas utilizadas no projeto:

- o Razão Social
- o Data de constituição
- o Objeto social (setor de atividade CNAE⁶)
- o Endereço comercial
- o Nome e endereço residencial dos sócios/proprietários
- o 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.

6. *Classificação Nacional de Atividades Econômicas – IBGE.*

- Comprovante de inscrição e situação cadastral do CNPJ da Secretaria da Receita Federal: obtido por meio de consulta às empresas, utilizando o nº do CNPJ pelo site na internet. Os principais dados utilizados foram:

- o Razão Social e nome fantasia
- o Data de constituição
- o Endereço comercial
- o Objeto social (setor de atividade CNAE)
- o Situação cadastral (p.ex. ativa, cancelada, inativa)

Se a empresa da amostra já tiver cancelado seu CNPJ, grande parte das informações citadas acima está 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:

- o Razão Social
- o Endereço Comercial
- o Objeto social (setor de atividade CNAE)
- o Nº de CNPJ

7. Dados financiados pelo FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador).

- 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:

- o Razão Social
- o Endereço Comercial
- o N° de CNPJ
- o Nome da pessoa de contato na empresa

- Processos internos do SEBRAE-SP (Convênio com entidades gestoras de incubadoras): documentos disponíveis apenas para as empresas atendidas por incubadoras do SEBRAE-SP. As principais informações coletadas dos processos foram:

- o Razão Social (quando disponível)
- o N° de CNPJ (quando disponível)
- o Sócio(s)/proprietário(s) da empresa
- o Nome da incubadora
- o Endereço da incubadora

- Dados cadastrais na Telefônica: obtidos por meio de consulta ao site na internet, a partir da razão social, nome dos sócios/proprietários e endereços citados nas outras fontes anteriores. Quando localizados no site, foram utilizados:

- o Telefone comercial
- o Telefone residencial do(s) sócio(s)/proprietário(s)
- o 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 5):

- 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.

8. A empresa contratada para a execução do serviço de campo foi a DATA KIRSTEN PESQUISAS, PROJETOS E PROJEÇÕES S/C LTDA.

O uso de telefone se restringiu somente à localização do proprietário, visando marcar a entrevista. A visita pessoal ainda será 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 junto aos 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 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 foi localizado, aplicou-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 3), que foi utilizado no processo de rastreamento e na entrevista. Este questionário está estruturado em 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.

5. Estimadores

Considerou-se como empresa encerrada aquela:

- cujo(a) proprietário(a) foi localizado(a) e informou que a empresa estava sem atividade (encerrada formalmente ou não) ou que não chegou a operar desde a sua constituição;
- cujo(a) proprietário(a) foi localizado(a) e informou que a empresa não utilizava mais seu CNPJ (mesmo não oficialmente cancelado) em nenhuma transação comercial;

- cujo CNPJ foi oficialmente cancelado na Secretaria da Receita Federal; e/ou
- que não foi localizada, bem como nenhum(a) dos(as) proprietários(as), mesmo após o rastreamento exaustivo.

Para as empresas do Grupo 1, os estimadores da taxa de mortalidade (tx) foram calculados da seguinte forma:

$$tx_j = \sum_{i=1}^2 (m_{ij} / n_{ij}) \times W_{ij}$$

sendo:

$$W_{ij} = N_{ij} / N_j \text{ (peso do estrato } i \text{ e ano } j)$$

N_j – tamanho do universo (empresas constituídas na Junta Comercial) no ano j

N_{ij} – tamanho do universo de empresas do estrato i e constituídas no ano j

n_{ij} – tamanho da amostra de empresas do estrato i e constituídas no ano j

m_{ij} – nº de empresas da amostra do estrato i , constituídas no ano j e que estavam na condição de ‘encerrada’ no rastreamento

estratos: $i = 1$ (individual) ou 2 (LTDA) ;

$j =$ anos de constituição variando de 1999 a 2003

Da mesma forma, para as empresas do Grupo 2 tem-se:

$$tx_j = \sum_{i=1}^5 (m_{ij} / n_{ij}) \times W_{ij}$$

sendo:

$W_{ij} = N_{ij} / N_j$ (peso atribuído às empresas do estrato i e constituídas no ano j)

N_j – tamanho do universo (empresas clientes SEBRAE-SP) constituído no ano j

N_{ij} – tamanho do universo de empresas do estrato i e constituídas no ano j

n_{ij} – tamanho da amostra de empresas do estrato i e constituídas no ano j

m_{ij} – nº de empresas da amostra do estrato i , constituídas no ano j e que estavam na condição de ‘encerrada’ no rastreamento

estratos: $i = 1$ (incubadora), 2 (treinamento), 3 (consultoria), 4 (bolsa) ou 5 (outros) ;

$j =$ anos de constituição variando de 1999 a 2003

Para uma determinada característica \mathbf{x} da empresa, p.ex. se esta obteve empréstimos em bancos no decorrer das atividades, convencionou-se:

$\mathbf{x} =$ 1, possui determinada característica (p.ex. já obteve empréstimo)
 0, não possui determinada característica

