



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

PATRICK PIROLO

**VIABILIDADE ECONÔMICA PARA UMA EMPRESA DE SOLUÇÕES
ECONOMÉTRICAS**

FLORIANÓPOLIS, 2016



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

PATRICK PIROLO

**VIABILIDADE ECONÔMICA PARA UMA EMPRESA DE SOLUÇÕES
ECONOMÉTRICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção de grau de Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Orientador: Prof. João Randolfo Pontes, Msc.

FLORIANÓPOLIS, 2016



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

PATRICK PIROLO

**VIABILIDADE ECONÔMICA PARA UMA EMPRESA DE SOLUÇÕES
ECONOMÉTRICAS**

A banca examinadora resolveu atribuir a nota 7,0 ao aluno Patrick Pirolo na disciplina CNM 7107 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca examinadora:

Presidente: Prof. João Randolfo Pontes

Membro: Prof. Marialice de Moraes

Membro: Prof. Raimundo Nonato de Oliveira Lima

Florianópolis, 2016

*Dedico este trabalho à minha
mãe que me ajudou a levar
adiante a graduação e sem a
qual sua completude não
seria possível.*

AGRADECIMENTOS

A DEUS pela oportunidade em me conceder o privilégio da vida.

A meus Pais que souberam me ensinar os valores sagrados de viver com ética e respeito perante os meus semelhantes, acompanhando de perto cada etapa de meu desenvolvimento como ser humano.

Aos demais familiares e amigos pelo encorajamento e apoio.

A Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) que concedeu a oportunidade de estudos no decorrer do Curso.

Aos professores e técnicos administrativos do Departamento de Economia e Relações Internacionais pelos ensinamentos, contribuindo para o nosso enriquecimento pessoal e profissional.

Aos professores Jaylson, Eva e Helbert, pelos ensinamentos, orientação e paciência.

Ao professor João Randolfo Pontes pela orientação técnica no desenvolvimento deste trabalho de pesquisa.

Aos colegas de faculdade, que compartilharam conhecimento e enriqueceram minha formação como profissional e pessoa.

Aos meus amigos pessoais que me deram força e companheirismo.

“Do mesmo modo, deixai brilhar a vossa luz perante os homens, para que vejam as vossas obras excelentes e deem glória ao vosso pai que está nos céus.” Mateus 5:16

RESUMO

O presente trabalho apresenta as condições de viabilidade econômica de uma empresa que deverá atuar no campo de consultoria de trabalhos econométricos. Com este objetivo busca apresentar o conjunto de variáveis que subsidiam a estruturação do planejamento econômico e financeiro de uma empresa, de modo a permitir sua efetiva organização, aferir seu desempenho e montar sua estratégia. Este trabalho compõe um esforço de identificar e planejar uma situação real de investimento, sendo necessário detalhar os gastos e receitas projetadas, de forma que torne possível avaliar sua trajetória e examinar a viabilidade de montar e abrir uma empresa de pesquisa econométrica na cidade de Florianópolis. Os resultados alcançados no desenvolvimento deste trabalho permitem certificar que é possível abrir este negócio por se tratar de um nicho de mercado ainda não atendido completamente. As consultorias econométricas tem a função de otimizar a eficiência econômica dos agentes econômicos, permitindo-se poupar recursos (inclusive) financeiros e traçando-se tendências setoriais para avaliar o custo de oportunidade de investimentos.

Palavras-chave: 1. Empreendedorismo. 2. Eficiência Econômica 3. Econometria.

ABSTRACT

This paper presents the economic feasibility conditions of a company that will operate in the econometric work consulting field. With this objective seeks to present the set of variables that support the structure of economic and financial planning of a company, in order to allow its effective organization, assess their performance and build your strategy. This work makes up an effort to identify and plan a real situation of investment is necessary to detail costs and projected revenues, so that makes it possible to assess its history and examine the feasibility of setting up and open an econometric research firm in the city of Florianopolis. The results achieved in the development of this work enable sure that you can open this business because it is a niche market not yet fully met. Econometric consultancies has the function to optimize economic efficiency of economic agents, allowing to save resources (inclusive) financial and by drawing industry trends to assess the cost of investment opportunity.

Keywords: 1. Entrepreneurship. 2. Efficiency Economics. 3. Econometrics

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Custo total, custo variável e custo fixo.....	34
Gráfico 2 – Custo médio variável, custo médio marginal e custo médio fixo.....	35
Gráfico 3 – Ponto de equilíbrio das operações de uma empresa – CVL.....	38
Gráfico 4 – Nível de atividade da economia catarinense.....	49

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Setores de futuro para a Economia Catarina em 2022.....	48
Figura 2 – Matriz Swot.....	50
Figura3 – Site proposto da empresa.....	53
Figura 4 – Localização do empreendimento.....	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – PIB, População e Produto Per Capita.....	49
Tabela 2 – Tipos societários.....	57
Tabela 3 – Equipamentos e móveis	59
Tabela 4 – Custo fixos mensais.....	60
Tabela 5 – Cenários provável, pessimista e otimista.....	61
Tabela 6 – Indicadores econômicos financeiros.....	62

