



Doze anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas

Agosto/2010



Características da pesquisa

▪ **Objetivos:**

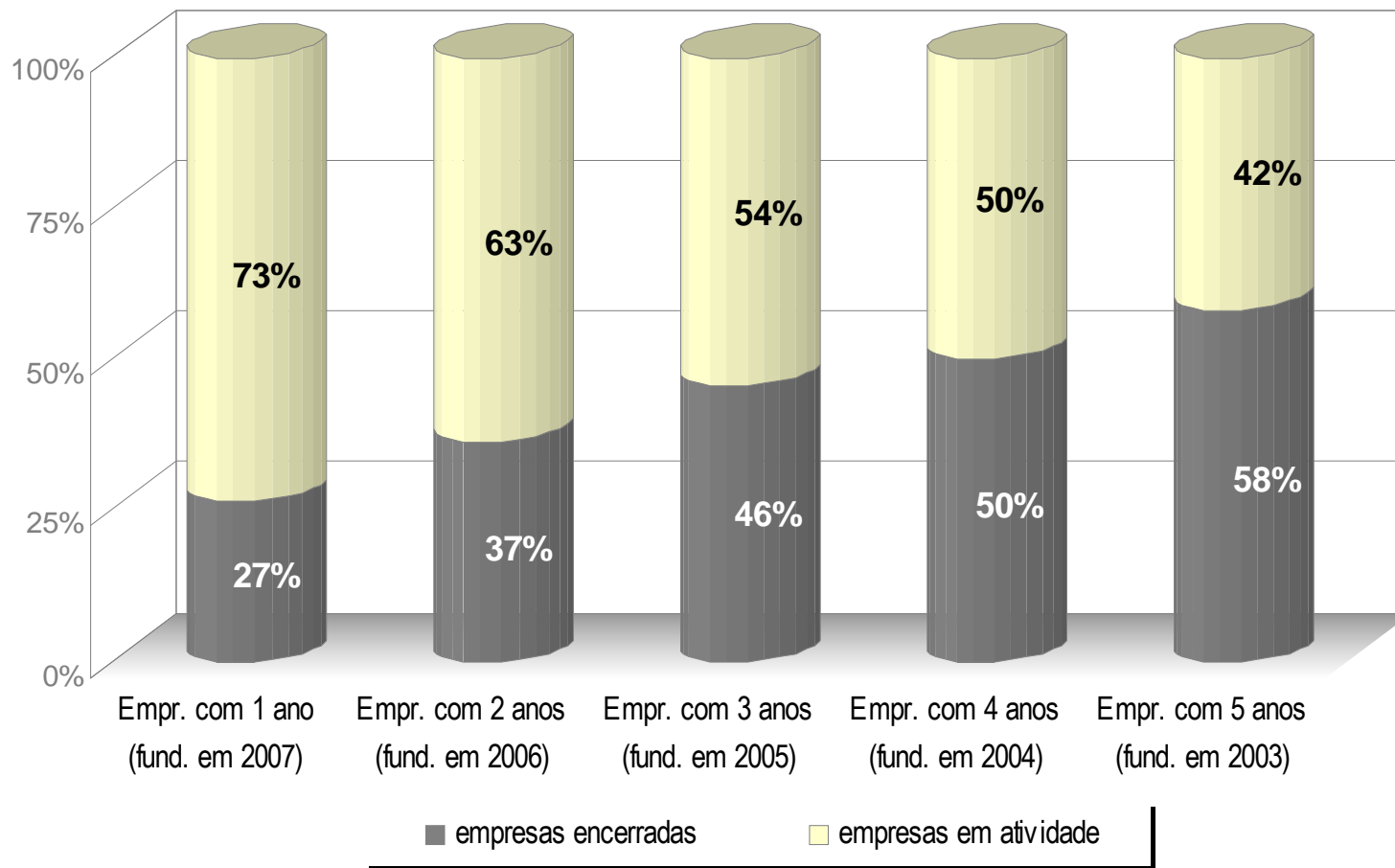
- Calcular (atualizar) a taxa de mortalidade (fechamento) das empresas.
- Identificar os principais fatores que contribuem para a mortalidade empresarial.

▪ **Metodologia:**

- Rastreamento (de out/08 a mai/09) de uma amostra planejada de 3.000 empresas abertas nos anos de 2003 a 2007 (clientes SEBRAE-SP e não-clientes).
 - Levantamento de dados na JUCESP (registro de abertura)
 - Identificação do CNPJ na Receita Federal do Brasil (RFB)
 - Visita ao endereço atualizado da empresa (para entrevista)
 - Consulta a vizinhos, atual inquilino do imóvel e imobiliária
 - Contato por telefone
 - Visita à residência dos proprietários
 - Consulta a antigo contador ou advogado da empresa
 - Consultas diversas (Associação Comercial, moradores do bairro e sindicatos)
- Entrevistas efetivadas: 2.008 sócios-proprietários e ex-sócios-proprietários.



Taxa de mortalidade das empresas no estado de São Paulo (rastreamento: out/08 a mai/09)



Fonte: SEBRAE-SP.



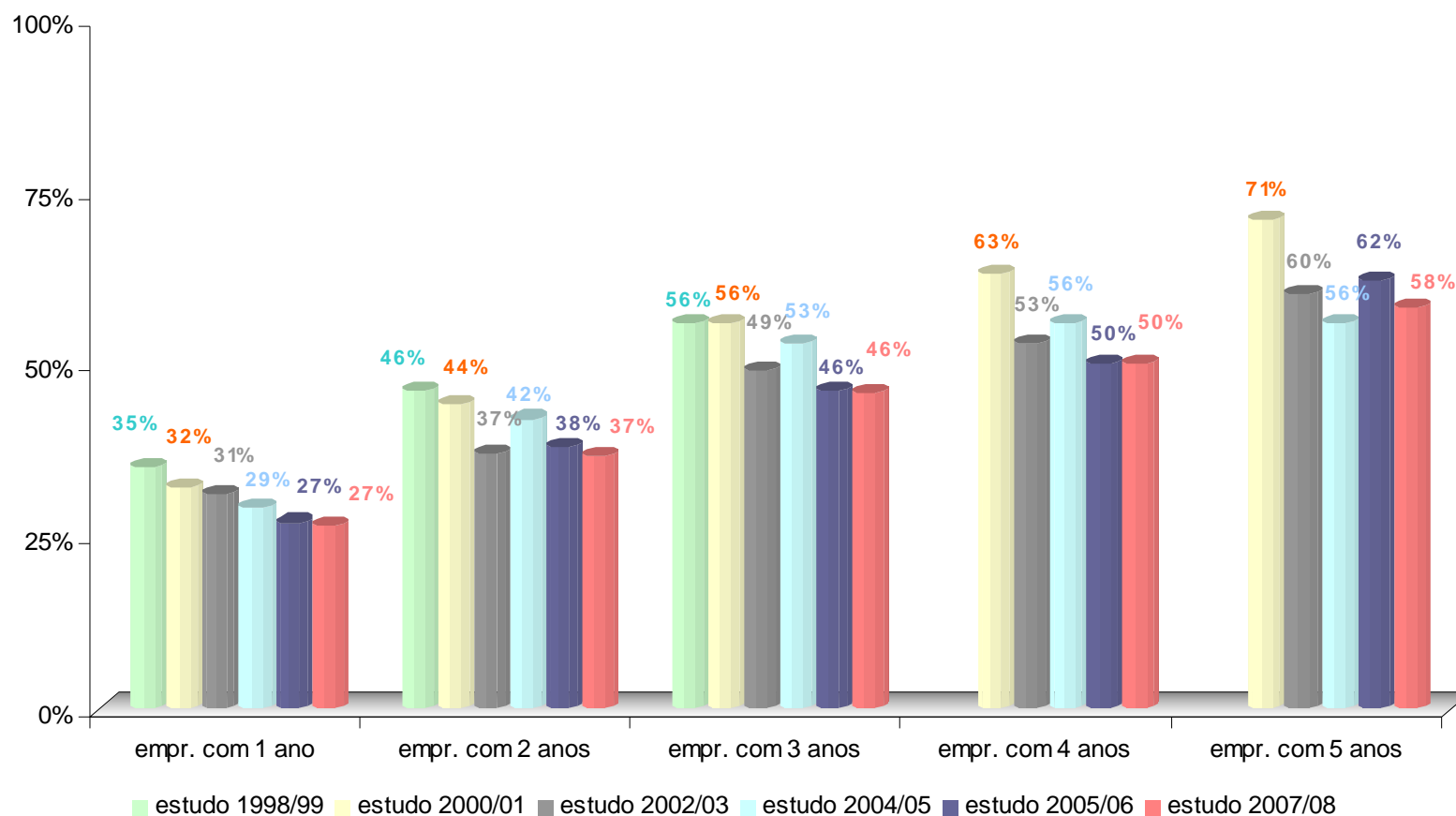
Características dos empresários com registro de empresa na JUCESP, em 2007

- 83% possuem ensino médio completo ou mais
- 78% abriram “por oportunidade”
- 64% são do gênero masculino
- 62% afirmam ter tido experiência/conhecimento anterior no ramo
- 67% têm familiares ou amigos donos de negócios próprios
- 37 anos é a média de idade de quem abriu empresa
- 32% estavam ocupados como empregados de empresa privada, antes da abertura da empresa

Fonte: SEBRAE-SP.



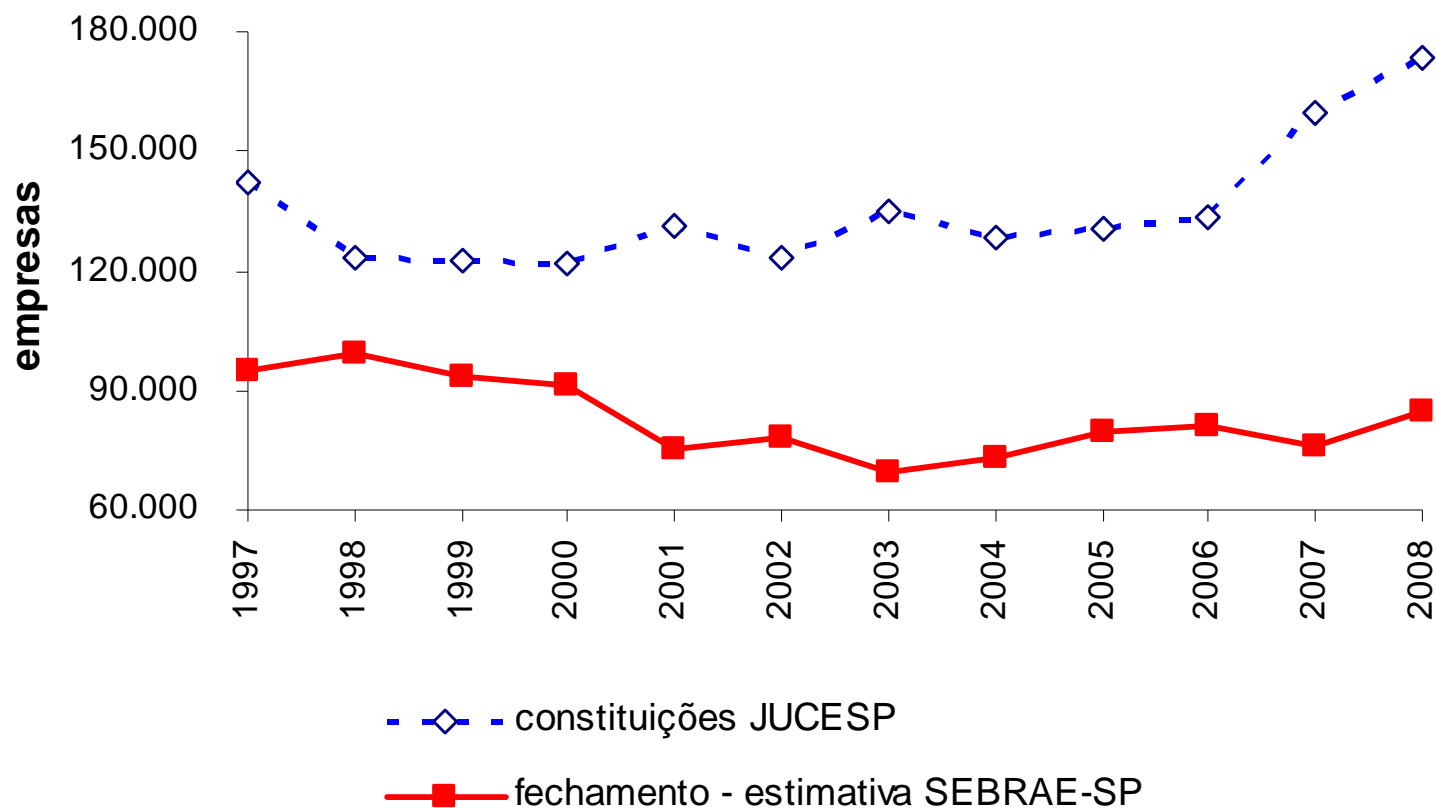
Taxa de mortalidade das empresas no estado Comparações com as pesquisas anteriores



Fonte: SEBRAE-SP.