As estimativas da média de \mathbf{x} ($\bar{\mathbf{x}}$) são:

Grupo 1:

$$\bar{\mathbf{x}} = \sum_{i=1}^2 \sum_{j=1999}^{2003} \sum_k^{n_{ij}} (\mathbf{x}_{ijk} / n_{ij}) \times W_{ij}$$

sendo:

$W_{ij} = N_{ij} / N$ (peso atribuído às empresas do estrato i e constituídas no ano j)

N – tamanho do universo (empresas constituídas na Junta Comercial)

N_{ij} – tamanho do universo no estrato i e no ano j

n_{ij} – tamanho da amostra no estrato i e no ano j

x_{ijk} – k -ésimo elemento da amostra no estrato i e ano j

estratos: $i = 1$ (individual) ou 2 (LTDA) ;
 $j =$ anos de constituição variando de 1999 a 2003

Grupo 2:

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^5 \sum_{j=1999}^{2003} \sum_k^{n_{ij}} (x_{ijk} / n_{ij}) \times W_{ij}$$

sendo:

$W_{ij} = N_{ij} / N$ (peso atribuído às empresas do estrato i e constituídas no ano j)

N – tamanho do universo (empresas clientes SEBRAE-SP)

N_{ij} – tamanho do universo no estrato i e no ano j

n_{ij} – tamanho da amostra no estrato i e no ano j

x_{ijk} – k -ésimo elemento da amostra no estrato i e ano j

estratos: $i = 1$ (incubadora), 2 (treinamento), 3 (consultoria), 4 (bolsa) ou 5 (outros) ;
 $j =$ anos de constituição variando de 1999 a 2003



Anexo 2 - Cronograma de trabalho

2004

ATIVIDADES / MÊS	Mar 04	Abr 04	Mai 04	Jun 04	Jul 04	Ago 04	Set 04	Out 04	Nov 04	Dez 04
Definição do objeto do trabalho e cronograma	■									
Digitação de registros de abertura de empresas na JUCESP (99 a 03)	■	■	■							
Procedimentos internos para contratação de empresa de campo	■	■	■	■	■	■				
Busca da data de constituição (clientes SEBRAE) no site Rec.Fed.		■								
Sorteio de municípios, empresas da JUCESP e clientes SEBRAE			■							
Digitação das inform. cadastrais (amostra de empresas JUCESP)			■							
Levantamento e identificação das empresas clientes de Incubadora			■	■	■	■				
Busca e identificação de CNPJ no CEE (amostra empresas JUCESP)			■	■	■	■				
Elaboração do instrumento de coleta (questionário)			■	■	■	■	■			
Obtenção da Ficha JUCESP (50% via JUCESP e 50% via IMESP)			■	■	■	■	■			
Geração e impressão da Ficha Cadastral (todas as empresas)			■	■	■	■	■			
Assinatura do contrato da empresa de campo				■	■	■	■			
Planejamento de roteiros e treinamento de entrevistadores						■	■			
Pesquisa de campo (rastreamento, entrevista, crítica e consistência)							■	■	■	■
Verificação e voltas eventuais ao campo para correção/confirmação							■	■	■	■
Dupla digitação dos questionários e consistência eletrônica							■	■	■	■
Entrega dos dados finais e encerramento do contrato								■	■	■
Montagem de bancos de dados, processamento e ajustes										■
Elaboração de tabelas e análise de regressão										
Elaboração de relatório para apresentação										
Discussão dos resultados com áreas internas do SEBRAE										
Elaboração do relatório final e divulgação da pesquisa										

2005

ATIVIDADES / MÊS	Jan 05	Fev 05	Mar 05	Abr 05	Mai 05	Jun 05	Jul 05	Ago 05	Set 05	Out 05
Definição do objeto do trabalho e cronograma										
Digitação de registros de abertura de empresas na JUCESP (99 a 03)										
Procedimentos internos para contratação de empresa de campo										
Busca da data de constituição (clientes SEBRAE) no site Rec.Fed.										
Sorteio de municípios, empresas da JUCESP e clientes SEBRAE										
Digitação das inform. cadastrais (amostra de empresas JUCESP)										
Levantamento e identificação das empresas clientes de Incubadora										
Busca e identificação de CNPJ no CEE (amostra empresas JUCESP)										
Elaboração do instrumento de coleta (questionário)										
Obtenção da Ficha JUCESP (50% via JUCESP e 50% via IMESP)										
Geração e impressão da Ficha Cadastral (todas as empresas)										
Assinatura do contrato da empresa de campo										
Planejamento de roteiros e treinamento de entrevistadores										
Pesquisa de campo (rastreamento, entrevista, crítica e consistência)										
Verificação e voltas eventuais ao campo para correção/confirmação										
Dupla digitação dos questionários e consistência eletrônica										
Entrega dos dados finais e encerramento do contrato										
Montagem de bancos de dados, processamento e ajustes										
Elaboração de tabelas e análise de regressão										
Elaboração de relatório para apresentação										
Discussão dos resultados com áreas internas do SEBRAE										
Elaboração do relatório final e divulgação da pesquisa										