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABNT** – Associação Brasileira de Normas Técnicas.
- APL** – Arranjo produtivo local.
- B2B** – ‘*Business to Business*’ comércio estabelecido entre empresas.
- B2C** – ‘*Business to Consumer*’ comércio efetuado entre a empresa e o consumidor.
- BACEN** – Banco Central do Brasil.
- BNDES** – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.
- BRDE** – Banco Regional do Extremo-Sul.
- C&T** – Ciência e Tecnologia.
- CNAE** – Código Nacional de atividade econômica.
- CNPJ** – Cadastro Nacional de pessoa Jurídica.
- COPOM** – Comitê de Política Monetária.
- CSE** – Centro Socioeconômico.
- CST** – Curso Superior de Tecnologia.
- EBT** – Empresas de Base Tecnológica
- EGC** – Engenharia e Gestão do Conhecimento.
- EVTE** – Estudo de Viabilidade Técnica e Econômica.
- FAP** – Fundação de Amparo à pesquisa.
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- IFSC** – Instituto Federal de Santa Catarina.
- IMC** – Índice de margem de contribuição.
- INPI** – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual.
- ISS** – Imposto sobre serviços.
- ONU** – Organização das Nações Unidas.
- P&D** – Pesquisa e desenvolvimento;
- PIB** – Produto Interno Bruto.
- PE** – Ponto de equilíbrio.
- PRI** – Prazo de retorno de investimento.
- REF** – Relatório de Estabilidade Financeira.
- SFN** – Sistema Financeiro Nacional.
- TBC** – Taxa de juros básica do banco central.
- TIC** – Tecnologia da Informação e comunicação.
- UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina.

GLOSSÁRIO

AB OVO – Do latim ‘desde o nascimento’.

ANÁLISE SWOT – Também chamada de matriz FOFA, significa a análise dos pontos fortes, oportunidades, pontos fracos e ameaças de uma organização.

BUSINESS PLAN – Plano de negócios ou plano empresarial.

DRIVERS – Fatores determinantes de um fenômeno.

MARKET-SHARE – Fatia de mercado de uma empresa.

MODELO DE NEGÓCIOS – A forma como a empresa gera e entrega valor para o cliente.

MODUS OPERANDI – Do latim: ‘modo de operação’ de alguma tarefa.

OUTLIERS – Valor aberrante ou atípico de uma série.

OUTPUTS – Bem ou serviço que resulta do processo de produção.

PIVOTAR – Alterar o modelo de negócios de uma empresa visando novas oportunidades de negócio.

PRIMA FACIE – Do latim: ‘que não necessita de provas’.

SEED CAPITAL – ‘Capital semente’ em uma tradução literal, é o aporte de capital inicial em uma empresa nascente.

SPIN-OFF – Empresas que foram derivadas de outras empresas maiores já existentes.

STAKEHOLDERS – Todos os envolvidos em um dado negócio.

START UP – Empresa iniciante que busca inserir-se em um determinado mercado geralmente carregando uma forte componente alta densidade tecnológica.

SUI GENERIS – Do latim: ‘único em seu gênero’.

TRADE-OFF – Conflito de escolha ou dilema em uma ação econômica.

VENTURE CAPITAL – Capital de risco aportado por um investidor anjo geralmente em uma empresa de alta densidade tecnológica e alto rendimento esperado.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO.....	14
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....	14
1.2 OBJETIVOS.....	17
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	17
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.3 METODOLOGIA.....	17
1.4 ESTRUTURA DA MONOGRAFIA.....	18
CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	20
2.1 EFICIÊNCIA ECONÔMICA.....	20
2.2 CUSTO DE OPORTUNIDADE.....	22
2.3 O MERCADO.....	25
2.4 INOVAÇÕES, ESTRATÉGIAS E LIDERANÇA NOS NEGÓCIOS.....	27
2.5 FUNDAMENTOS DA VIABILIDADE ECONÔMICA.....	30
CAPÍTULO 3 – VIABILIDADE ECONÔMICA.....	42
3.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	42
3.2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....	43
3.3 PÚBLICO ALVO.....	44
3.4 CONCORRÊNCIA.....	46
3.5 ANÁLISE AMBIENTAL.....	46
3.6 SERVIÇOS OFERTADOS PELA EMPRESA.....	51
3.7 PLANO DE MARKETING E ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	53
3.8 LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	55
3.9 PROCESSO OPERACIONAL.....	55
3.10 COMPETÊNCIAS HUMANAS.....	56
3.11 PROPOSTA DE INOVAÇÃO.....	57
3.12 ESTIMATIVA DOS CUSTOS OPERACIONAIS.....	59
3.13 ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DO NEGÓCIO.....	61

CAPÍTULO 4 – CONCLUSÃO.....	63
REFERÊNCIAS.....	65
APÊNDICES.....	69
APÊNDICE 01 – MEMORIAL DO PROCEDIMENTO DE CÁLCULOS DOS CUSTOS.....	70
APÊNDICE 02 – CURRÍCULO DO EMPREENDEDOR.....	75
APÊNDICE 03 - CONTATOS PARA PROSPECÇÃO DE CLIENTES.....	81

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

A dinâmica da competitividade no mundo real da economia tem levado às empresas de todos os portes (micro, média e grande) a se organizarem de forma mais consistente, de modo que suas decisões sejam coerentes e fortalecidas ao longo de seu desenvolvimento. As mudanças na conjuntura econômica, política e social, tem fortalecido a necessidade de buscar novas estratégias e ferramentas que possam otimizar o tempo usado nas diversas atividades que afetam a tomada de decisão, minimizando os erros subsequentes que podem ocorrer no planejamento, produção, logística, comercialização e pós-venda.

De certo modo, pode-se dizer que existe um certo entendimento entre os diversos analistas internacionais de que o domínio do conjunto de determinadas variáveis econômicas colaboram para potencializar o desenvolvimento das estratégias das empresas. Porter (1988), por exemplo, considera que o perfeito domínio dos custos das atividades e dos processos são vitais para o sucesso das empresas no longo prazo. Sem uma estrutura adequada com pessoas competentes é impossível levar a efeito e de forma positiva as decisões consensadas no âmbito do planejamento estratégico.

É possível considerar também que nem sempre os dirigentes e técnicos que estão no cotidiano e afazeres das empresas, conseguem ter o domínio de todas as informações que são publicadas e disponibilizadas pelos jornais especializadas e pela mídia televisiva.