Constituição anual de empresas e estimativa de empresas encerradas no estado de São Paulo (1997-2008)



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

(*) Estimativa de empresas encerradas até o 5º ano de atividade.



Constituição de empresas no estado de São Paulo e estimativa de empresas encerradas

Ano	Constituições JUCESP	Estimativa de empresas encerradas (*)
1990	152.407	79.854
1991	152.192	92.994
1992	115.908	97.066
1993	139.211	90.659
1994	142.220	96.746
1995	146.359	98.395
1996	129.378	100.069
1997	142.537	94.702
1998	123.284	99.176
1999	122.322	93.206
2000	122.009	91.094
2001	131.135	75.136
2002	123.136	77.931
2003	135.194	69.241
2004	128.357	72.783
2005	130.298	79.886
2006	133.779	81.324
2007	159.874	76.276
2008	173.633	84.415
Total 1990-2008	2.603.233	1.650.953
Média anual	137.012	86.892

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

(*) Estimativa de empresas encerradas até o 5º ano de atividade.



Estimativa do custo social do fechamento das empresas PAULISTAS

Eliminação de		Custo em 2006	Custo em 2008
(A)	Empresas	82 mil empresas	84 mil empresas
(B)	Ocupações	267 mil ocupações	348 mil ocupações
(C)	Poupança pessoal (capital investido)	R\$ 2,2 bilhões	R\$ 1,4 bilhão
(D)	Faturamento	R\$ 13,5 bilhões	R\$ 18,2 bilhões
(C)+(D)	Perda financeira Total	R\$ 15,7 bilhões	R\$ 19,6 bilhões

Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Os coeficientes técnicos utilizados para o cálculo do custo social foram obtidos a partir das pesquisas de campo: ocupações por empresa encerrada (2006=3,28 e 2008: 4,12; empresas encerradas com perda parcial ou total dos recursos investidos (2006=77% e 2008=61%); valor da perda média ou capital investido (2006=R\$ 34.095 e 2008= R\$ 26.385); e faturamento médio mensal por empresa (2006=R\$ 14.814 e 2008=R\$ 18.000 – pesquisa Indicadores Sebrae-SP). Todos os valores monetários utilizados são valores nominais, dada a complexidade de atualização dos mesmos (diversas variáveis monetárias com bases diferentes no tempo).



Custo equivalente da mortalidade de empresas Equivalente à perda de recursos financeiros (por ano)

ELIMINAÇÃO DE	CUSTO EM 2006 (unidades de produtos)	CUSTO EM 2008 (unidades de produtos)
Veículos populares	690 mil	811,7 mil
Computadores	17,4 milhões	20,6 milhões
Refrigeradores	17,4 milhões	27,5 milhões
TV 14''	60 milhões	65,5 milhões
Cestas básicas	66 milhões	67 milhões

Fonte: SEBRAE-SP.

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



Algumas características dos
empresários e das empresas
registradas na JUCESP
entre 2003 e 2007



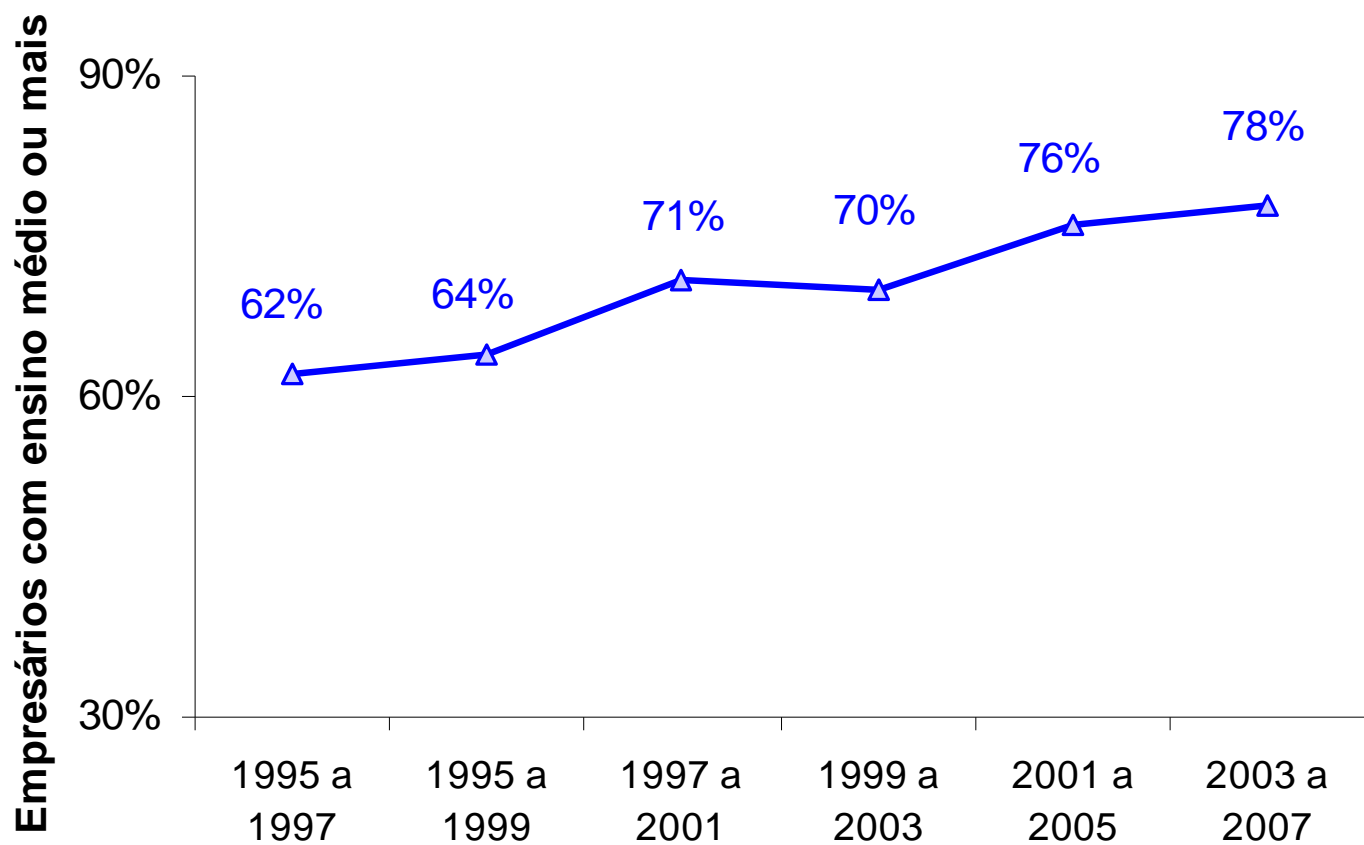
Abertura de empresas no Estado de São Paulo 2003/2007: principais segmentos

COMÉRCIO	SERVIÇOS	INDÚSTRIA
<i>Vestuário</i>	<i>Alimentação</i>	<i>Confecções</i>
<i>Autopeças</i>	<i>Transporte Terrestre</i>	<i>Construção civil (edificações)</i>
<i>Materiais de construção</i>	<i>Serviços de escritório e apoio administrativo</i>	<i>Serviços industriais da construção civil</i>
<i>Equipamentos e suprimentos de informática</i>	<i>Tecnologia da informação</i>	<i>Metalurgia (exceto equipamentos)</i>
<i>Padarias, comércio de laticínios e doces</i>	<i>Serviços de informação (internet)</i>	<i>Manutenção e instalação de máq e equip</i>
<i>Livros, jornais, revistas e papelarias</i>	<i>Consultoria em gestão empresarial</i>	<i>Gráfica e reprodução de gravações</i>
<i>Minimercados e mercearias</i>	<i>Serviços pessoais</i>	<i>Produtos de minerais não-metálicos</i>
<i>Manutenção e reparação de veículos</i>	<i>Atividades imobiliárias</i>	<i>Couros e Calçados</i>

Fonte: SEBRAE-SP.



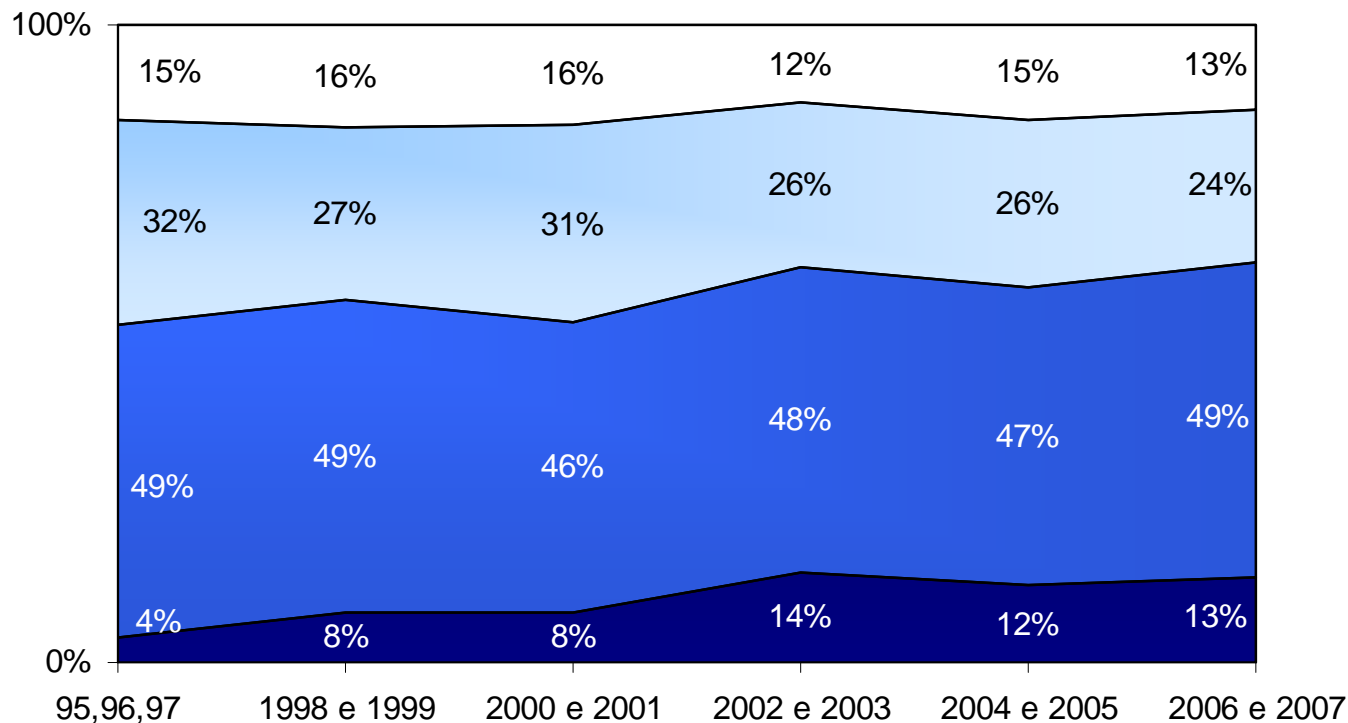
Escolaridade: empresários com ensino médio completo ou mais, por ano de constituição da empresa



Fonte: SEBRAE-SP.



Faixa etária dos empresários no momento da abertura



■ Até 24 anos ■ De 25 a 39 anos □ De 40 a 49 anos □ 50 anos ou mais

Faixa etária (idade) ente 2003 e 2007	
Média = 37 anos	Mediana = 35 anos

Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: A mediana corresponde ao valor que separa uma distribuição de valores em dois grupos: os 50% de valores mais baixos e os 50% de valores mais altos.

A soma das parcelas pode diferir de 100% devido aos arredondamentos.