Legenda cronograma de trabalho:

-  período previsto para execução
-  período efetivamente utilizado para execução
-  atividades executadas pelo SEBRAE-SP
-  atividades executadas por empresas terceirizadas sob coordenação do SEBRAE-SP

Anexo 3 - Questionário

1. EMPRESA Nº (_ | _ | _ | _)

2. INFORMAÇÕES LEVANTADAS NA INCUBADORA (SOMENTE PARA A AMOSTRA DE EMPRESAS DE INCUBADORAS: Nº 4.001 A 4.650)

2.1 NOME DO CONTATO NA INCUBADORA:		
Empresa	2.2 CNPJ: _____._____._____/_____- ____ 2.3. CONDIÇÃO: (1) Residente (2) Graduada (3) Desistente (4) Outra: _____	
	2.4 RAZÃO SOCIAL:	
	2.5 END.:	
	2.6 BAIRRO:	
	2.7 MUNICÍPIO:	2.8 UF:
	2.9 CEP: _____ - _____	
	2.10 TEL.(s): (_____) ; (_____)	2.11
	FAX: (_____)	
2.12 PROPRIETÁRIO(S):		

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: (respostas múltiplas)**

- (1) Consulta ao(s) vizinho(s) do imóvel
- (2) Contato por telefone comercial da empresa
- (3) Contato por telefone residencial do(s) proprietário(s)
- (4) Consulta ao atual inquilino do imóvel
- (5) Consulta ao proprietário do imóvel (imobiliária)
- (6) Visita ao(s) endereço(s) residencial(is) do(s) proprietário(s) da empresa
- (7) Visita ao(s) outro(s) endereço(s) da Ficha da Empresa
- (8) Consulta ao antigo contador ou advogado da empresa
- (9) Consulta à associação comercial, de moradores do bairro, sindicato ou outros

5. **DESCRIÇÃO DO RASTREAMENTO: (anotar dia e hora 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

6.1 RAZÃO SOCIAL:
6.2 END.:
6.3 BAIRRO:
6.4 MUNICÍPIO:
6.5 UF: 6.6 CEP: -
6.7 TELEFONE(S) P/ CONTATO: ()

(2) Não

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

(1) Sim

7.1 Nome(s):

(2) Não (nenhum dos proprietários foi localizado)

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

(1) Em atividade (está operando com este CNPJ ou temporariamente inativa mas, com certeza, vai retomar as atividades)

(2) Encerrada (não está em atividade há pelo menos um mês e não há previsão de retomar as atividades)

(3) Não houve inscrição de CNPJ (NÃO ASSINALAR PARA AQUELAS EMPRESAS COM CNPJ NA FICHA CADASTRAL)

(4) Não foi localizada (**pule p/ questão nº 10**)



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

(1) NOME DO(A) ENTREVISTADO(A): _____

(2) 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:

1. Produz(ia):

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

3. 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):

<p>(1) EMPRESA TIPO SOC. CIVIL, LIMITADA OU INDIVIDUAL</p>	<p>1. _ _ _ Sócio/proprietários (PF) que não trabalha(va)m e não toma(va)m decisões da empresa</p> <p>2. _ _ _ Sócio/proprietários (PF) que trabalha(va)m ou toma(va)m decisões da empresa</p> <p>3. _ _ _ Familiares que trabalha(va)m regularmente na empresa (com ou sem remuneração)</p> <p>4. _ _ _ Outros empregados (com ou sem carteira assinada)</p> <p>5. _ _ _ TOTAL (soma de 1 a 4)</p> <p>6. Há(via) pessoa jurídica no quadro societário? (1) sim (2) não</p>
<p>(2) COOPERATIVA OU ASSOCIAÇÃO</p>	<p>7. _ _ _ Cooperados ou associados (pessoas físicas ou pessoas jurídicas)</p> <p>8. _ _ _ Empregados (com ou sem carteira assinada)</p> <p>9. _ _ _ TOTAL (soma de 7 a 8)</p>
<p>(3) SOCIEDADE ANÔNIMA</p>	<p>10. _ _ _ Acionistas (pessoas físicas ou pessoas jurídicas)</p> <p>11. _ _ _ Empregados (com ou sem carteira assinada)</p> <p>12. _ _ _ TOTAL (soma de 10 e 11)</p>

14. QUAL O NÚMERO MÁXIMO TOTAL DE PESSOAS QUE CHEGOU A TRABALHAR NA SUA EMPRESA ?

(_|_|_|) Pessoas (**Considerar o TOTAL**)

II. Informações do Perfil do Entrevistado

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

16. IDADE: (_ | _) Anos

17. ESCOLARIDADE:

- (1) Até primeiro grau incompleto
- (2) Primeiro grau completo (até 8ª série completa)
- (3) Segundo grau completo (até 3º ano completo)
- (4) Superior completo ou mais

18. ATÉ 3 MESES ANTES DE ABRIR A EMPRESA O(A) SR.(A) ESTAVA DESEMPREGADO (SEM OCUPAÇÃO E PROCURANDO UM EMPREGO)? (1) Sim (2) Não