Nessa direção é importante que haja pessoas especializadas nas empresas que tenham o domínio de um conjunto de variáveis econômicas como o PIB, taxas de inflação, taxas de juros, taxas de câmbio, bem como, saibam utilizar alguns modelos estatísticos e econométricos. Atualmente, existem algumas empresas que atuam nesse campo de atividade e prestam consultorias levando em consideração os efeitos de usar os modelos econométricos em projeções futurísticas.

O uso de análises históricas e cálculo de regressões são fundamentais para se realizar este tipo de análise e estruturar uma base nas construções dos modelos que fundamentam de forma sólida as decisões futuras. Isto pode ser visto em modelos que fazem parte dos softwares E-Views e Minitab no uso das análises estatísticas, bem como poder-se-ia testar os modelos de regressão multivariados e auto-regressivos. Esses modelos gerados podem sugerir às empresas melhores ajustes de preços, melhores investimentos e uma previsão de vendas futura mais precisa, resultando, assim, na otimização das vendas.

Examinando esta dinâmica e admitindo que é fundamental haver uma visão global dos negócios e de como as ferramentas de tratamento de dados permitem subsidiar o desenvolvimento da análise no processo de desenvolvimento de suas estratégias, é que este trabalho foi desenvolvido. A elaboração de um plano de negócios robusto para uma empresa de estudos econométricos que prime pela inovação no processo operacional das consultorias oferecidas.

No mundo dos negócios pode-se dizer que as empresas de estudos econométricos são compostas por profissionais que atuam junto à área de métodos quantitativos com o intuito de fazer conjecturas, testar hipóteses e projetar a dinâmica empresarial e do mercado. No âmbito internacional ou do mercado mundial, este trabalho tem o apoio não apenas de empresas que atuam no ramo de consultoria empresarial, mas, também de Universidades que desenvolvem centros de pesquisa voltados para o tratamento de dados, oferecendo serviços de alta performance e qualidade aos investidores e empreendedores.

Os profissionais que realizam este tipo de trabalho ajudam as empresas a serem mais atuantes e capazes de prever o movimento interno responsável pela evolução econômica do setor em que estão inseridas. Nesse sentido é importante considerar que deva existir um plano que consiga ligar a área de tecnologia da informação e comunicação (TIC) ao processo de negócios como um todo, de modo a permitir a aplicação de sistemas computacionais que permitam realizar múltiplas operações e catalisar o potencial dos serviços que são ofertados pelas empresas. Sob esta ótica é relevante destacar aqui a figura do empreendedor que ao buscar desenvolver uma nova ideia acaba por descobrir novos nichos de mercado, ampliando, assim, novos potenciais de geração de riquezas (PONTES, 2016).

Dornelas (2012, p. 28-99) conceitua empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. Para ele as empresas podem utilizar um plano de negócios para descrever um empreendimento, suas condicionantes e apresentar um modelo de negócios que leve à sustentação das empresas no longo prazo. Este tipo de trabalho envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento que permite ao empreendedor situar-se na dinâmica do ambiente em que os negócios estão inseridos.

A conquista de confiança e credibilidade da empresa contratante é fator crítico de sucesso para uma empresa de consultoria em previsões econométricas, posto que as mudanças de comportamento que os resultados do serviço desencadearão podem provocar um certo desconforto entre alguns funcionários da empresa contratante. A experiência empírica de um consultor (SOUZA, SAMOBYL e MIRANDA, 2008) sugere que se comece propondo soluções

que certamente aumentarão os lucros e reduzirão os custos no curto prazo, mesmo que sejam poucos os resultados, sendo importante que de imediato provoque-se efeitos positivos buscando maior liberdade de ação da contratada no médio e longo prazo.

A atualidade e a relevância de trabalhos especializados dessa natureza, ou seja, de consultoria, muitas vezes provoca mudanças na cultura da organização, modificando o modelo e forma de gestão antes definida pelos seus criadores. Desse modo é razoável supor que mudanças nas organizações e nos negócios sejam feitas com cautela e com base em estudo prévio de viabilidade econômica. É relevante observar que alguns tipos de serviços especializados de consultoria econômica ainda são escassos no mercado, uma vez que uma grande parte dos agentes econômicos tem dificuldades em assimilar se vale a pena ou não (NAYLOR e VERNON, 1969).

No tocante às empresas que prestam consultorias nessa área no mercado nacional e internacional, observa-se que existe uma preocupação quanto às tendências tecnológicas que apontam para uma crescente necessidade de profissionais que tem a competência para desenvolver projetos para sistemas de TI e unir essa base de conhecimento com aplicações no campo da Economia. A escolha do tema ora investigado surgiu com base nas observações feitas pelas empresas, o contato com profissionais que atuam em empresas locais, no meio universitário e em contato com professores especialistas. A iniciativa deste trabalho de pesquisa leva em referência também as mudanças que ocorrem nas políticas econômicas atuais que permitem sustentar grandes possibilidades de chance de sucesso no futuro.

A observância de poucas empresas neste tipo no mercado de trabalho evidencia a necessidade de concepção de uma empresa como essa o quanto antes e endossa o pragmatismo na escolha do tema. Uma empresa de estudos econométricos é uma estrutura que proporciona a vivência de problemas práticos dada a conexão com o mercado que demanda do empreendedor um perfil atento para a experiência da concorrência e da competitividade.

O campo de atuação para este profissional é vasto e as áreas de Economia e TI coligadas encampam o desenvolvimento de projetos de pesquisa operacional, projeto e programação em portáteis, integração de sistemas e assistência técnica econômica, entre outros.