Ocupação antes de abrir a empresa na JUCESP, entre 2003 e 2007

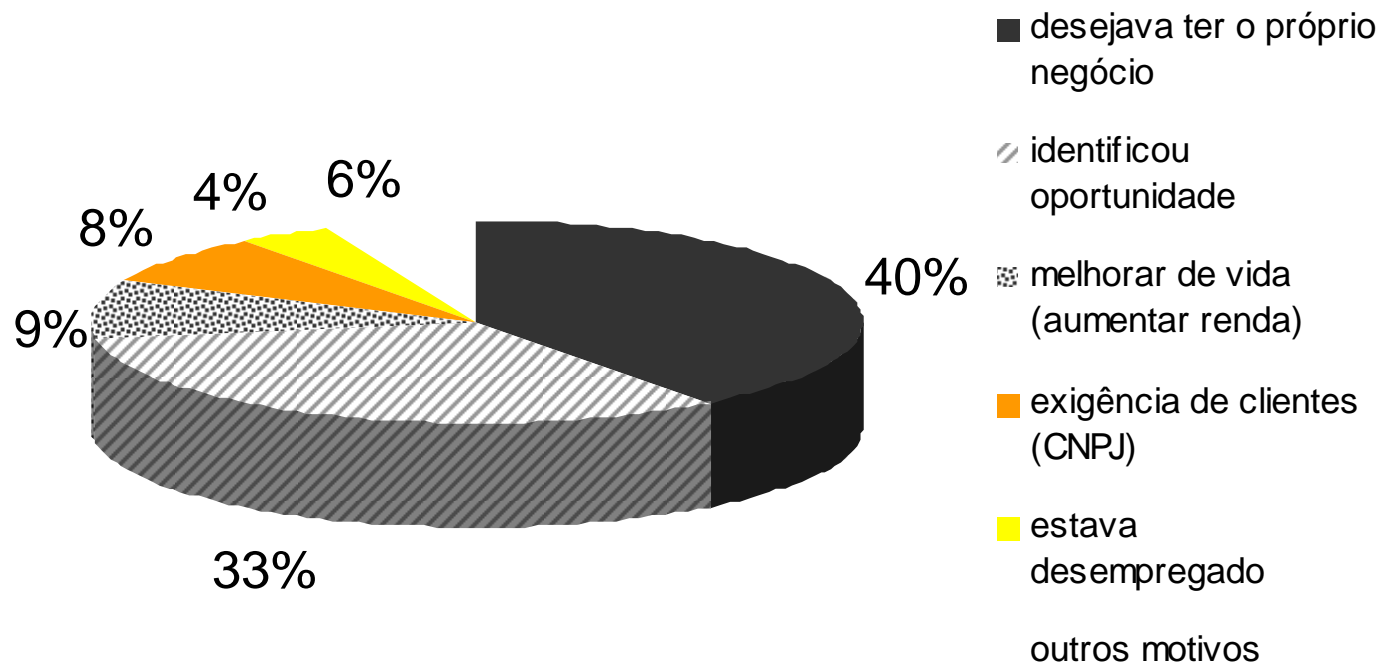
OCUPAÇÕES	2003	2004	2005	2006	2007	Média 2003/2007
Empregado (empresa privada)	33%	34%	33%	34%	32%	33%
Desempregado	29%	28%	28%	27%	29%	28%
Autônomo	20%	17%	22%	20%	19%	20%
Proprietário (outra empresa)	8%	8%	7%	9%	9%	9%
Funcionário público	2%	4%	3%	3%	4%	3%
Dona de casa	3%	1%	2%	2%	2%	2%
Estudante/estagiário(a)	1%	4%	1%	2%	1%	2%
Aposentado	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Outros (*)	3%	3%	2%	3%	3%	3%

Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: (*) Outros = inclui trabalhador rural, produtor rural e empregada doméstica.

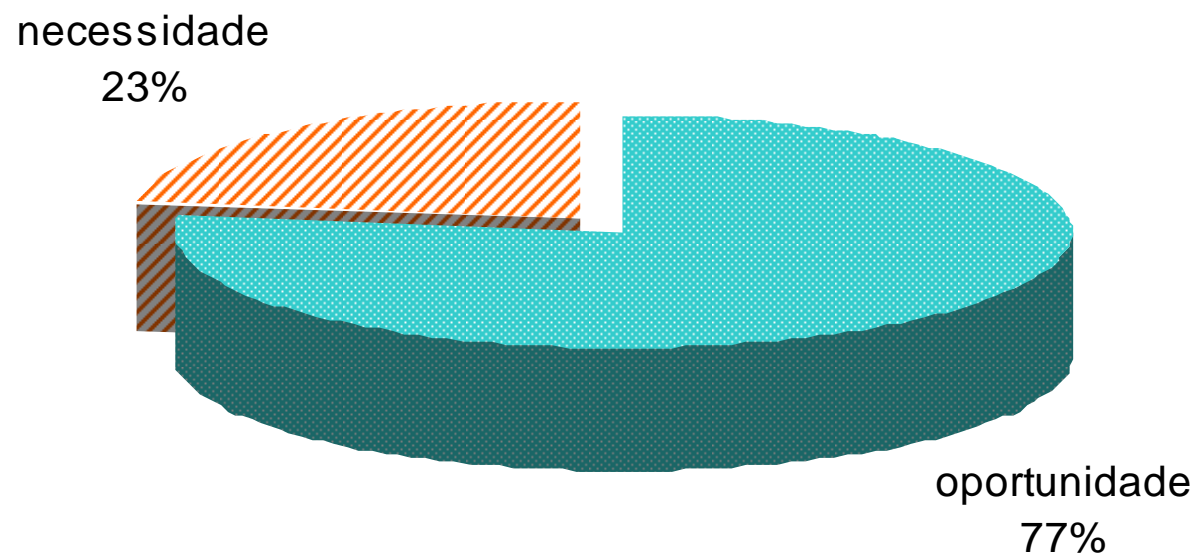
A soma das parcelas pode diferir de 100% devido aos arredondamentos.

Principal motivo que levou à abertura da sua empresa, 2003 a 2007



Fonte: SEBRAE-SP.

Principal motivo que levou à abertura da sua empresa, 2003 a 2007

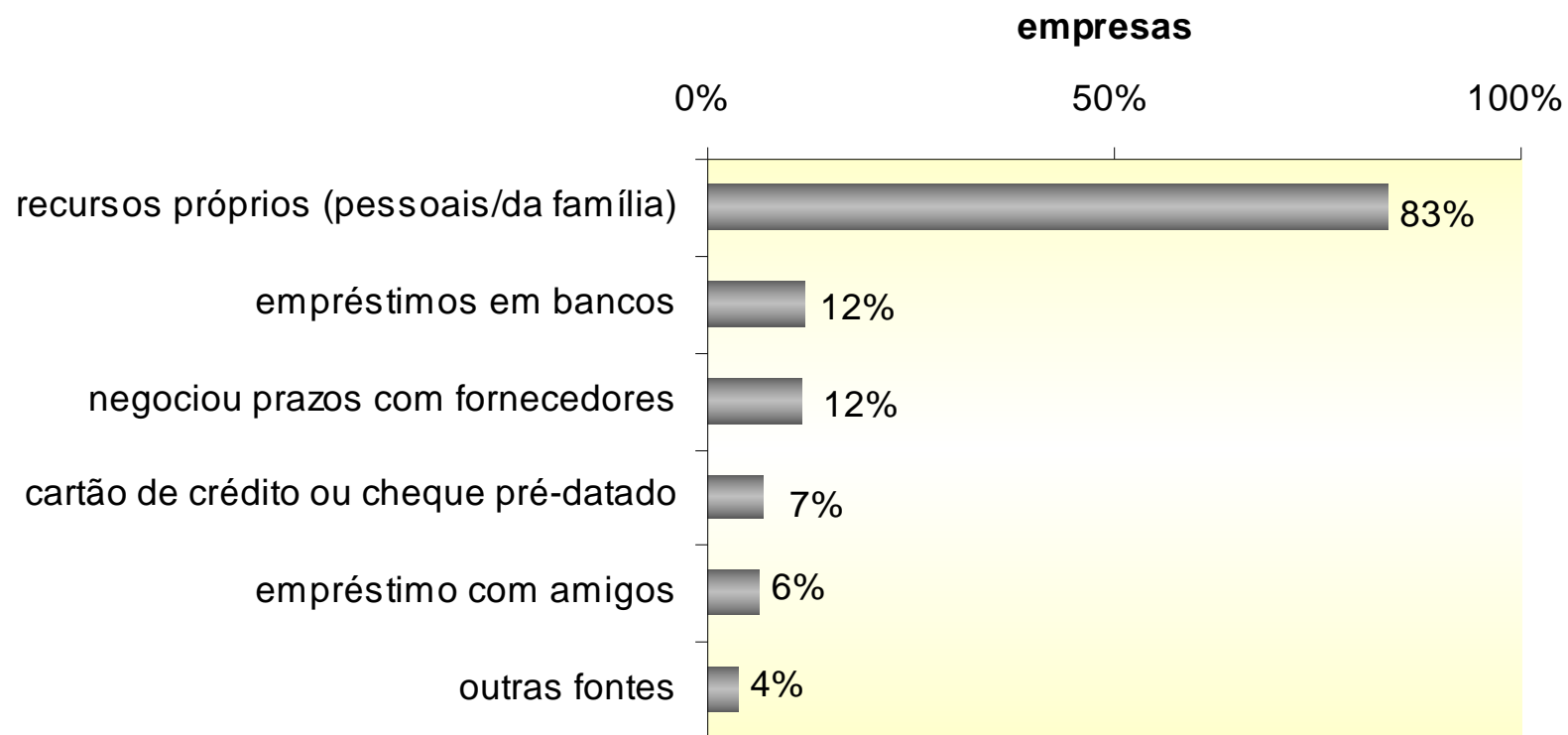


Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Oportunidade: percepção de um nicho de mercado em potencial; necessidade: falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda. Fonte: Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Empreendedorismo no Brasil 2008.



Principais fontes de recursos utilizadas para montar a empresa, 2003 a 2007

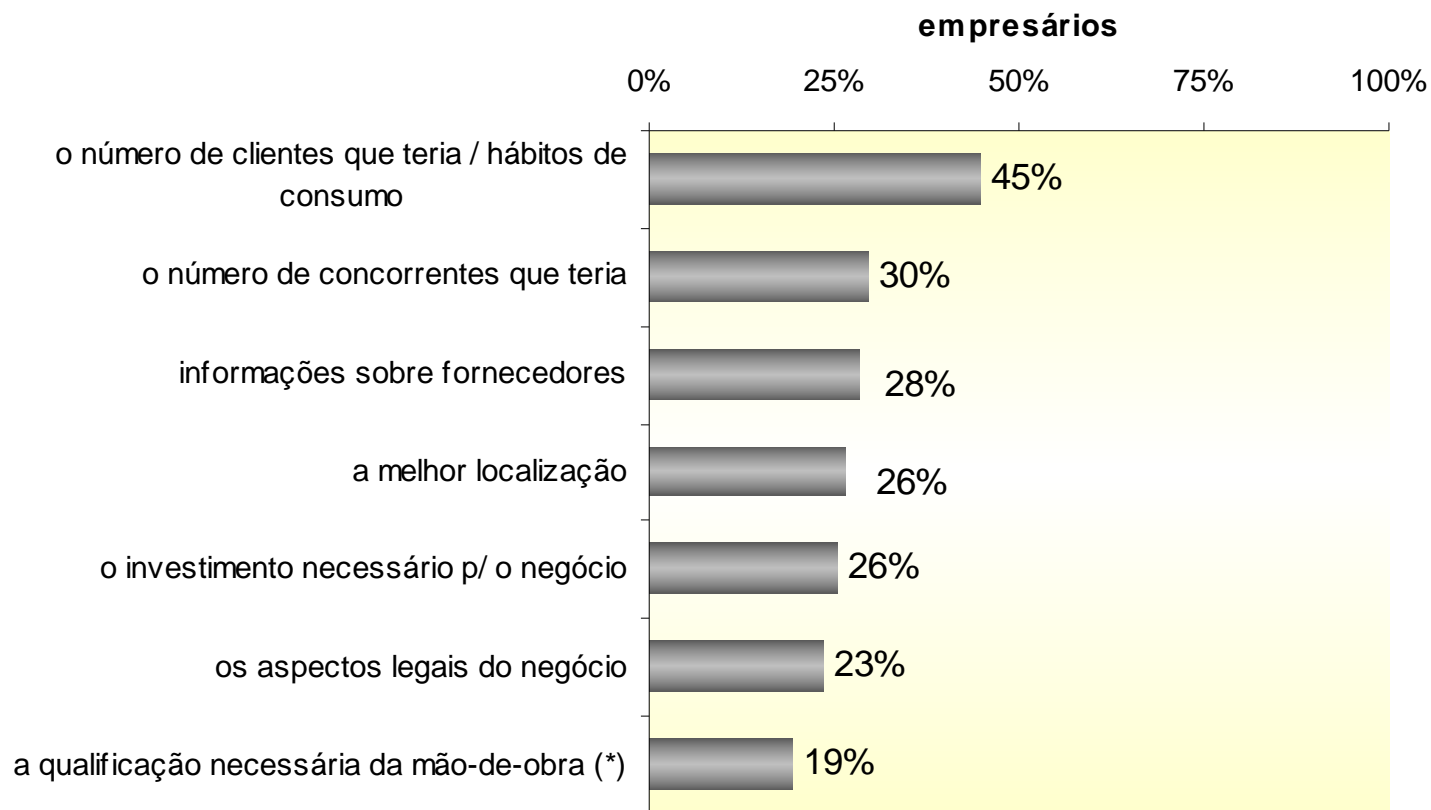


Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: cada empresa pode ter citado mais de uma fonte.



Falta de planejamento antes da abertura (2003 a 2007): Não conheciam e não levantaram informações sobre ...