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

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

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

- (1) Sim
- (2) Não

21. **(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 ? _____

22. 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 ? _____

23. QUAL DAS DUAS ALTERNATIVAS MELHOR DESCREVE O PRINCIPAL MOTIVO QUE FEZ O SR(A) ABRIR A EMPRESA ?

- (1) Oportunidade
- (2) Necessidade

III. Informações anteriores à abertura da Empresa

24. A SUA EMPRESA OPEROU ALGUM TEMPO INFORMALMENTE ANTES DE SER REGISTRADA NA JUNTA COMERCIAL OU NO CARTÓRIO ? (1) Sim. Quantos meses? (_ | _ | _) (2) Não

25. Qual a principal dificuldade para constituir formalmente esta empresa?

.....

.....

26. QUANTO TEMPO O(A) SR(A) GASTOU LEVANTANDO INFORMAÇÕES SOBRE ESTA EMPRESA, PLANEJANDO O NEGÓCIO OU ESTUDANDO O SETOR, ANTES DE INICIAR A ATIVIDADE ? (_ | _ | _) Meses (**anotar zero, se não despendeu nenhum tempo**)

27. ANTES DE REGISTRAR ESTA EMPRESA, QUAIS DESTAS INFORMAÇÕES O(A) SR(A) LEVANTOU OU JÁ CONHECIA ? (**respostas múltiplas**) - **APRESENTAR CARTÃO AZUL**

- (1) Quem seriam seus fornecedores e como eles trabalhavam em termos de preço e prazos de pagamento
- (2) Quantas empresas concorrentes sua empresa teria
- (3) Quantos clientes sua empresa teria e seus hábitos de consumo
- (4) Qual a qualificação necessária da mão-de-obra que precisaria contratar
- (5) Quais os aspectos legais relativos ao seu negócio (p.ex. impostos, taxas, legislação trabalhista, zoneamento, legislação sanitária e normas de segurança)
- (6) Qual a melhor localização para sua empresa (ponto)
- (7) Qual o valor do investimento e os custos envolvidos no negócio

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

(respostas múltiplas) - APRESENTAR CARTÃO AMARELO

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

IV. Informações após a abertura de sua Empresa

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

- (1) sim
- (2) não **(pule p/ questão nº 45)**

30. A EMPRESA ERA SUA ÚNICA ATIVIDADE OU O(A) SR(A) MANTINHA OUTRA ATIVIDADE REMUNERADA NO PRIMEIRO ANO DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA ?

- (1) Era a única atividade
- (2) Mantinha outra(s) atividade(s)

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

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

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

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

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

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

34. INDICAR EM QUAL(IS) INSTITUIÇÕES OU PROFISSIONAIS O SR(A) PROCUROU APOIO, PARA RESOLVER PROBLEMAS RELEVANTES DESTA EMPRESA:		Sim	Não
1.	Empresas de consultoria, consultores	1	2
2.	Entidades de classe ou associações de empresas do ramo	1	2
3.	Pessoas que conheciam o ramo	1	2
4.	Contador	1	2
5.	SEBRAE	1	2
6.	SENAC	1	2
7.	SENAI	1	2
8.	Outra. Qual?	1	2

35. EXISTEM(IAM) GRANDES EMPRESAS CONCORRENDO DIRETAMENTE COM A SUA ?

(1) Sim (2) Não **(pule p/ questão nº 38)**

Obs.: grandes empresas = empresas com 100 ou mais empregados (indústria) e com 50 ou mais empregados (comércio e serviços)

36. QUAL FOI O IMPACTO DESTA CONCORRÊNCIA NOS NEGÓCIOS DA SUA EMPRESA ? **(resposta única)**

- (1) Beneficiou sua empresa
 (2) Prejudicou sua empresa
 (3) Não beneficiou nem prejudicou **(pule p/ questão nº 38)**
 (4) Não sabe **(pule p/ questão nº 38)**

37. EXPLIQUE COMO A EMPRESA FOI BENEFICIADA OU PREJUDICADA:

.....

.....

38. ESTA EMPRESA FAZ USO OU JÁ SE BENEFICIOU DE:	Sim	Não
1. Empréstimos em bancos ?	1	2
2. Banco do Povo ou Microcrédito (empréstimos para pequenos negócios) ?	1	2
3. Fácil (Sistema de Protocolo Integrado) para obtenção de informações legais e documentos ?	1	2
4. SIMPLES federal – redução e simplificação no pagamento de tributos federais (p. ex. IR ou IPI) ?	1	2
5. SIMPLES paulista – isenção ou redução no pagamento de ICMS ?	1	2