Diante do contexto ora examinado, o presente trabalho busca responder a seguinte pergunta: **a implantação de uma empresa de consultoria econométrica tem viabilidade econômica na cidade de Florianópolis?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Examinar as condições de viabilidade econômica para que uma empresa de estudos econométricos se estabeleça em Florianópolis.

1.2.2 Objetivos específicos

- Fazer um estudo de viabilidade técnica e econômica (EVTE) do empreendimento.
- Responder se é possível ou não abrir o negócio.
- Definir os serviços prestados pela empresa.

1.3 METODOLOGIA

O presente trabalho realizado adota procedimentos operacionais que compreendem primeiramente um levantamento inicial da bibliografia concernente ao tema e uma revisão teórica a respeito do tema inerente à viabilidade econômica. Busca enfatizar os fundamentos relevantes para realizar um estudo que permite tornar possível a viabilidade econômica de um negócio. Diversos autores no campo da economia e das finanças foram consultados. No tocante à relevância de se fazer uma pesquisa, Marconi e Lakatos (1985. p.157), enfatizam que um trabalho de pesquisa deve constituir uma base relevante para a tomada de decisão, como segue:

“A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre ou depois”.

O objetivo deste primeiro passo foi de levantar os fundamentos básicos de se fazer um estudo de viabilidade econômica de uma empresa de estudos econométricos que será localizada na cidade de Florianópolis. A proposta em referência envolve não apenas conhecer o mercado, as características dos serviços e produtos envolvidos, mas, avaliar os recursos financeiros e materiais, a determinação do capital que será necessário, a definição da equipe de profissionais a serem contratados, a sua localização, de modo a se ter uma base que permita montar o projeto. Importante considerar que este tipo de trabalho não está apenas relacionado com o campo da economia e finanças, mas, também, integrado aos fundamentos de TI, onde a economia

computacional concede os fundamentos essenciais para a prestação dos serviços que são considerados.

Outras fontes de pesquisa foram consultadas como os periódicos, sites de empresas que atuam no mercado, produções especializadas, artigos, documentos técnicos, livros e publicações em formato eletrônico.

O trabalho de pesquisa tem como a base a pesquisa qualitativa que é essencialmente descritiva e expõe as características apresentadas no presente trabalho. Paralelamente, utilizou-se também como suporte a esta pesquisa, a realização de cursos técnicos que ajudaram a compreender um pouco mais sobre o gerenciamento e planejamento do projeto. Destaca-se aqui o curso “Bota pra Fazer” da ENDEAVOR¹ – promovido pelo (CSE) Centro Socioeconômico.

O curso de “Avaliação Econômica de Projetos Sociais” promovido pelo Banco Itaú em parceria com a Organização das Nações Unidas (ONU) também foi de grande influência para a concretude deste trabalho e especificação global do tema. O Programa de capacitação em rede ENOVA – ciclo de desenvolvimento de inovações - encampado pelo departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) foi igualmente de vital relevância. Outros eventos e atividades cuja importância também é relevante estão descritos nos anexos desta monografia, ao final do texto.

Nesse sentido, o desenvolvimento deste trabalho de pesquisa buscou apresentar as condições básicas para se avaliar economicamente a possibilidade de implementar a empresa de soluções econométricas na cidade de Florianópolis. As seções foram meticulosamente pormenorizadas para facilitar a leitura do escopo a facilitar a navegação do leitor abrangendo aspectos como: descrição do empreendimento, público alvo e análise do mercado concorrente, produto/serviço da empresa, plano de marketing e estrutura de comercialização, localização do empreendimento, processo operacional, pessoal envolvido, investimento inicial, estimativa de faturamento mensal/anual e custos operacionais, indicadores de viabilidade e construção de cenários e por fim, proposta de inovação.

1.4 ESTRUTURA DA MONOGRAFIA

Este trabalho está estruturado em quatro partes. O Capítulo 1 contextualiza o tema de estudo e explica sua atualidade e relevância. Descreve-se aqui o fenômeno estudado e os impactos prováveis do mesmo, não se esquecendo de expor os objetivos a serem atingidos e os

¹ Entidade que apoia o empreendedorismo no Brasil e no mundo buscando fomentar projetos de

procedimentos usados para examinar o fenômeno observado: inexistência de empresas que prestam serviços de consultoria em Econometria na cidade de Florianópolis.

O Capítulo 2 desenvolve a fundamentação teórica considerada essencial para dar suporte ao desenvolvimento do tema escolhido, oportunidade em que mostra as principais contribuições dos autores no campo da Economia e Finanças. As observações dos autores exploram temas relativos à eficiência econômica, custos, modelos de mercado, estratégias e fundamentos da viabilidade econômica.

O Capítulo 3 refere-se ao estudo de caso desenvolvido, oportunidade em que apresenta a configuração básica da empresa, seu perfil, competências, custos, estratégias, meios de divulgação e os respectivos cenários onde ela poderá obter sucesso. Seu desenvolvimento busca responder quais são os fatores essenciais para a montagem de uma empresa de Econometria, quais estratégias devem ser desenvolvidas e como aplicá-las de forma lógica. Quais os setores da economia (cadeias produtivas) que serão impactados e como a proposta pode alterar o cenário econômico e político.

As principais conclusões encontradas no exame do fenômeno estão descritas de forma sintética ao fim deste trabalho, isto é, o Capítulo 4. Por fim, as referências utilizadas primam por creditar aos autores que conceberam as teses fundamentais para o estudo deste fenômeno e os apêndices e anexos complementam com informações que o autor julgou pertinentes ao final.

CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EFICIÊNCIA ECONÔMICA

A eficiência econômica tem sido considerada como a base central das teorias econômicas ao considerar as possibilidades de obtenção de equilíbrio no uso dos recursos escassos de uma Sociedade. Sua consistência está centrado no cálculo do custo econômico para se fazer comparações entre as diversas alternativas quando usa os recursos existentes.