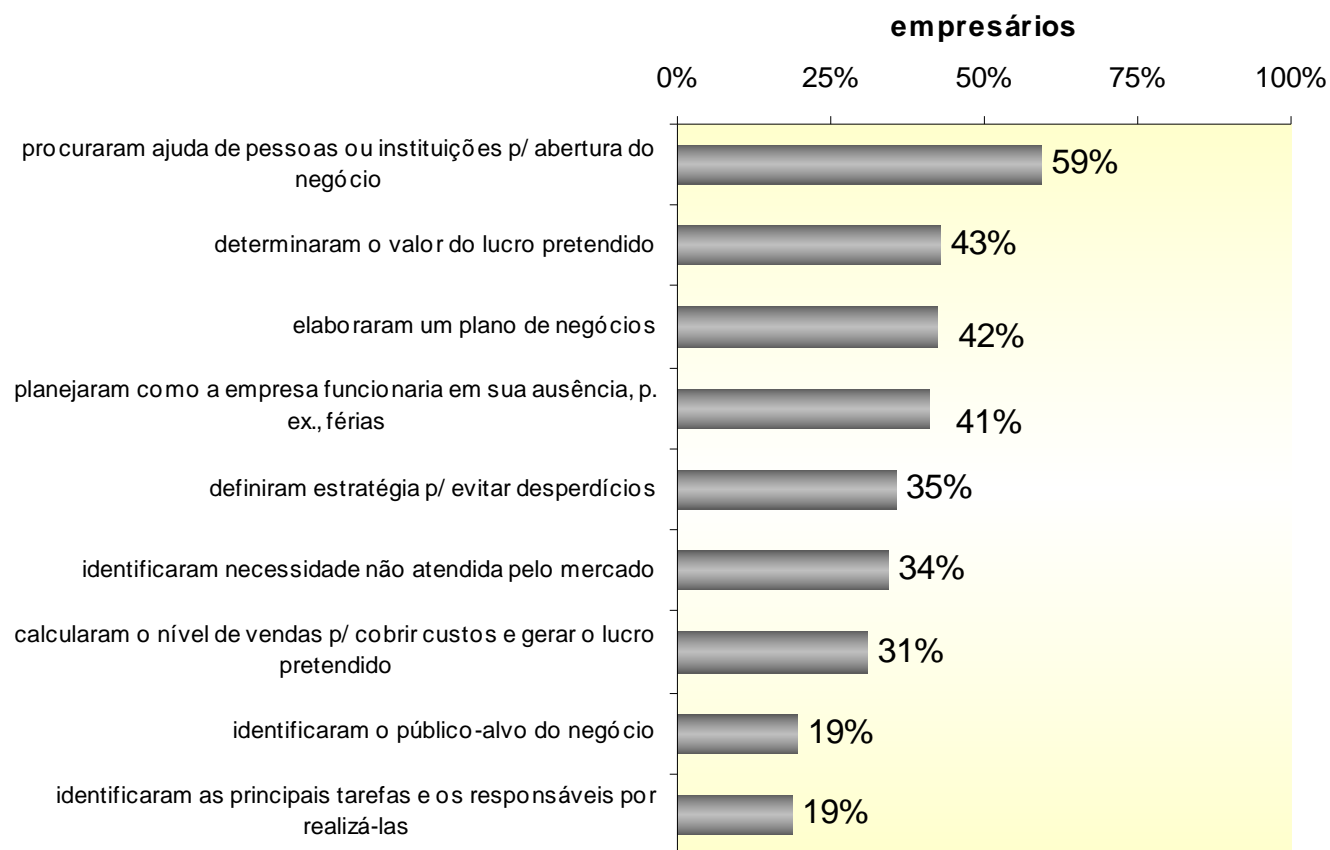


Fonte: SEBRAE-SP.

(*) Somente para empresas que planejaram trabalhar com empregados.



Falta de planejamento antes da abertura: Antes de abrir a empresa não ...



Fonte: SEBRAE-SP.



Comparações entre empresas “encerradas” e “em atividade” (JUCESP)



Empresas “encerradas” x “em atividade” (JUCESP), 2003 a 2007

Características da empresa	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Tipo de constituição	53% individual 47% sociedade Ltda.	49% individual 51% sociedade Ltda.
Média de pessoas ocupadas	4,1 pessoas	6,5 pessoas
Setores de atividade	52% comércio 38% serviços 9% indústria 1% agropecuária	53% comércio 38% serviços 9% indústria 0% agropecuária

Características do dono	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Gênero	61% masculino	64% masculino
Escolaridade	80% tem ensino médio ou +	78% tem ensino médio ou +
Estava desempregado antes de abrir	32% sim	27% sim
Experiência/conhecimento anterior (1)	51% sim	63% sim

(1) Principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo.

Fonte: SEBRAE-SP.

continua ...



Empresas “encerradas” x “em atividade” – JUCESP (continuação), 2003 a 2007

Planejamento e gestão	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Planejamento antes de abrir (2)	3 meses	6 meses
Índice médio de itens planejados (3)	67% (média de 7 itens)	73% (média de 7 itens)
Sempre aperfeiçou produtos	77% sim	89% sim
Sempre acompanhou receitas/despesas	59% sim	74% sim
Sempre fez propaganda/ divulgação	34% sim	41% sim

(2) Mediana = valor que separa uma série de valores em dois grupos: os 50% de valores mais baixos e os 50% de valores mais altos.

(3) 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).

Comportamento empreendedor (4)	Empresas encerradas	Empresas em atividade
SEMPRE busca intensamente informações (5)	55%	68%
SEMPRE planeja/ e monitora cada etapa (5)	55%	69%
SEMPRE se antecipa aos fatos	49%	61%
SEMPRE segue os objetivos (persistência)	79%	90%
SEMPRE contata clientes e parceiros	75%	85%
SEMPRE estabelece objetivos e metas	48%	57%
SEMPRE "sacrifica-se" p/ atingir objetivos	76%	85%
SEMPRE busca qualidade e eficiência	84%	89%
SEMPRE acredita na sua capacidade	89%	93%
SEMPRE enfrenta "riscos moderados"	47%	48%

(4) Os itens do comportamento empreendedor foram hierarquizados pelas maiores diferenças dos percentuais dados às notas 4 e 5, numa escala de 1 a 5, quanto à frequência com que realiza a ação.

(5) Valores arredondados.

Ambiente institucional	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Obteve empréstimo em banco	15% sim	30% sim
Realizou algum curso (6)	28% sim	39% sim
Participou de reuniões/ parcerias	10% sim	19% sim
Realizou vendas ao governo	5% sim	14% sim
Fez ações em conjunto c/ outras empresas	11% sim	15% sim

(6) Realização de curso para melhorar o conhecimento sobre como administrar um negócio.

Fonte: SEBRAE-SP.



Empresas “encerradas” x “em atividade” – JUCESP (continuação), 2003 a 2007

A sua empresa, costuma, com muita frequência ...

Gestão empresarial (7)	Empresas encerradas	Empresas em atividade
Investir continuamente em capacitação (8)	42%	66%
Estar atualizado com respeito às tecnologias do setor	65%	83%
Inovar continuamente em processos e procedimentos	70%	86%
Acompanhar rigorosamente receitas e despesas	59%	74%
Acompanhar as estratégias dos concorrentes	45%	57%
Aperfeiçoar produtos e serviços	77%	89%
Estar à procura de fornecedores com qualidade e preços	72%	82%
Cálculo detalhado dos custos de cada produto	74%	81%
Investir em propaganda e divulgação	34%	41%

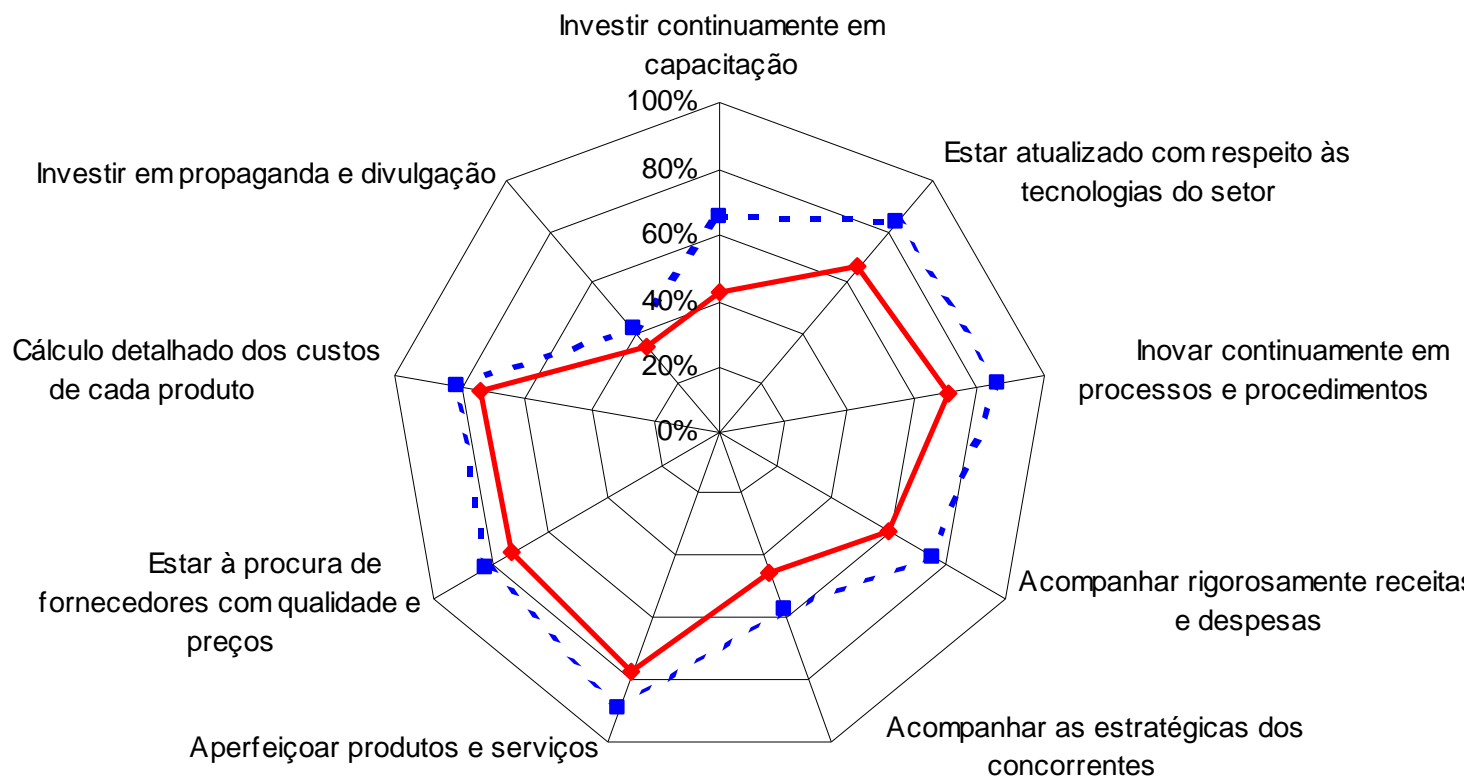
(7) Os itens de gestão empresarial foram hierarquizados pelas maiores diferenças entre os percentuais

(8) Capacitação dos sócios e da mão de obra

Fonte: SEBRAE-SP.

Gestão empresarial

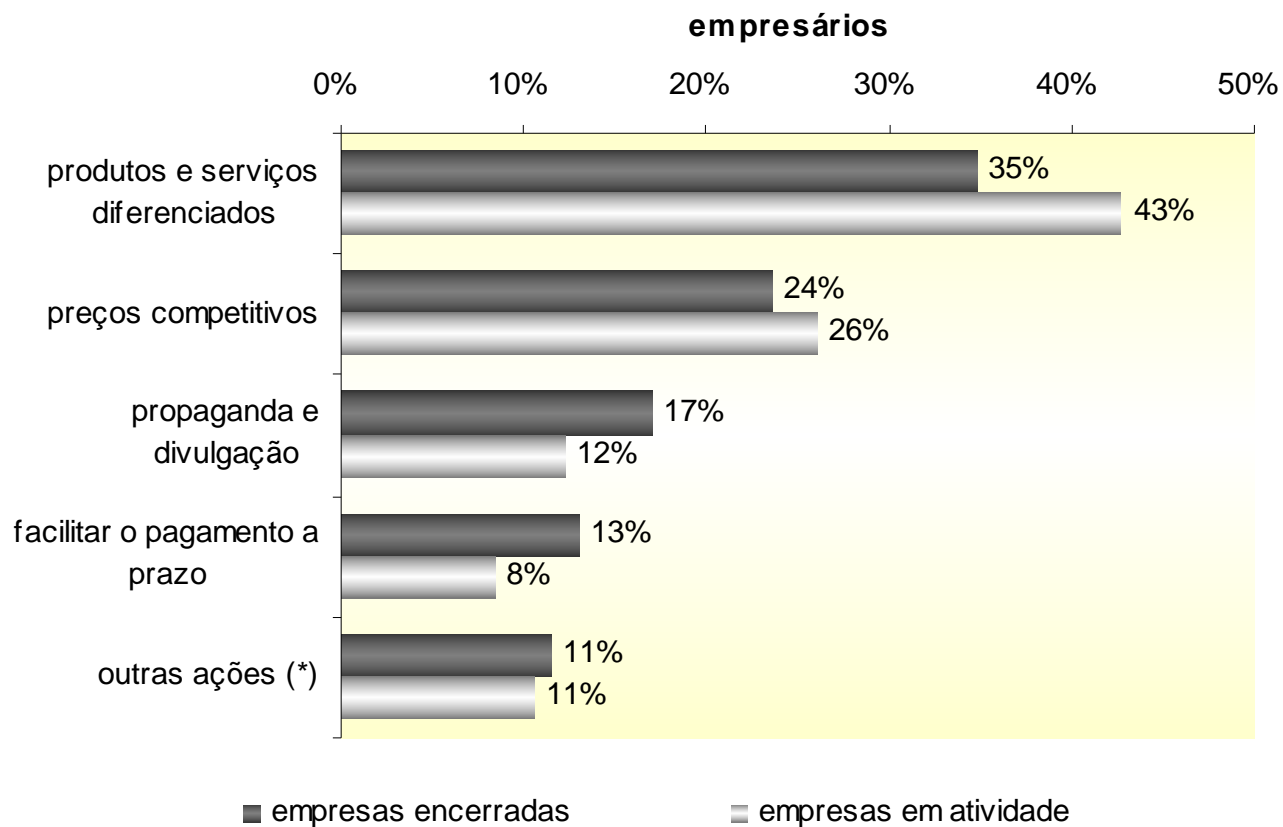
A sua empresa, costuma, com muita frequência ...