6. Isenção ou redução de tributos municipais (p.ex. IPTU ou ISS) ?	1	2
7. Franquia de alguma marca ?	1	2

39. ESTA EMPRESA PARTICIPA(OU) DO:	Sim	Não
1. Programa Brasil Empreendedor – PBE ?	1	2
2. REFIS - Programa de Recuperação Fiscal, para pagamento de atrasados com o Governo ?	1	2
3. Ações em conjunto com outras empresas (compras, cooperativas e redes setoriais) ?	1	2
4. Vendas para os governos municipal, estadual ou federal (licitações e concorrências) ?	1	2
5. Reuniões/seminários/parcerias coordenadas por entidades locais (prefeituras, associações e sindicatos) ?	1	2

40. NOS ÚLTIMOS ANOS, COMO A SITUAÇÃO DA ECONOMIA (CONSUMO, DESEMPREGO, INFLAÇÃO E TAXAS DE JUROS) AFETOU OS NEGÓCIOS DE SUA EMPRESA: **(resposta única)**

- (1) Beneficiou sua empresa
- (2) Prejudicou sua empresa
- (3) Não beneficiou nem prejudicou
- (4) Não sabe

41. NA SUA EMPRESA O SR.(A):	Sim	Não
1. SEMPRE estabelece(ia) objetivos e metas para seus principais projetos ?	1	2
2. SEMPRE aproveita(va) as oportunidades, se antecipava aos acontecimentos e se preparava para enfrentar os problemas antes que eles aconteçam ?	1	2
3. SEMPRE busca(va) intensamente informações que auxiliavam na tomada de decisões no seu negócio ?	1	2
4. SEMPRE 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
5. SEMPRE planeja(va) e monitora(va) cada etapa de seus projetos/ ações ?	1	2

6. SEMPRE busca(va) o nível de qualidade e eficiência máximo no que faz ?	1	2
7. SEMPRE segue(ia) de forma persistente seus objetivos ?	1	2
8. SEMPRE está(va) disposto a fazer sacrifícios pessoais para atingir seus objetivos ?	1	2
9. SEMPRE mantém(inha) contato pessoal com os clientes, fornecedores e outros parceiros e amigos do ramo ?	1	2
10. SEMPRE acredita(va) na sua capacidade pessoal de realizar sonhos ?	1	2

42. QUAIS AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS NA CONDUÇÃO DAS ATIVIDADES DA SUA EMPRESA ?

(respostas múltiplas) - APRESENTAR CARTÃO VERDE

- (01) Administração do caixa da empresa (sincronizar receitas e despesas)
- (02) Clientes sem dinheiro (crise econômica)
- (03) Desinteresse do cliente pelo(s) produto(s) ou serviço(s) da empresa
- (04) Concorrência muito forte
- (05) Dificuldades para obter empréstimos
- (06) Problemas legais (p.ex. ações trabalhistas, impostos e fiscalização de instalações)
- (07) Custos elevados
- (08) Falta de capital
- (09) Problemas particulares (pessoais, com sócios, saúde, desinteresse pelo negócio)
- (10) Outra. Qual ? _____
- (11) Não teve nenhuma dificuldade

43. 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 ? _____



44. **(SOMENTE PARA EMPRESAS EM ATIVIDADE)** Comparando 2004 com 2003, o que aconteceu com a empresa, em relação ao:

	Aumentou	Diminuiu	Ficou Igual	Não Sabe
1. Faturamento	1	2	3	4
2. Número de Empregados	1	2	3	4
3. Margem de lucro da empresa	1	2	3	4
4. Investimentos em máquinas, equipamentos e instalações	1	2	3	4

ATENÇÃO: EMPRESAS EM ATIVIDADE, AGRADECER E ENCERRAR A ENTREVISTA

V. PROCESSO DE ENCERRAMENTO (SOMENTE PARA EMPRESAS INATIVAS)

45. QUANDO A EMPRESA DEIXOU DE FUNCIONAR ? Mês: (___|___) Ano: (___|___|___)

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

47. EM QUAL DESTAS CATEGORIAS, ESTE MOTIVO SE ENQUADRA MELHOR ? **(resposta única) - REAPRESENTAR CARTÃO VERDE**

- (01) Administração do caixa da empresa (sincronizar receitas e despesas)
- (02) Clientes sem dinheiro (crise econômica)
- (03) Desinteresse do cliente pelo(s) produto(s) ou serviço(s) da empresa
- (04) Concorrência muito forte
- (05) Dificuldades para obter empréstimos
- (06) Problemas legais (p.ex. ações trabalhistas, impostos e fiscalização de instalações)
- (07) Custos elevados
- (08) Falta de capital
- (09) Problemas particulares (pessoais, com sócios, saúde, desinteresse pelo negócio)
- (10) Outra. Qual ? _____

48. QUAL TIPO DE ASSESSORIA OU AUXÍLIO O(A) SR(A). ACREDITA QUE TERIA SIDO ÚTIL PARA EVITAR O FECHAMENTO DESTA EMPRESA ? **(respostas múltiplas) - APRESENTAR CARTÃO BRANCO**

- (1) Consultoria (financeira, contábil, jurídica, *marketing*, produção, etc.)
- (2) Empréstimo bancário
- (3) Melhora da economia

- (4) Menores encargos e/ou impostos
- (5) Outro tipo de ajuda. Qual? _____
- (6) Não sabe
- (7) Nenhuma