Pareto (*Apud* FERNANDO GARCIA, 1996) desenvolveu uma dessas questões visando definir em que ponto de equilíbrio seria alcançado o bem-estar social quando se usa os múltiplos recursos escassos. Para ele a ideia é examinar a relevância e o grau da maximização da satisfação humana no tocante ao bem-estar global. De forma global o ótimo de Pareto enuncia que o bem-estar máximo de uma sociedade é alcançado quando não existir outro estado tal que seja possível aumentar o bem-estar de um indivíduo sem diminuir o bem-estar de outro (PARETO, 1996).

Desta forma, uma situação econômica é ótima se não for possível melhorar a situação de um agente, sem degradar a situação de qualquer outro agente econômico. Contudo, existem três condições que necessitam ser preenchidas para que uma economia possa ser considerada na forma idealizada por Pareto, como segue:

- a) **Eficiência nas trocas:** o que é produzido numa economia é distribuído de forma eficiente pelos agentes econômicos, possibilitando que não sejam necessárias mais trocas entre indivíduos, isto é a taxa marginal de substituição é mesma para todos os indivíduos;
- b) **Eficiência na produção:** ocorre quando é possível produzir mais de um tipo de bens sem reduzir a produção de outros, isto é, quando a economia se encontra sobre a sua curva de possibilidade de produção;
- c) **Eficiência no mix de produtos:** os bens produzidos numa economia devem refletir as preferências dos agentes econômicos dessa economia. A taxa marginal de substituição deve ser igual à taxa marginal de transformação.

Nas condições de um mercado trabalhando em concorrência perfeita, o sistema de preços poderá satisfazer esta condição, mas, em mercado dinâmicos e imperfeitos, esta condição fica distante do equilíbrio, gerando dificuldades e conflitos no comportamento

dos agentes econômicos. É importante ressaltar também que numa estrutura ou modelo econômico podem coexistir diversos ótimos de Pareto, não tendo necessariamente um aspecto socialmente benéfico ou aceitável. Por exemplo, a concentração de rendimento ou recursos num único agente pode ser ótima no sentido de Pareto.

Assim sendo, as possibilidades de novas trocas não se darão voluntariamente. Marshall (1982) faz considerações acerca do aumento da eficiência industrial por meio da aprendizagem:

O vigor natural que capacita um homem a obter grande sucesso em determinado empreendimento servir-lhe-ia para o êxito em qualquer outro cometimento. Mas há exceções. Algumas pessoas, por exemplo, parecem destinadas desde o nascimento a uma carreira artística, e não a outra, e às vezes encontra-se um homem dotado de grande espírito prático, mas absolutamente destituído de sensibilidade artística. No entanto, um povo que possua uma grande força nervosa parece geralmente ser capaz de, em circunstâncias favoráveis e no decurso de poucas gerações, desenvolver aptidões de qualquer espécie por que tenha, especialmente, alto apreço (MARSHALL, 1982).

Marshall afirma que na ciência moderna, para que se alcance alguma originalidade é preciso conhecer uma plêiade de conhecimentos tão vastos que o estudioso tarda em conquistar reconhecimento. Suas observações sobre habilidade geral e especialização no âmbito de uma economia capitalista pode ser visto assim:

As qualidades que fazem um grande povo industrial são a capacidade de ter em mente muita coisa ao mesmo tempo, cada coisa pronta a seu tempo, agir rapidamente e saber resolver as dificuldades que se possam apresentar, e de se acomodar facilmente com qualquer mudança nos detalhes do trabalho executado, de ser constante e digno de confiança, de ter sempre uma reserva de forças para serem utilizadas em casos de emergência (MARSHALL, 1982).

Essas habilidades não são exclusivas de uma ocupação em específico, mas são desejáveis em todas e não é fácil transferir de uma tarefa para outra. O relacionamento entre resultados (efeito) e esforço (causa) dos recursos empregados é o que caracteriza o rendimento ou eficiência econômica.

Marshall (1982) afirma que o progresso pode ser expresso pelo pensamento e pelo trabalho:

O progresso deve ser lento mas, mesmo de um ponto de vista puramente material, é preciso que nos lembremos de que as modificações que aumentam apenas um pouco a eficiência imediata da produção valem a pena ser feitas, caso façam com que a humanidade se torne mais apta a receber uma organização mais eficaz na produção de riquezas e mais equitativa na sua distribuição; e de que todo sistema que permite que se desperdicem as faculdades superiores das categorias inferiores da indústria deve ser encarado com suspeição (MARSHALL, 1982).

O autor ainda afirma que o domínio do homem sobre a natureza é que permite que se estabeleçam organizações indústrias muito maiores e isso aumenta a responsabilidade dos que advogam novos rumos para a estrutura social e industrial. As organizações que pretendem permanecer devem se ajustar às necessidades do homem, muito embora possam ser transformadas rapidamente. No mundo econômico *natura non facit saltum*.²

2.2 CUSTO DE OPORTUNIDADE

O conceito de custo de oportunidade deve ser examinado com cuidado porque se baseia em expectativas subjetivas dos agentes econômicos tomadores de decisão de investimento. A definição de Buchanan (*Apud* MONTARROYOS, 2010) é precisa quanto aos efeitos do *trade-off*:

Conceitualmente, esse tipo de custo representa a perda de uma utilidade prevista e desejável, culminando no sacrifício ou na rejeição de uma ou várias alternativas que eram inicialmente do interesse pessoal do indivíduo (...) O custo de oportunidade, subjetivo, ou também psicológico, acarreta consequências práticas no cotidiano e pode ser experimentado não só por quem decide, mas também por outros indivíduos que estejam em volta ou relacionados com o ambiente externo do tomador de decisão. Buchanan (*Apud* MONTARROYOS, 2010).