—◆— Empresas encerradas - -■- - Empresas em atividade



Principal ação para atrair e conquistar clientes

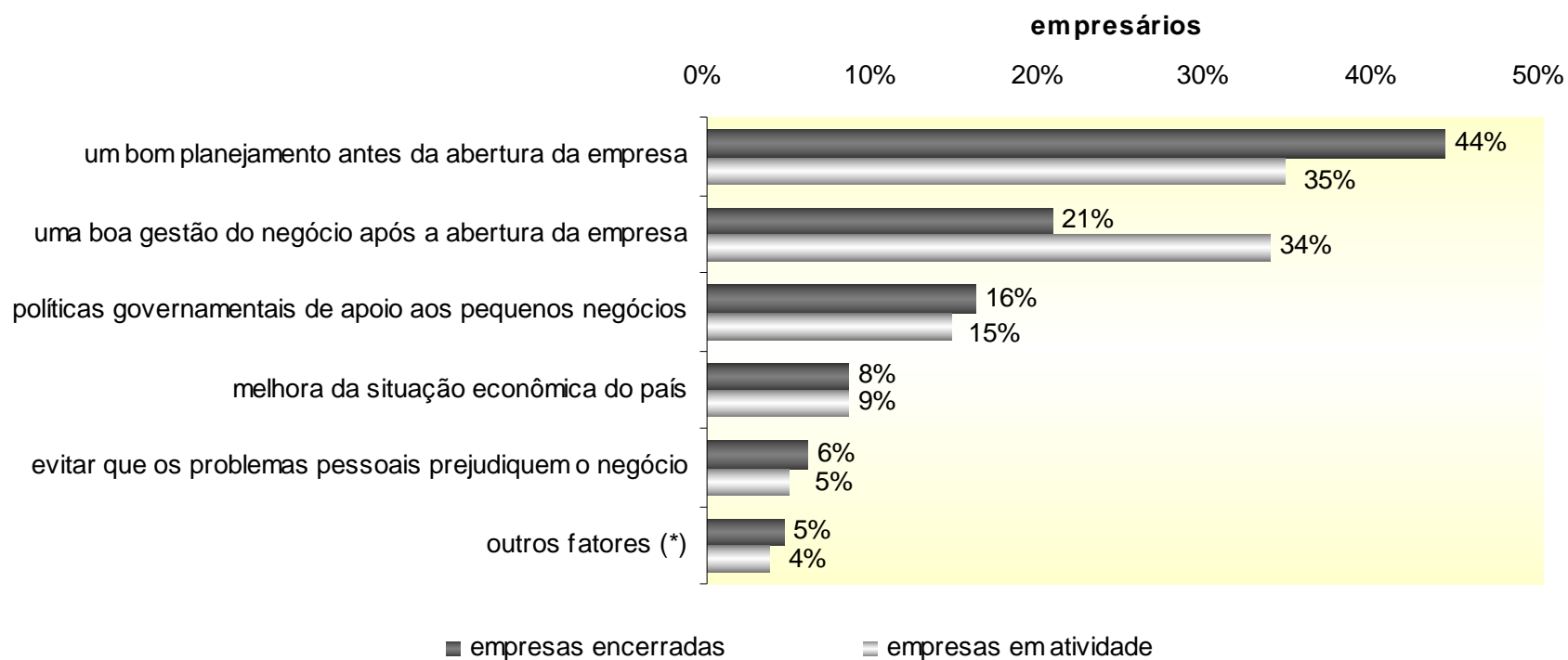


Fonte: SEBRAE-SP.

(*) Por exemplo, atendimento diferenciado, conhecimento dos clientes, indicação de clientes, propaganda “boca a boca”, nenhuma.



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

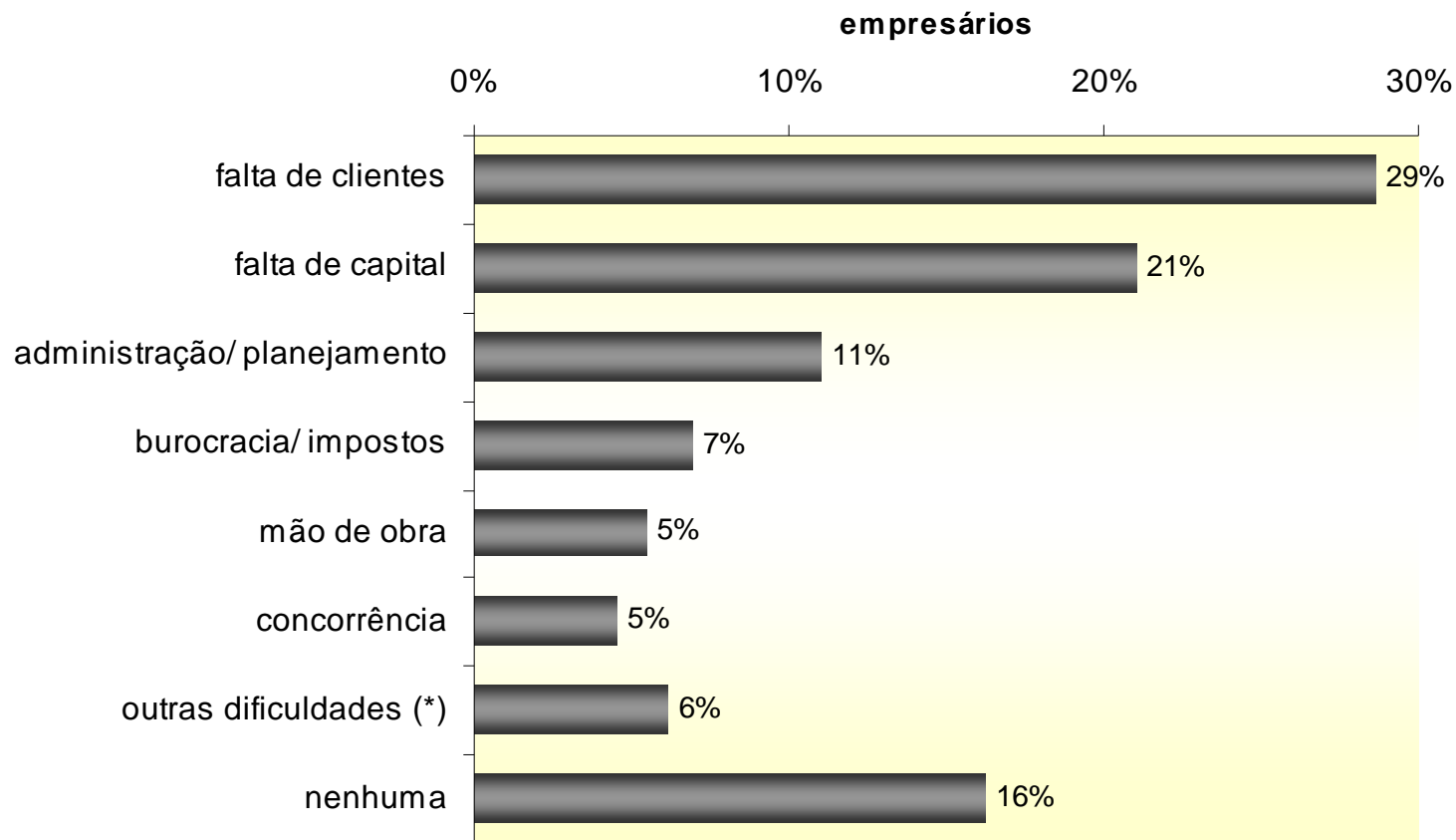


Fonte: SEBRAE-SP.

(*) Por exemplo, todos os fatores acima, planejamento e gestão, experiência, divulgação.



Principal dificuldade enfrentada no primeiro ano de atividade



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: respostas espontâneas.

(*) Por exemplo, sazonalidade, problemas com sócios, doença.



Dificuldades (depoimentos)

- Conseguir clientela, devido à concorrência. Falta de experiência. **(Falta de clientes)**
- Conquistar clientes. Formar uma carteira de clientes. **(Falta de clientes)**
- Fazer com que os clientes lembrassem da nossa empresa na hora da compra. **(Falta de clientes)**
- Não ter um nome reconhecido. Não tinha uma imagem. Conquistar os primeiros clientes foi difícil. **(Falta de clientes)**
- Trazer mais clientes. Trabalhar o marketing da empresa. **(Falta de clientes)**



Dificuldades (depoimentos)

- Falta de recursos. O negócio exigia um capital maior que o disponível. (**Falta de capital**)
- Obter o lucro pretendido para manter um capital de giro satisfatório. (**Falta de capital**)
- As contas que vieram. Não tinha um caixa para controlar. (**Falta de capital**)

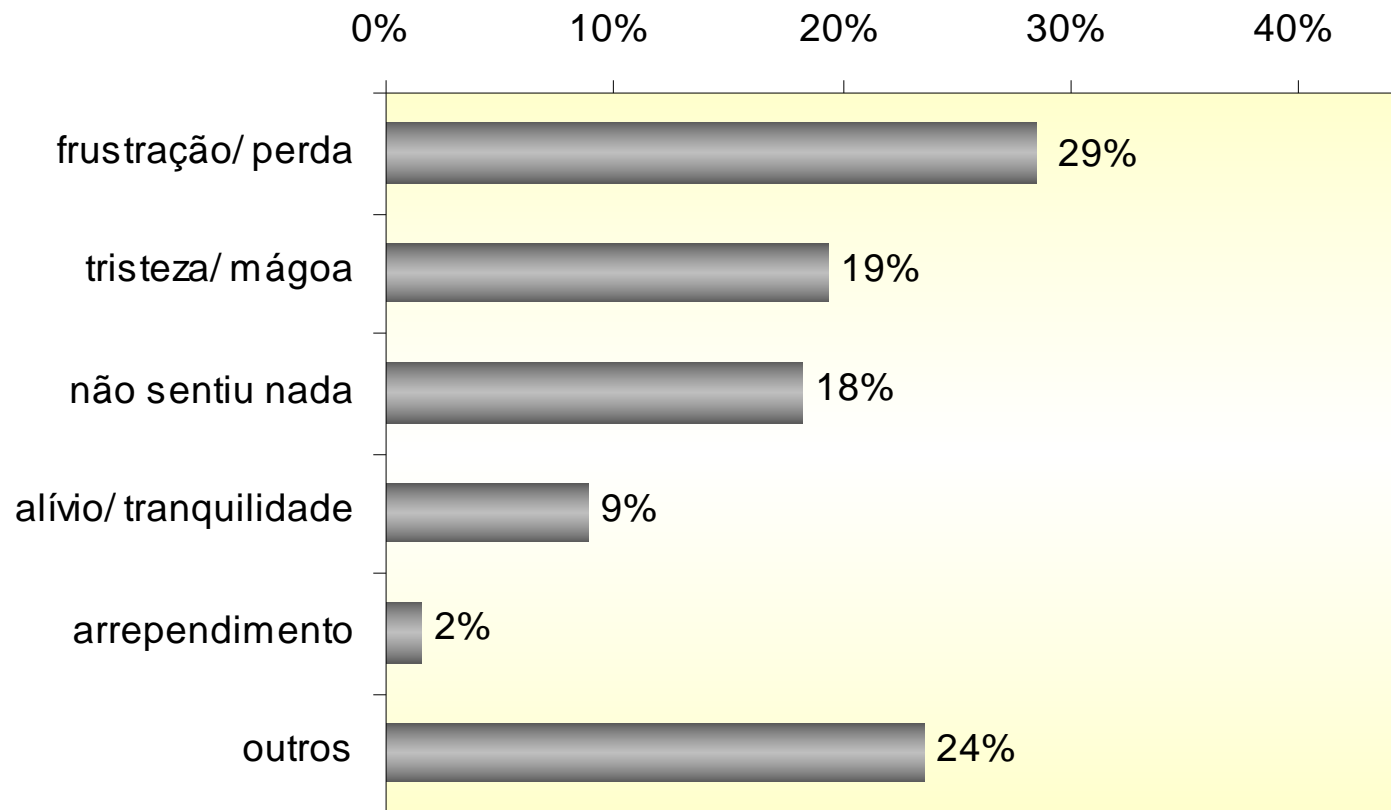


Dificuldades (depoimentos)

- Administração. Sou arquiteto. Não tinha tempo para administrar o negócio. (**Administração/ planejamento**)
- Administração, pois tinha noção apenas da produção. (**Administração/ planejamento**)
- Separar o patrimônio da empresa e dos sócios, que ficam misturados. (**Administração/ planejamento**)
- Não ter avaliado o mercado e não ter experiência para atuar na área. (**Administração/ planejamento**)



Sentimento de quem encerrou as atividades



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Respostas espontâneas.