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

- (1) Conseguiu recuperar todo o dinheiro investido na empresa **(pule p/ questão nº 51)**
- (2) Conseguiu recuperar parte do dinheiro investido na empresa
- (3) Perdeu todo o dinheiro investido na empresa

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

51. EM TERMOS PESSOAIS, NO MOMENTO EM QUE FECHOU A EMPRESA O SR(A): **(resposta única)**

- (1) Ficou numa situação financeira melhor que quando abriu
- (2) Ficou numa situação financeira pior que quando abriu
- (3) Permaneceu na mesma situação em que estava antes de abrir a 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. A EMPRESA FOI FECHADA OFICIALMENTE (DEU BAIXA) NA JUNTA COMERCIAL OU NO CARTÓRIO? **(resposta única)**

- (1) Sim **(pule p/ questão nº 55)**
- (2) O processo está em andamento **(pule p/ questão nº 55)**
- (3) Não

54. **(SE NÃO)** QUAL O PRINCIPAL MOTIVO PARA NÃO TER DADO BAIXA NA JUNTA COMERCIAL OU NO CARTÓRIO ? **(resposta única)**

- (1) Espera reativar a empresa
- (2) Burocracia
- (3) Custo
- (4) Outra razão. Qual ? _____

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

(1) _____ (____|____) pós-cod.

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: ____/____/2004 Data da entrevista (se houve): ____/____/2004
	Crítico:	Data da crítica: ____/____/2004
	Verificador:	Data da verificação: ____/____/2004

Anexo 4 - Ficha Cadastral

PROJETO ESTUDO DA SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DE EMPRESAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

empresa nº	da amostra		
B/S	NIRE:	CNPJ:	
ano constituição:	município:		
razão social:			
endereço:			
CEP:	bairro:	dt ref.: nao disp.	
telefone(s):			
setor de atividade:			
nome do contato (SEBRAE-SP):			
Incubadora:			
endereço / bairro :			
CEP:	município:	em:	
telefone(s):			
CEE	CNPJ:	situação:	
dt constituição:	município:		
razão social:			
endereço:			
CEP:	bairro:	dt ref.:	
telefone:			
objeto social:			

Parte 1

Anexo 4 - Ficha Cadastral

PROJETO ESTUDO DA SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DE EMPRESAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

<u>pesquisa na TELEFONICA</u>			<input type="checkbox"/>
- razão social:			
- endereço/bairro:			
- município:		CEP	UF
- telefone(s):			
- prováveis telefone(s)/endereço(s) do(a) proprietária 1:			
- prováveis telefone(s)/endereço(s) do(a) proprietária 2:			
- prováveis telefone(s)/endereço(s) do(a) proprietária 3:			

Parte 2

Anexo 4 - Ficha Cadastral

PROJETO ESTUDO DA SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DE EMPRESAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

RCE	CNPJ:	situação:	<input type="checkbox"/>
dt constituição:	município:		
razão social:			
nome fantasia:			
endereço:			
CEP:	bairro:	dt ref.:	
objeto social:			

atualização na JUCESP		- última situação: [1] sem informação
		[2] fase de cadastramento [3] transformada [4] incorporada
		[5] dissolvida/encerrada [6] cancelada [7] sede transferida (UF)
		[8] bloqueio judicial/parcial [9] outra:
- CNPJ:	_____ / _____	<input type="checkbox"/>
- razão social:		
- data da : constit.	__/__/____	- tipo: [1] individual [2] LTDA [3] outro:
- endereço/bairro:		
- município:	CEP	UF

Parte 3

Anexo 4 - Ficha Cadastral

PROJETO ESTUDO DA SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DE EMPRESAS DO ESTADO DE SÃO PAULO

- nome proprietária) 1:		<input type="text"/>
- endereço/bairro:		
- município:	CEP	UF
- nome proprietária) 2:		<input type="text"/>
- endereço/bairro:		
- município:	CEP	UF
- nome proprietária) 3:		<input type="text"/>
- endereço/bairro:		
- município:	CEP	UF

Parte 4

Anexo 5 - Roteiro prévio para o rastreamento de cada uma das empresas

1 - (Apenas empresas de incubadora – Empresas nº 4.001 a 4.650)

Marcar (na Ficha Cadastral) o **endereço da Incubadora**. O SEBRAE-SP fornecerá uma relação de gerentes de incubadoras. 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 que ainda estão residentes;
- empresas que já se graduaram;
- empresas que já foram residentes mas desistiram após um período de incubação ou
- empresas que estão temporariamente alocadas no hotel de empresas.

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

2 – Para a 1ª visita, marcar na Ficha Cadastral 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:
 - o Data em que efetuou alguma operação (p.ex. na Receita Federal)
 - o Data em que recebeu algum serviço ou curso (p.ex. no SEBRAE)
 - o Data em que contratou ou dispensou empregado formal (p.ex. no CEE)
 - o Data de publicação da constituição da empresa (p.ex. no Boletim da JUCESP)

(nota: Em negrito estão as abreviaturas utilizadas na Ficha Cadastral)

Atenção: a última data pode não ser a que contém o endereço mais atualizado.