O próprio Montarroyos (2006) aponta que:

O custo de oportunidade pode ser caracterizado objetivamente pelo cientista social, considerando-se o fato de que existem perdas reais ou potenciais dentro de um cenário possibilista de escolhas. Esse tipo de custo deve representar a perda de utilidade prevista pelo próprio cidadão ou, hipoteticamente, pelo observador social no estudo de caso contextualizado, refletindo obrigatoriamente o sacrifício ou a rejeição de uma ou várias alternativas de escolha (MONTARROYOS, 2006).

Este conceito é utilizado para explicar as vantagens de uma oportunidade renunciada em detrimento de uma expectativa de ganhos futuros incerta. Isso significa abrir mão de algo para executar outra tarefa ou tomar outra decisão que possa trazer benefícios, o que leva a priorizar em uma escala de importância as vantagens de forma hierárquica e selecionada sob pena de ter que retomar as escolhas mal feitas. Isso se dá por que as empresas se deparam com um ambiente escassez de recursos e constata-se a presença do fator adicional de que esses recursos tem possibilidades ilimitadas de aplicação.

Penrose (1995), em suas observações afirma que:

² A natureza não dá saltos.

Uma firma é basicamente uma coleção de recursos. Consequentemente, se pudemos supor que os homens de negócios acreditam haver mais a saber sobre os recursos com os quais estão trabalhando do que aquilo que já sabem em qualquer momento, bem como no fato de que mais conhecimentos podem melhorar a eficiência e a lucratividade de suas firmas, então os produtos e serviços produtivos desconhecidos e não utilizados imediatamente assumem uma considerável importância, não por que a crença na existência deles atua como incentivo para a aquisição de novos conhecimentos, mas também porque moldam o sentido e direção de sua busca (PENROSE,1995).

A autora é responsável pela teoria *gerencialista* que substitui a ideia de que a família proprietária é que deve ocupar a alta gerência em detrimento de administradores formados. Essa perspectiva é especialmente importante para a economia moderna que busca afiançar o crescimento das empresas nas bolsas de valores e tem muitos ‘donos’ acionistas interessados no desempenho dos papéis negociados.

A teoria Microeconômica trabalha alguns fundamentos básicos dos negócios que ensinam a obter o lucro máximo a um custo mínimo, aumentando assim a eficiência econômica e alocando melhor os recursos. Marshall (1982) em suas assertivas analisa a distribuição de recursos procurando entender as motivações que levam o empreendedor a buscar lucratividade em um setor em detrimento de outro:

As ações de cada indivíduo são influenciadas por suas oportunidades e recursos especiais, bem como por seu temperamento e suas relações, mas cada qual medindo os próprios meios, irá investindo capital no negócio em suas diversas aplicações, até o limite extremo ou margem de lucratividade, ou seja, até que lhe pareça não haver boa razão para julgar que os proveitos resultantes de uma aplicação a mais em determinada direção o compensariam do desembolso (MARSHALL, 1982).

A correlação entre consumo e produção também é explorada por Marshall (1982):

Já se observou que os novos métodos de produção trazem a existência novas mercadorias trazem a existência novas mercadorias, ou reduzem o preço das antigas, de forma a trazê-las ao alcance de maior número de consumidores; que, por outro lado, as alterações nos hábitos de consumo e em seu volume determinam novos desenvolvimentos da produção e nova distribuição dos recursos produtivos; e embora alguns hábitos de consumo que mais contribuem para uma vida humana melhor nada ou pouco fazem para ampliar a produção da riqueza material, contudo a produção e o consumo estão intimamente ligados. Marshall (1982).

O mesmo autor se preocupa também em descrever minuciosamente como ocorrem as condições do equilíbrio entre a oferta e a procura de um produto, quando se considera os períodos longos e curtos, bem como da forma como o mercado está organizado.

Para Salim e Silva (2010) é preciso que na atualidade essas condições sejam apoiadas por uma boa definição de planejamento financeiro, o qual constitui um instrumento fundamental

para analisar e compreender melhor como ocorrem as condições de viabilidade econômico-financeira de um determinado empreendimento. Para eles:

O planejamento financeiro consiste em agrupar e organizar os dados do empreendimento que foram estabelecidos ou reconhecidos durante o planejamento de todas as etapas anteriores. Essa organização tem como objetivo obter uma visão do conjunto das despesas e receitas, apresentadas ao longo do tempo. Desse modo o empreendedor vai compreender sua evolução e poderá saber se o empreendimento é viável. (SALIM e SILVA, 2010).

Os autores destacam ainda que a confecção do plano financeiro é uma oportunidade para o empreendedor verificar se o projeto é viável de modo antecipado, sem incorrer em fracasso caso alguma parte do planejamento tenha passado despercebida. O agente promotor do negócio pode assim identificar as causas que levam aos aspectos mais problemáticos da edificação da empresa e pode atuar sobre os fatores que provocarão a inviabilidade do negócio se não observados devidamente.

Portanto, o custo de oportunidade reflete o valor econômico de remuneração de uma alternativa de um capital. Sua consistência é permitir comparar as diversas alternativas de modo que os empreendedores possam tomar a melhor decisão. Em outras palavras, o capital próprio da empresa se não estivesse sendo aplicado dentro do negócio em curso, poderia estar investido em outro ativo financeiro que trouxesse maior retorno ao capital.