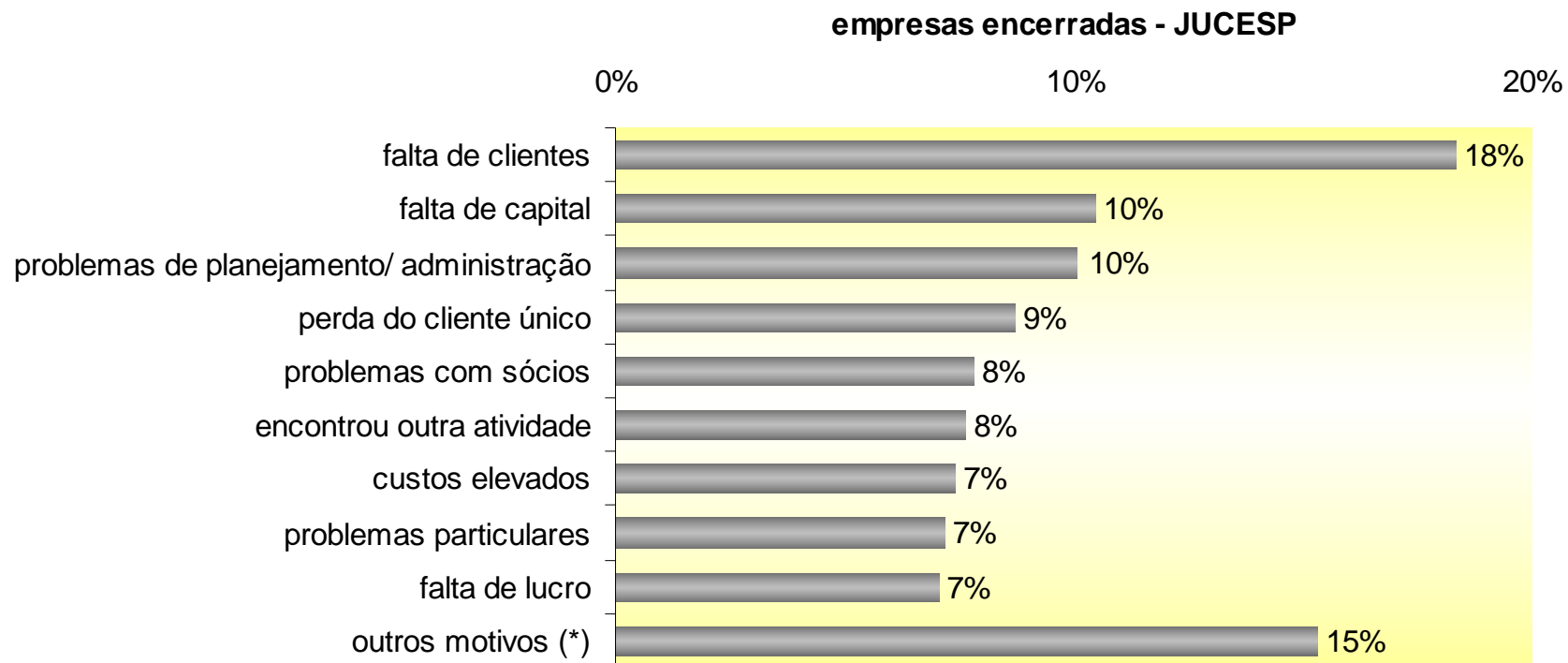


Sentimento de quem encerrou as atividades (depoimentos)

- Arrependimento por não ter planejado melhor. Tudo foi feito de repente. Fiquei muito triste e decepcionada comigo mesma. **(Planejamento)**
- Eu achei que falhei. Achei que deveria ter pesquisado mais, para entrar com outro material, para vender, para gerar mais lucros. **(Planejamento)**
- Arrependimento total. Falta de conhecimento do negócio, de como administrar. **(Gestão)**
- De ser um fracassado; de não conseguir atrair clientes para loja. **(Gestão)**
- No início achei que era simples. Porém depois fui percebendo as dificuldades, problemas e obstáculos. **(Planejamento e Gestão)**



Motivos alegados pelas empresas encerradas para o fechamento do negócio



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: respostas espontâneas.

(*) Por exemplo, falta de experiência, doença;



Motivos do fechamento (depoimentos)

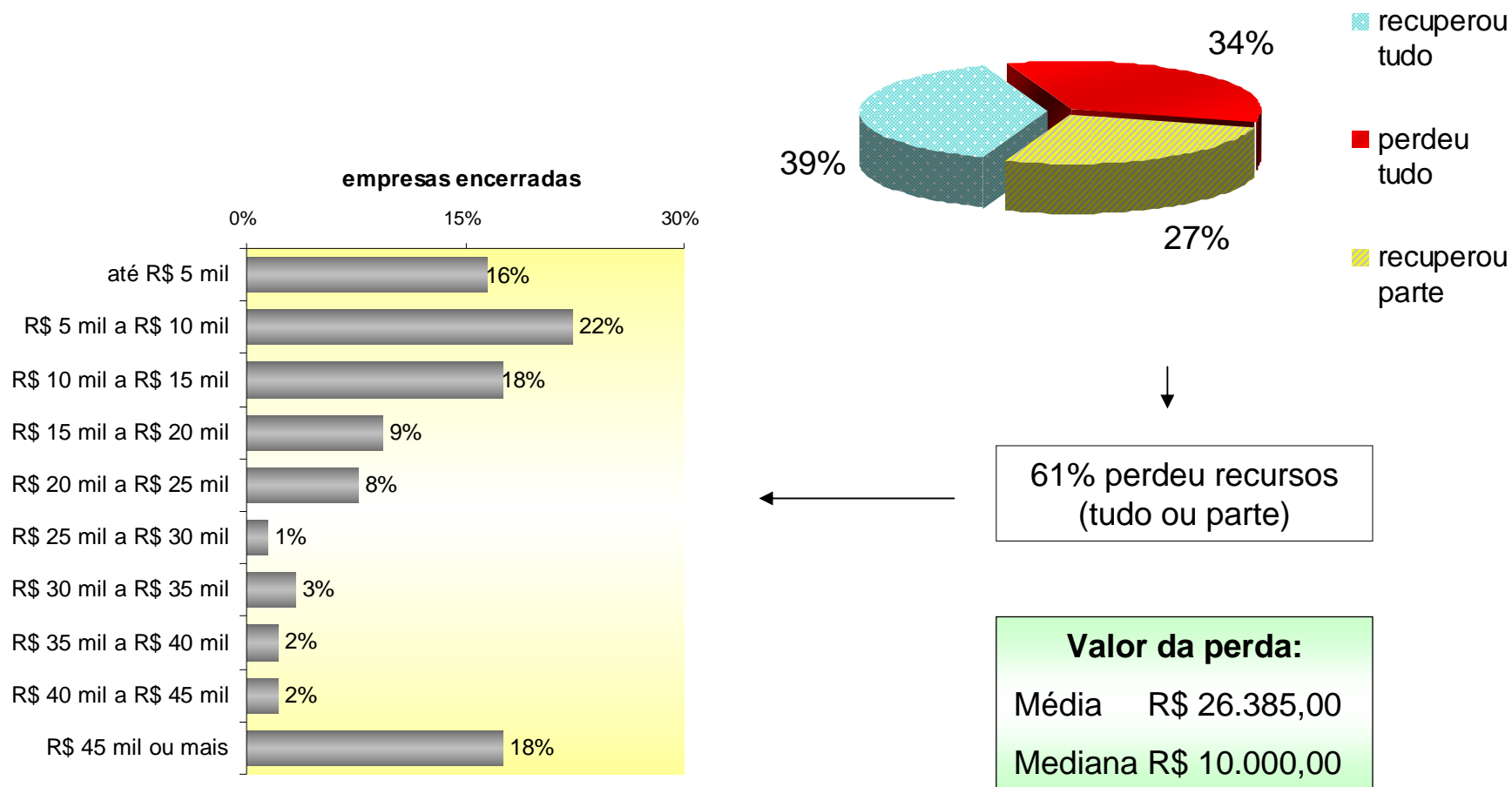
- A lanchonete era dentro da escola e os alunos não consumiam muito. **(Falta de clientes)**
- Falta de clientes. O ponto e o local não eram bons. **(Falta de clientes)**
- Falta de vendas. Não conseguíamos vender os suprimentos e equipamentos para fotografia. **(Falta de clientes)**
- Falta de capital, porque não dava lucros **(Falta de capital)**
- Chegou um ponto em que não conseguia pagar as dívidas. **(Falta de capital)**



Destino das empresas encerradas



Destino dos recursos investidos (apenas empresas “encerradas”)

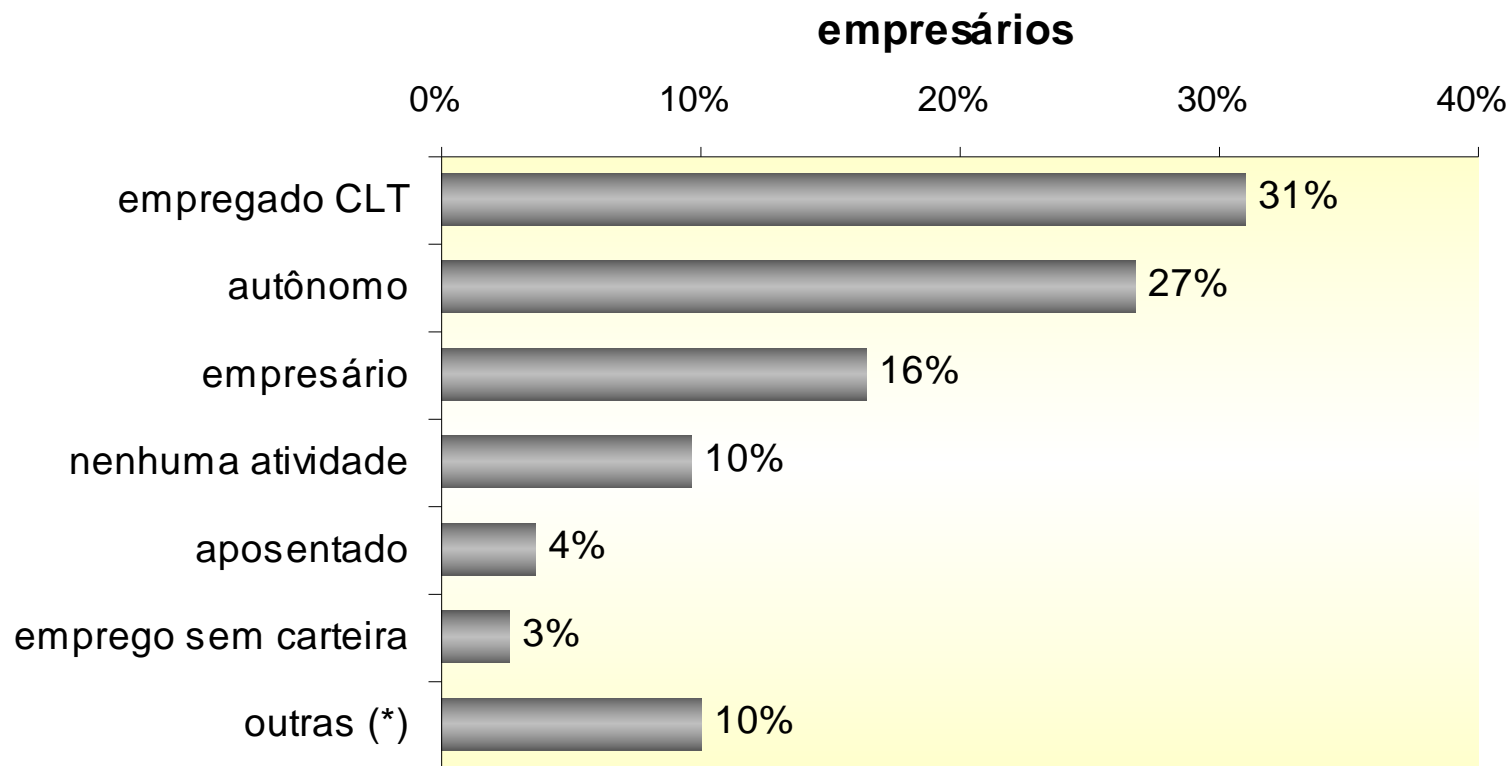


Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: A mediana corresponde ao valor que separa uma distribuição de valores em dois grupos: os 50% de valores mais baixos e os 50% de valores mais altos.