- Observação: As Fichas de Breve Relato da Junta Comercial de São Paulo (JUCESP) foram impressas entre jun/04 e ago/04 e informam a situação cadastral até esse momento. No entanto, as empresas não mantêm, necessariamente, 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 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 57 Municípios estabelecidos pela pesquisa: Amparo, Apiaí, Araraquara, Araçatuba, Bariri, Barretos, Barueri, Bauru, Bebedouro, Birigüi, Botucatu, Campinas, Capivari, Carapicuíba, Catanduva, Embu, Franca, Garça, Guaíra, Guarulhos, Hortolândia, Itu, Jaboticabal, Jardinópolis, Jundiaí, Leme, Limeira, Lins, Lorena, Marília, Mauá, Mococa, Mogi Mirim, Penápolis, Pindamonhangaba, Piracicaba, Porto Ferreira, Praia Grande, Ribeirão Preto, Rio Claro, Santa Fé do Sul, Santo André, Santos, São Bernardo do Campo, São Carlos, 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 Cadastral, 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 entrevista. 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/dissolvidas/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 a 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:

o Operadora Telemar

www.telemar.com.br

Lista Online

Lista

o Operadora Brasil Telecom

www.brasiltelecom.com.br/site/102/index.asp

- 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 a 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 empresas da amostra ainda está ativo ou não (p.ex. se emitem notas fiscais com este CNPJ).



Anexo 6 - Distribuição da amostra do Grupo 1 por município

Município	Ano de constituição na JUCESP					Total
	1999	2000	2001	2002	2003	
AMPARO	10	10	10	10	10	50
APIAÍ	10	10	10	10	10	50
ARACATUBA	10	10	10	10	10	50
BARUERI	10	10	10	10	10	50
BAURU	10	10	10	10	10	50
CAMPINAS	20	20	20	20	20	100
CAPIVARI	10	10	10	10	10	50
CARAPICUÍBA	10	10	10	10	10	50
CATANDUVA	10	10	10	10	10	50
GUARULHOS	10	10	10	10	10	50
HORTOLÂNDIA	10	10	10	10	10	50
JARDINÓPOLIS	10	10	10	10	10	50
JUNDIAÍ	10	10	10	10	10	50
LORENA	10	10	10	10	10	50
MARÍLIA	10	10	10	10	10	50
MOCOCA	10	10	10	10	10	50
MOGI MIRIM	10	10	10	10	10	50
PINDAMONHANGABA	10	10	10	10	10	50
RIBEIRÃO PRETO	10	10	10	10	10	50
SANTO ANDRÉ	10	10	10	10	10	50
SANTOS	10	10	10	10	10	50
SÃO B. DO CAMPO	10	10	10	10	10	50
SÃO PAULO	110	110	110	110	110	550
SÃO VICENTE	10	10	10	10	10	50
SOROCABA	10	10	10	10	10	50
SUMARÉ	10	10	10	10	10	50
TABATINGA	10	10	10	10	10	50
VARGEM GR. DO SUL	10	10	10	10	10	50
VOTUPORANGA	10	10	10	10	10	50
Total	400	400	400	400	400	2000

Anexo 7 - Incubadoras contempladas no estudo

Município	Nome da Incubadora
MARÍLIA	CENTRO INCUBADOR DE EMPRESAS DE MARÍLIA
SÃO JOSÉ RIO PRETO	CENTRO INCUBADOR DE EMPRESAS DE SAO JOSÉ DO RIO PRETO
SÃO PAULO	CENTRO INCUBADOR DE EMPRESAS TECNOLÓGICAS - CIETEC
SÃO CARLOS	CINET - CENTRO INCUBADOR DE EMPRESAS TECNOLÓGICAS
CAMPINAS	COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DO PÓLO DE ALTA TECNOLOGIA DE CAMPINAS - CIATEC
CAMPINAS	INCAMP - INCUBADORA DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA DA UNICAMP
RIO CLARO	INCUBADORA DE BASE TECNOLÓGICA DA UNESP - INCUNESP-RC
EMBÚ	INCUBADORA DE COOPERATIVAS DE EMBÚ - ICE
MAUÁ	INCUBADORA DE EMPRESAS DE BARÃO DE MAUÁ
GUAÍRA	INCUBADORA DE EMPRESAS DE GUAÍRA
JARDINÓPOLIS	INCUBADORA DE EMPRESAS DE JARDINÓPOLIS - IEJ
LEME	INCUBADORA DE EMPRESAS DE LEME - IEL
LINS	INCUBADORA DE EMPRESAS DE LINS
SANTA FÉ DO SUL	INCUBADORA DE EMPRESAS DE SANTA FÉ DO SUL