Mankiw (2010) considera que o custo de oportunidade pode ser visto como um custo implícito da empresa, o qual são custos que não exigem desembolso de dinheiro por parte da empresa. Em realidade pode-se dizer que o custo de oportunidade de um recurso é aquilo de que você abre mão para obtê-lo. Para Mankiw (2010, pág. 6) e Assaf Neto (2010, pág. 151), o custo de oportunidade não é um conceito de valor absoluto, mas pode ser apurado quando comparado com o retorno esperado da opção de investimento tomada em relação a alternativa rejeitada. Os autores ressaltam também que alternativas com diferentes níveis de risco não permitem uma comparação homogênea dos retornos auferidos, distorcendo o conceito de custo de oportunidade na avaliação da atratividade econômica de um investimento.

Para Gitman (2004, pág. 309) o custo de oportunidade pode ser considerado como “fluxo de caixa que poderia ser gerado na melhor utilização alternativa de um ativo que a empresa possui. Como modelo cita que um investidor pode ter duas opções para investir o seu capital. A opção A com retorno esperado X e a opção B com retorno esperado Y. Seu custo de oportunidade será a diferença entre os retornos. Desse modo, o custo de oportunidade constitui o custo que se paga por não se preferir tal oportunidade.

2.3 O MERCADO

A teoria econômica busca compreender como os indivíduos buscam maximizar sua utilidade e realizam escolhas diante de um cenário de múltiplas possibilidades, bem como da dependência de interações entre vendedores e compradores onde a lei da oferta e da procura impera, o que caracteriza uma economia de mercado. Com o intuito de entender melhor o tema da tomada de decisão recorreu-se aos fundamentos econômicos para verificar como os agentes se comportam. Jevons (*Apud* MARSHALL, 1982) faz um resgate histórico da transformação do conceito de mercado ao longo dos tempos:

Originalmente um mercado era uma praça pública de uma cidade, na qual as provisões e outros objetos eram expostos para venda; mas a palavra foi generalizada, de forma a significar qualquer conjunto de pessoas em estreitas relações de negócio e que efetuam largas transações com uma mercadoria qualquer. Uma grande cidade pode conter tantos mercados quanto ramos de negócios, e esses mercados podem ser localizados ou não. Jevons (*Apud* MARSHALL, 1982).

Vejamos a definição de Marshall (1985) para o mercado:

Os economistas entendem por mercado não um lugar determinado onde se consumam as compras e as vendas, mas toda uma região em que compradores e vendedores se mantêm em tal livre intercâmbio uns com os outros, onde os preços das mercadorias tendem a nivelar-se fácil e prontamente (MARSHALL, 1985).

Marshall (1982) explica que quanto mais um mercado aproxima-se da perfeição, maior a tendência de que os preços praticados sejam idênticos. Na contramão desta verificação a *prima facie* do monopolista não é fixar preços que cubram exatamente o custo de produção, mas garantir o maior rendimento líquido possível:

Nunca se supôs que o monopolista, em busca de sua vantagem própria fosse naturalmente guiado pelo caminho mais conducente ao bem estar da sociedade como um todo, como se ele fosse considerado de importância igual a qualquer outro membro. A doutrina da satisfação máxima jamais se aplicou à procura e à oferta de mercadorias monopolizadas. Muito há, porém, a aprender num estudo das relações entre os interesses do monopolizador e os do resto da sociedade, ou das condições gerais sob as quais pode ser possível adotar soluções mais vantajosas para a coletividade, do que as que ele adotaria consultando apenas o seu interesse particular (MARSHALL, 1982).

A relação entre procura e oferta é especialmente conexa com o ajustamento de preço pela qual é mantida em equilíbrio em mercados perfeitos. Marshall procura desenvolver um esquema em que os benefícios se revertam em favor do público e do monopolista.

O tratado de economia de Von Mises (2010) explica os pré-requisitos da ação humana e o que a obstrui:

Chamamos de contentamento ou satisfação aquele estado de um ser humano que não resulta, nem pode resultar em alguma ação. O agente homem está ansioso para substituir uma situação menos satisfatória, por uma outra mais satisfatória. Sua mente imagina situações que lhe são mais propícias, e sua mente procura realizar esta situação desejada. O incentivo que impele o homem a ação é sempre algum desconforto. Um homem perfeitamente satisfeito com sua situação não teria incentivo para mudar as coisas; não teria nem aspirações nem desejos; seria perfeitamente feliz; não agiria; viveria simplesmente livre de preocupações (VON MISES, 2010).

Mises também deixa claro a condição necessária para que o homem seja impelido à agir: a expectativa de que um comportamento propositado tenha o poder de aliviar o seu desconforto.

2.4 INOVAÇÃO, ESTRATÉGIA E LIDERANÇA NOS NEGÓCIOS

2.4.1 Criação e Inovação

Uma das questões centrais da forma como os agentes econômicos atuam no mercado está relacionada com o processo de criação e inovação. A diversidade das atividades desenvolvidas e executadas pela natureza humana revelam ser possível desenvolver produtos e serviços com maior grau de qualidade. Nesse sentido, o conhecimento passa a ter uma relevância extraordinária no âmbito das organizações empresariais.

Nonaka (1991), amplia a concepção desenvolvida por autores que viveram a posteridade da revolução industrial, da primeira e da segunda guerra, ao expor os fundamentos da teoria da criação do conhecimento. Este trabalho teve como base o sucesso alcançado pelas empresas japonesas no decorrer das décadas de 1980 e 1990.

Suas observações foram de que a capacidade de criação do conhecimento por parte das empresas não se deve apenas à sua capacidade de fabricação, acesso ao capital de baixo custo e as relações estreitas e de cooperação com clientes, fornecedores e órgãos governamentais; mas, devido também a sua capacidade de especialização no processo de criação do conhecimento organizacional.