Destino dos empresários após o fechamento (apenas empresas “encerradas”)



Fonte: SEBRAE-SP.

(*) Por exemplo, estudante, dona de casa.



Evolução: perfil do empresário e da empresa

Perfil do Empresário	Constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Contituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)	Contituídas em 2007 (entrevistadas em 2008)
Escolaridade	70% tem ensino médio ou +	78% tem ensino médio ou +	83% tem ensino médio ou +
Empreendedores por oportunidade	60%	69%	78%
Participou de cursos	35% (*)	41%	36%
Procurou o SEBRAE	17%	21%	25%
Participou de reuniões/sem./ações com entidades	12%	17%	14%
Ações com outras empresas	3%	13%	13%

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

Perfil da Empresa	Constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Contituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)	Contituídas em 2007 (entrevistadas em 2008)
Setor de atividade	64% Comércio 28% Serviços 8% Indústria	50% Comércio 39% Serviços 10% Indústria	46% Comércio 44% Serviços 9% Indústria 1% Agropecuária
Tipo de empresa	48% sociedade 52% individual	50% sociedade 50% individual	51% sociedade 49% individual

(*) Média de empresas constituídas entre 2000 a 2003, entrevistadas em 2006.

Fonte: SEBRAE-SP.



Evolução: ambiente, planejamento e gestão

Ambiente de negócios	Constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Contituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)	Contituídas em 2007 (entrevistadas em 2008)
Melhora na macroeconomia	Crescimento do PIB, estabilidade de preços, recuperação da renda do trabalhador e oferta de crédito para consumo		
Vendas para o governo	10%	13%	9%
Empréstimo em bancos (pré-abertura)	6%	15%	14%
Empréstimo em bancos (pré ou após abertura)	28%	28%	23%

Planejamento	Constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Contituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)	Contituídas em 2007 (entrevistadas em 2008)
Planejamento antes de abrir (média)	7 meses	12 meses	9 meses
Índice médio de itens planejados (*)	53% (média de 7 itens)	69% (média de 7 itens)	72% (média de 7 itens)

(*) Proporção (média) de empresas que levantou informações sobre 7 itens do planejamento básico de um negócio: condições dos fornecedores, número de concorrentes, número de clientes e hábitos de consumo, qualificação da mão-de-obra, aspectos legais do negócio, localização e valor do investimento.

Gestão empresarial	Constituídas em 2000 (entrevistadas em 2004)	Contituídas em 2005 (entrevistadas em 2006)	Contituídas em 2007 (entrevistadas em 2008)
Aperfeiçoamento de produtos e serviços	79%	79%	85%
Investimento em propaganda e divulgação	21%	26%	40%
Acompanhamento de receitas e despesas	72%	73%	77%

Fonte: SEBRAE-SP.



Comparações: empresas constituídas em 2000 x empresas constituídas em 2007

- Melhorou o perfil do empresário:
 - Aumentou a escolaridade dos empresários
 - Aumentou a proporção dos empreendedores por oportunidade
- Melhorou o ambiente de negócios:
 - Melhora da economia (PIB, renda e oferta de crédito para consumo)
- Melhorou o planejamento prévio:
 - Aumentou o tempo médio de planejamento
 - Aumentou o levantamento de informações (itens planejados) antes da abertura
- Melhorou a gestão empresarial:
 - Aumentou a proporção de empresários que realizam gestão básica

Principais causas da mortalidade das empresas paulistas (RESUMO)

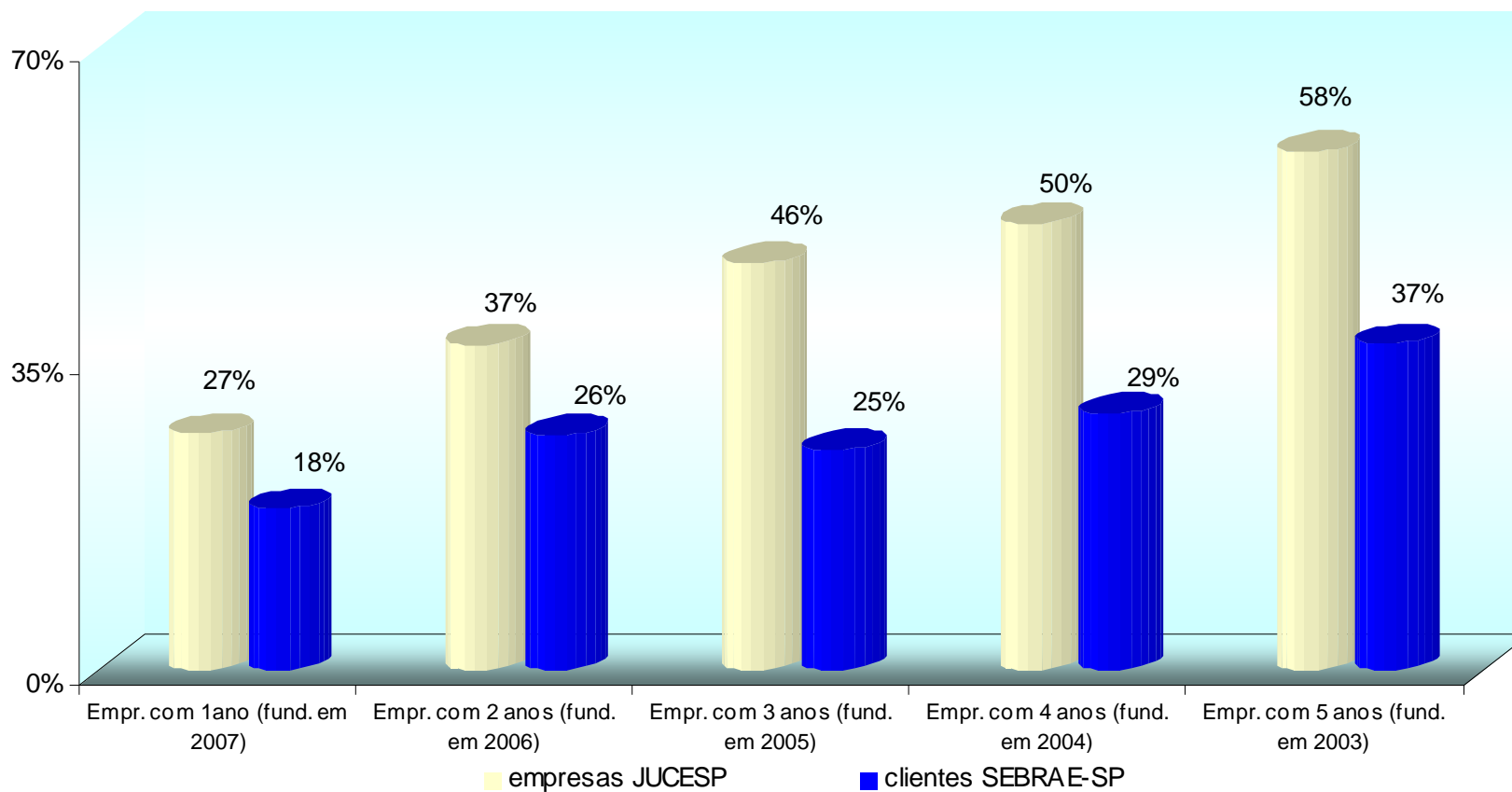
Itens	Principais recomendações
1- Comportamento empreendedor	Aprimoramento de características empreendedoras: busca de informações, planejamento e monitoramento, antecipação aos fatos, estabelecimento de objetivos e metas e contato com clientes e parceiros.
2- Planejamento prévio	O planejamento apresenta algumas deficiências, p. ex., quanto aos itens relacionados à sua ação no mercado: número de clientes e seus hábitos, número de concorrentes e fornecedores e suas práticas.
3- Gestão empresarial	Diversos itens de gestão empresarial podem ser aperfeiçoados: investimento na capacitação dos sócios e mão de obra, atualização quanto à tecnologia do setor, inovação de processos e procedimentos, acompanhamento da evolução de receitas e despesas e busca de novos mercados (p ex., análise dos concorrentes e aperfeiçoamento de produtos).
4- Políticas de apoio	Necessidade de ampliação da cobertura de ações que melhorem o ambiente empreendedor, p. ex. vendas para o governo, acesso ao crédito e acesso a inovações.
5- Conjuntura econômica	Crescimento da economia, estabilidade de preços e recuperação da renda precisam ser mantidos.
6- Problemas “pessoais”	Problemas com sócios e problemas particulares (p. ex., de saúde e de falta de segurança)



Comparações entre empresas registradas na JUCESP e clientes SEBRAE-SP



Taxa de mortalidade das empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP



Fonte: SEBRAE-SP.



Empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP 2003 a 2007

Características da empresa	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Tipo de constituição	50% individual 50% sociedade Ltda.	33% individual 65% sociedade 2% cooperativa ou assoc.
Média de pessoas ocupadas	5,9 pessoas	10,2 pessoas
Setores de atividade	53% comércio 38% serviços 9% indústria 0,4% agropecuária	49% comércio 26% serviços 24% indústria 0,3% agropecuária

Características do dono	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Gênero	63% masculino	62% masculino
Escolaridade	78% tem ensino médio ou +	87% tem ensino médio ou +
Estava desempregado antes de abrir	28% sim	26% sim
Experiência/conhecimento anterior (1)	60% sim	59% sim

(1) Principalmente como empregado ou autônomo no mesmo ramo.

Fonte: SEBRAE-SP.

continua ...



Empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP

2003 a 2007

Planejamento	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Planejamento antes de abrir (média)	10 meses	12 meses
Índice médio de itens planejados (2)	70% (média de 7 itens)	72% (média de 7 itens)

(2) Média de 7 itens de planejamento (condições dos fornecedores, número de concorrentes, número de clientes e hábitos de consumo, qualificação da mão de obra, aspectos legais do negócio, localização e valor do investimento).

Comportamento empreendedor (3)	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
SEMPRE "sacrifica-se" p/ atingir objetivos	83%	90%
SEMPRE enfrenta "riscos moderados"	48%	54%
SEMPRE busca qualidade e eficiência	88%	93%
SEMPRE contata clientes e parceiros	83%	88%
SEMPRE acredita na sua capacidade	92%	95%
SEMPRE busca intensamente informações	65%	68%
SEMPRE planeja/ e monitora cada etapa	66%	68%
SEMPRE estabelece objetivos e metas	55%	56%
SEMPRE segue os objetivos (persistência)	88%	89%
SEMPRE se antecipa aos fatos	59%	55%

(3) Os itens do comportamento empreendedor foram hierarquizados pelas maiores diferenças dos percentuais dados às notas 4 e 5, numa escala de 1 a 5, quanto à frequência com que realiza a ação.

Ambiente institucional	Empresas JUCESP	Clientes SEBRAE-SP
Obteve empréstimo em banco	27% sim	45% sim
Realizou algum curso (4)	37% sim	68% sim
Foi a reuniões coordenadas p/ entidades	17% sim	42% sim
Realizou vendas ao governo	12% sim	18% sim
Fez ações em conjunto c/ outras empresas	14% sim	21% sim

(4) Realização de curso para melhorar o conhecimento sobre como administrar um negócio.

Fonte: SEBRAE-SP.



Comparações Empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP (continuação), 2003 a 2007

A sua empresa, costuma, com muita frequência ...