SÃO BERNARDO DO CAMPO	INCUBADORA DE EMPRESAS DE SÃO BERNARDO DO CAMPO - IESBEC
SERTÃOZINHO	INCUBADORA DE EMPRESAS DE SERTÃOZINHO
SÃO JOAQUIM DA BARRA	INCUBADORA DE EMPRESAS JOAQUINENSE
BEBEDOURO	INCUBADORA EMPRESARIAL BEBEDOURO
CAMPINAS	INCUBADORA SOFTEX CAMPINAS
SOROCABA	INCUBADORA TECNOLÓGICA DE EMPRESAS DE SOROCABA
JABOTICABAL	INCUBADORA TECNOLÓGICA DE JABOTICABAL
SÃO JOSE DOS CAMPOS	INCUBADORA TECNOLÓGICA REVAP-PETROBRAS
SÃO JOSE DOS CAMPOS	INCUBADORA TECNOLÓGICA UNIVAP
BARRETOS	INCUBATEC - IBT INCUBADORA TECNOLÓGICA DE BARRETOS
SANTO ANDRÉ	INNOVA INCUBADORA TECNOLÓGICA DE SANTO ANDRÉ
ARARAQUARA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE ARARAQUARA
BARIRI	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE BARIRI
BIRIGUI	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE BIRIGUI
BOTUCATU	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE BOTUCATU

FRANCA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE FRANCA
GARÇA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE GARÇA
ITU	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE ITU
JUNDIAÍ	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE JUNDIAÍ
LIMEIRA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE LIMEIRA
MOCOCA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE MOCOCA
PENÁPOLIS	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE PENÁPOLIS
PIRACICABA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE PIRACICABA
PORTO FERREIRA	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE PORTO FERREIRA
PRAIA GRANDE	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE PRAIA GRANDE
RIO CLARO	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE RIO CLARO
SANTOS	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE SANTOS
VOTORANTIM	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL DE VOTORANTIM
RIBEIRÃO PRETO	SUPERA INCUBADORA DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA

Anexo 8 - Distribuição da amostra do Grupo 2 por município

Município	Segmento de produto do SEBRAE-SP					Total
	treina- mento	consul- toria	bolsa	Outros	incuba- dora	
AMPARO	1	5	1	3	0	10
APIAÍ	0	0	0	1	0	1
ARAÇATUBA	12	4	3	9	0	28
ARARAQUARA	2	15	3	5	10	35
BARIRI	0	4	0	2	10	16
BARRETOS	3	0	1	9	14	27
BARUERI	18	7	4	6	0	35
BAURU	3	32	7	6	0	48
BEBEDOURO	1	1	1	10	15	28
BIRIGUI	4	1	2	14	17	38
BOTUCATU	0	19	2	8	8	37
CAMPINAS	15	30	7	3	35	90
CAPIVARI	2	0	3	2	0	7
CARAPICÚIBA	4	4	0	5	0	13
CATANDUVA	2	4	2	5	0	13
EMBU	6	6	3	2	8	25
FRANCA	0	22	1	15	17	55

GARÇA	0	5	4	5	14	28
GUAÍRA	0	1	1	10	7	19
GUARULHOS	1	17	24	12	0	54
HORTOLÂNDIA	3	5	1	2	0	11
ITU	3	8	6	2	12	31
JABOTICABAL	2	2	1	3	18	26
JARDINÓPOLIS	0	4	1	1	8	14
JUNDIAÍ	13	2	20	13	11	59
LEME	1	2	1	4	4	12
LIMEIRA	16	3	3	12	23	57
LINS	0	10	0	1	3	14
LORENA	1	2	1	1	0	5
MARÍLIA	3	8	2	6	6	25
MAUÁ	3	17	2	8	11	41
MOCOCA	0	3	2	6	13	24
MOGI MIRIM	1	7	4	9	0	21
PENÁPOLIS	1	3	0	2	14	20
PINDAMONHANGABA	0	0	2	0	0	2
PIRACICABA	15	11	6	2	11	45
PORTO FERREIRA	0	2	1	0	13	16
PRAIA GRANDE	3	0	3	14	4	24



RIBEIRÃO PRETO	9	24	6	10	5	54
RIO CLARO	0	4	6	5	16	31
SANTA FÉ DO SUL	1	5	0	3	7	16
SANTO ANDRÉ	23	28	32	9	5	97
SANTOS	8	6	7	17	14	52
SÃO BERNARDO DO CAMPO	16	11	28	4	10	69
SAO CARLOS	2	9	1	24	17	53
SÃO JOAQUIM DA BARRA	0	0	0	3	9	12
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO	11	16	3	27	11	68
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	16	0	13	9	18	56
SÃO PAULO	179	112	274	144	63	772
SÃO VICENTE	1	2	3	11	0	17
SERTÃOZINHO	0	5	7	3	22	37
SOROCABA	27	17	7	10	3	64
SUMARÉ	1	0	4	4	0	9
TABATINGA	0	2	3	5	0	10
VARGEM GRANDE DO SUL	0	7	0	5	0	12
VOTORANTIM	1	3	1	1	7	13
VOTUPORANGA	6	3	0	8	0	17
Total	440	520	520	520	513	2513



Central de Relacionamento

0800 78 02 02

De segunda a sexta, das 8h às 20h - ligação gratuita.

www.sebraesp.com.br