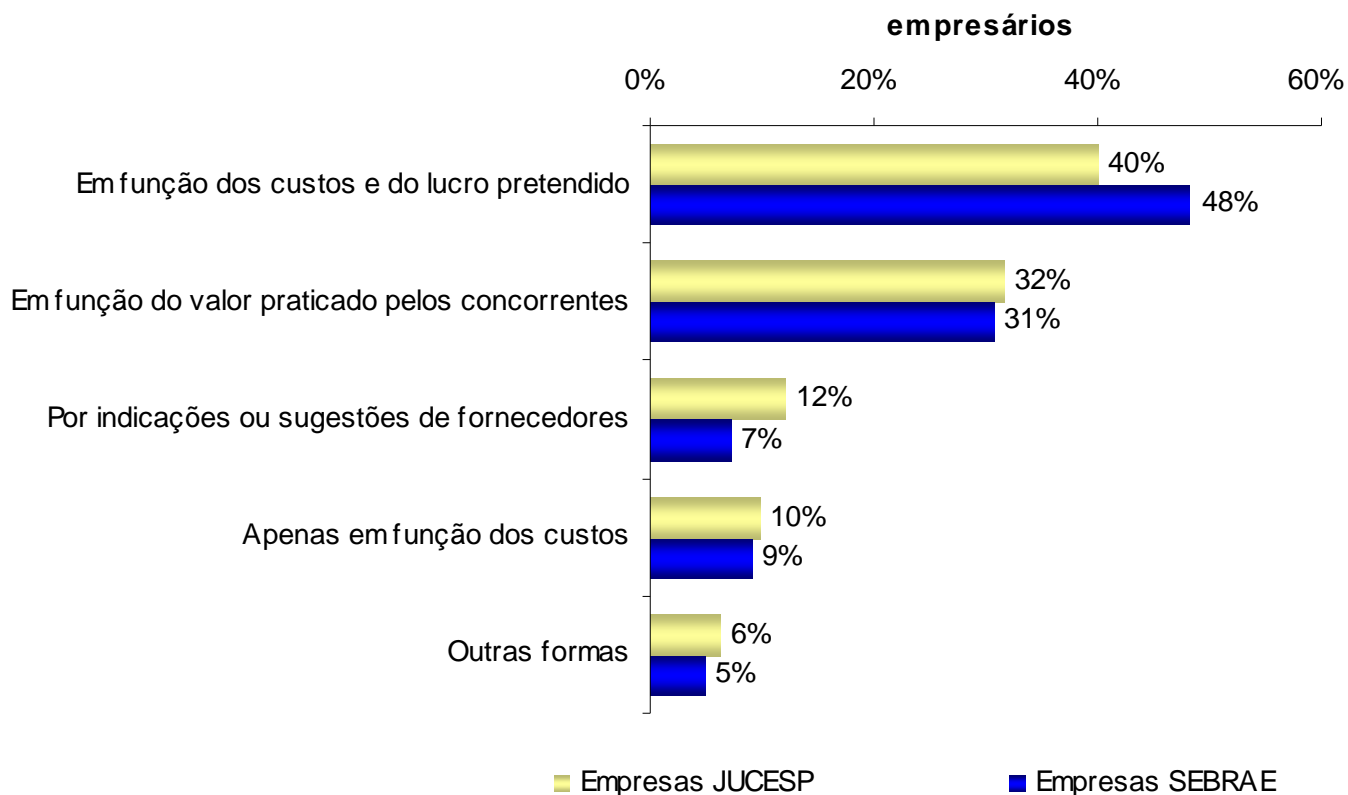
Gestão empresarial	Empresas JUCESP	Empresas SEBRAE
Aperfeiçoar produtos e serviços	87%	93%
Inovar continuamente em processos e procedimentos	82%	87%
Estar à procura de fornecedores com qualidade e preços	80%	87%
Estar atualizado com respeito às tecnologias do setor	79%	87%
Cálculo detalhado dos custos de cada produto	79%	83%
Acompanhar rigorosamente receitas e despesas	71%	78%
Investir continuamente em capacitação	61%	75%
Acompanhar as estratégias dos concorrentes	54%	61%
Investir em propaganda e divulgação	40%	45%

(5) Os itens de gestão empresarial foram hierarquizados pelas maiores diferenças entre os percentuais.

Fonte: SEBRAE-SP.



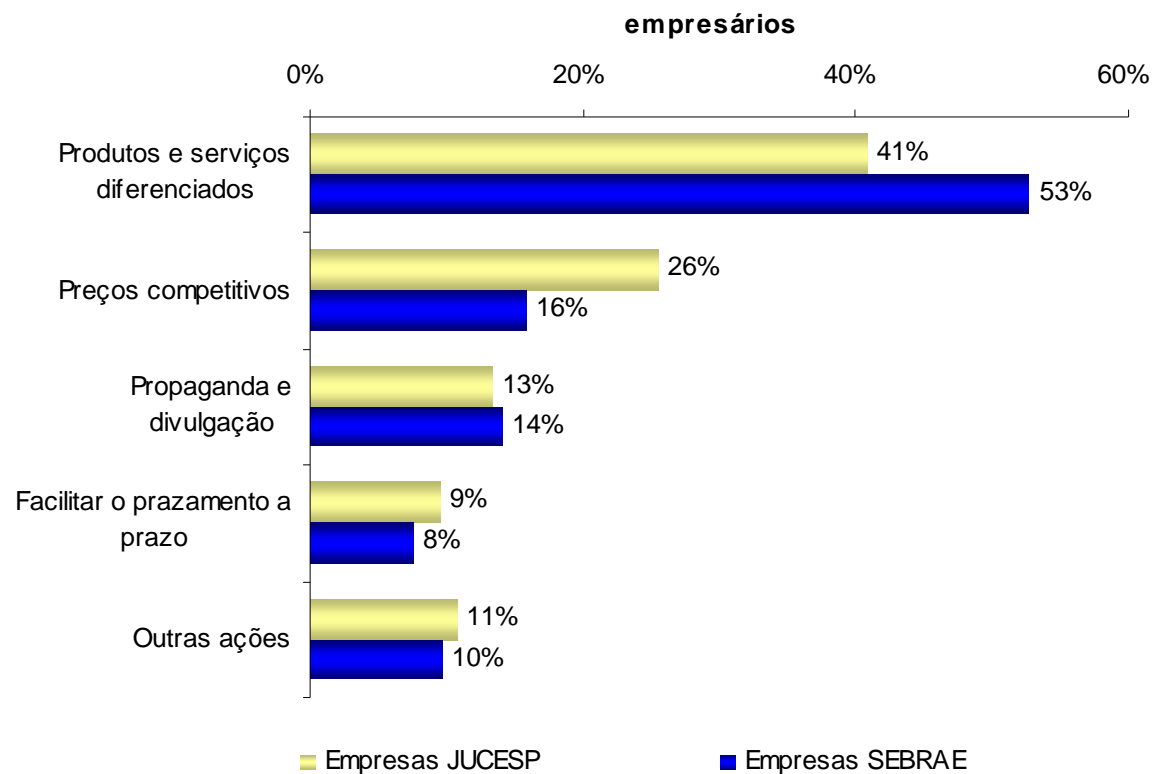
Como foram estabelecidos os preços de venda dos principais produtos e serviços? Empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP



Fonte: SEBRAE-SP.



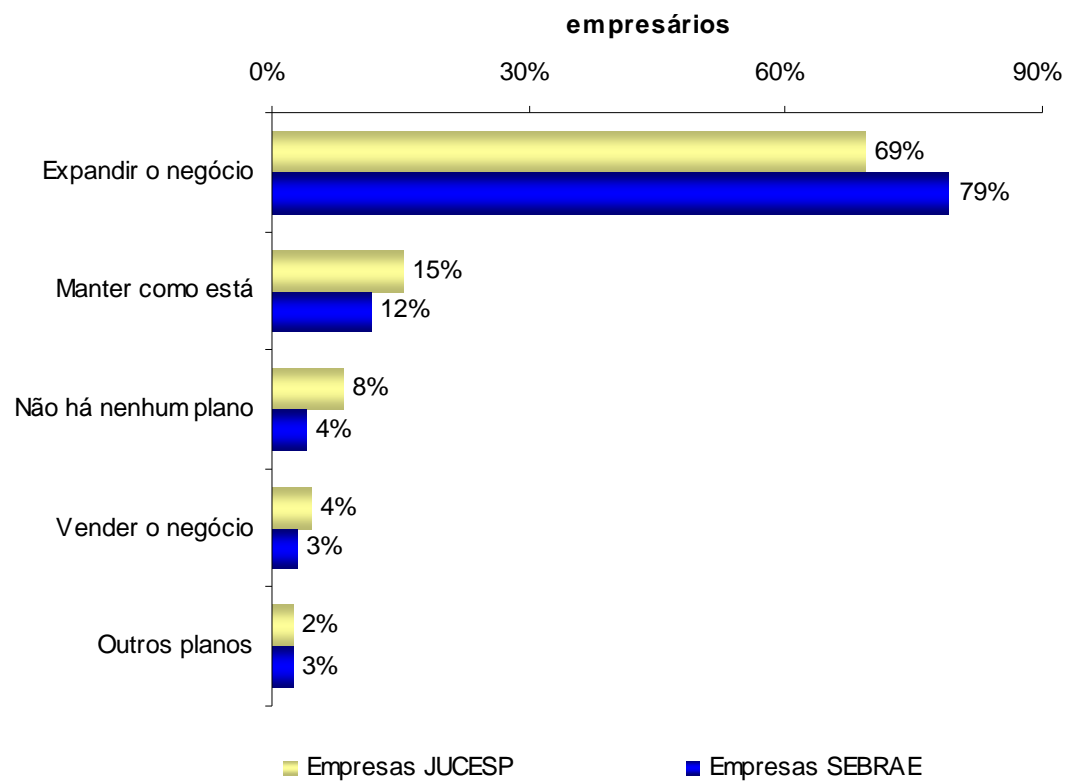
Qual a principal ação feita para atrair e conquistar clientes? Empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP



Fonte: SEBRAE-SP.



Qual é o plano para o futuro da empresa? Empresas JUCESP x clientes SEBRAE-SP



Fonte: SEBRAE-SP.



Propostas de ações para a redução da mortalidade de empresas

- **No âmbito dos indivíduos/ empresas:**
 - Ações de apoio (orientação/capacitação), por fases de um negócio:
 - FASE X: futuros empreendedores (ainda não sabem que poderão se tornar empreendedores)
 - FASE 0: candidato a empreendedor (até 12 meses antes da abertura do negócio)
 - FASE 1: empreendedor recente (até 24/36 meses de atividade do negócio)
 - FASE 2: empreendedor maduro (mais de 24/36 meses de atividade do negócio)
 - FASE 3: reconversão do empreendimento/sucessão empresarial
 - Desenvolvimento do comportamento empreendedor
 - Programa de apoio aos candidatos e às empresas recém-abertas
 - Planejamento antes da abertura
 - Gestão do negócio
 - Programa de apoio para empresas “maduras”
- **Quanto ao ambiente de negócios:**
 - Ampliação dos instrumentos de política pública
 - Implantação efetiva da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas nos municípios paulistas
 - Estabilidade de preços e no crescimento econômico



Ficha técnica

Realização: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP)

Unidade Organizacional de Planejamento

Gerente: Renato Fonseca de Andrade

Equipe Técnica: Pedro João Gonçalves e Mariana Rutkowski Silva (coords.), Virginia Marella Neves da Silva, Fernanda Cardoso Rosa Gonçalves, Juliane Macedo Gomes de Campos, João Carlos de Oliveira, Marco Aurélio Bedê, Hao Min Huai, Gregory Augusto de Barros Giroto e Amanda Silva Cassimiro.

Nota Metodológica: Esta pesquisa foi realizada a partir do rastreamento (busca) de 3.000 empresas com registro de abertura entre 2003 e 2007. O rastreamento ocorreu entre outubro/08 e maio/09. A amostra planejada envolveu dois grupos de empresas: (i) empresas registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP); e (ii) empresas clientes do Sebrae-SP. O primeiro grupo foi representado por uma amostra, por conglomerados, em 28 municípios do Estado de São Paulo, tendo sido obtida por sorteio com base no conjunto de registros de abertura de empresas, dos tipos sociedade limitada e empresários (individuais), de acordo com as bases de dados da JUCESP. O segundo grupo foi representado por uma amostra de empresas obtida por sorteio entre as pessoas jurídicas, com registro de abertura entre 2003 e 2007, que constam no cadastro de clientes do Sebrae-SP. O processo de rastreamento envolveu diversas alternativas de busca dos sócios-proprietários, por exemplo, identificação do CNPJ das empresas na Secretaria da Receita Federal, visita ao endereço original registrado na JUCESP, visita a novo endereço, consulta a vizinhos, ao atual inquilino do imóvel ou à imobiliária, contato por telefone, visita à residência dos proprietários, consulta a antigo contador ou advogado da empresa, consultas diversas (p.ex., associação comercial, moradores do bairro, sindicatos, etc.). Concomitantemente ao rastreamento, procurou-se realizar entrevistas com todos os sócios-proprietários ou ex-sócios-proprietários encontrados, resultando na obtenção de 2.008 entrevistas (1.569 sócios-proprietários de empresas em atividade e 439 de empresas encerradas). Os dados divulgados neste relatório resultam da média ponderada dos conglomerados e por tipo de empresa (em atividade e encerrada). Os dados dos clientes Sebrae-SP divulgados resultam da média ponderada dos produtos e por tipo de empresa (em atividade e encerrada).

Pesquisa de campo: Meta Instituto de Pesquisa.

Rua Vergueiro, 1.117, 11º andar – Paraíso
São Paulo - SP

Homepage: <http://www.sebraesp.com.br>

e-mail: pesqeco@sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do Sebrae-SP: 0800-570-0800

Informações sobre este relatório: (11) 3177-4849/ 4877/ 4948/ 4874