Admitiu o autor que esta evolução é consequência das incertezas e crises provocados pelo dinamismo do mercado em que elas enfrentaram muitas vezes seus concorrentes. Trabalhando e examinando a diversidade das estratégias dos concorrentes passaram a inovar e criar novos conhecimentos que as tornaram mundialmente reconhecidas (NONAKA; TAKEUCHI, 1997)

A *endogenização* da inovação tecnológica no processo produtivo e suas virtudes foram trabalhadas por Schumpeter (1997):

A inovação é arriscada, impossível para a maioria dos produtores. Mas se alguém estabelece um negócio relacionado com essa fonte de fornecimento, e tudo vai bem, então pode produzir uma unidade de produto de modo mais barato, ao passo que de início os preços vigentes continuam substancialmente a existir (SCHUMPETER, 1997).

A função de promover a inovação é do empresário que busca explorar ideias e invenções desde o vórtice da concorrência que segue atrás dele. O mesmo autor faz considerações acerca da inserção da tecnologia na sociedade fazendo distinção entre invenção e inovação:

Teoricamente ainda podemos distinguir como duas coisas diferentes a realização da inovação e o processo de sua incorporação no fluxo circular. Mas se vê facilmente que se faz uma considerável diferença na prática se ambos efetivamente ocorrem *uno actu* ou não (SCHUMPETER, 1997).

Fica claro que enquanto a invenção não for colocada na esfera produtiva ela tem pouca utilidade. A inovação tem a função de permitir ganhos de eficiência e reduzir custos sendo um importante fator de crescimento da economia. Schumpeter é considerado por muitos como o autor fundamental da disciplina de inovação no âmbito de ciência econômica e para ele, a formação de um novo paradigma tecnológico é que será responsável por colocar a economia novamente em crescimento. A inovação teria a função de alterar o estado de equilíbrio da economia alterando as condições de produção.

Há dois tipos básicos de inovação: de ruptura (oceano azul) e incremental (oceano vermelho). Ambas são elaboradas por meio de políticas de P&D nas empresas. O processo de inovar contém risco e incerteza e a inibição se deve, em grande parte, à instabilidade econômica e política. A inovação pressupõe a criatividade e só pode ser considerada como tal se for levada à prática; embora exista *indissociabilidade* nas duas definições dadas anteriormente elas não são sinônimas.

Um conceito importante para ser levado em conta neste certame é o de estratégia da inovação, ou seja, como a empresa decide se posicionar no mercado em termos de inovação, baseando-se nas suas competências internas e nas virtudes de seus competidores porque a estratégia não pode ser tratada de forma isolada. Seria muito tedioso se uma empresa tivesse apenas um caminho para trilhar. Ela se baseia onde quer chegar olhando para sua missão, visão e valores organizacionais.

Shapiro e Varian (1999) ensinam que a informação é cara para ser produzida, mas barata para ser reproduzida e afirmam que os custos variáveis de produção da informação tem uma estrutura especial.

O componente dominante dos custos fixos de produção de informação são os custos amortizados, ou seja, custos que não são recuperados se a produção for suspensa (SHAPIRO e VARIAN, 1999).

Isso significa que há maiores custos fixos do que custos incrementais no processo de produção. Os custos fixos consomem maior quantidade de recursos financeiros ao passo que os custos variáveis são bem menores no tocante a empresa arcar a fim de atingir seus objetivos.

2.4.2 Estratégias e liderança nos negócios

As estratégias são consideradas como elementos vitais para o sucesso das organizações empresariais e governamentais. São elas que governam e direcionam o conjunto das decisões a serem tomadas. Embora algumas empresas tenham alcançado um certo sucesso no passado sem boas estratégias, renomados autores como Ansoff (1977), Simon (1979), Mintzberg (2000) e Porter (1990) revelam em seus estudos que as economias exigem mais das empresas e que as estratégias devem ter um fator de destaque nos negócios. De forma global a estratégia tem sido considerada como originária da área militar, mas sendo bastante usada na área de negócios. Para esses autores a palavra vem do grego **stráteg**, que significa "a arte do general". No campo militar significa escolher onde, quando e com quem combater.

Há uma grande diversidade e tipos de estratégias que são usadas pelas empresas. Existem diferentes estratégias de inovação das quais as empresas podem lançar mão para ser bem sucedidas no mercado em que atuam e elas estão ligadas ao perfil competitivo adotado e alinhado a posição estratégica geral da empresa. De forma global, pode-se destacar os seguintes tipos básicos de estratégia:

1. **Estratégia de liderança.** A empresa busca a inovação radical e quer ser a primeira a introduzir uma nova tecnologia no mercado por meio de uma abordagem totalmente original (*first mover*). Possui custos de desenvolvimento muito elevados e existe muita incerteza quanto a aceitação do produto pelo mercado.

2. **Estratégia de adaptação.** A empresa busca menor incerteza quanto a aceitação do mercado pelo produto e já encontra inovações inéditas nas quais pode se basear para fazer melhorias no novo conceito.

3. **Estratégia de imitação.** Este tipo de estratégia implica em simplesmente seguir a tendência já aceita pelo mercado, decidindo acompanhar o 'estado da arte' sem propor nada novo. É típico de empresas emergentes tomadoras de preços.

Schumpeter (1997) ensina que a atividade econômica pode ter qualquer motivo, mas seu significado é sempre a satisfação de necessidades:

Supomos que toda essa experiência não existe e a reconstruímos *ab ovo*, como se as mesmas pessoas, com a mesma cultura, o mesmo gosto, o mesmo conhecimento técnico e o mesmo estoque inicial de bens de consumo e de produção, mas sem o auxílio da

experiência, deveriam encontrar seu caminho em direção à meta do maior bem-estar econômico possível mediante um esforço consciente e racional. Com isso, não inferimos que na vida prática as pessoas sejam capazes de tal esforço. Simplesmente queremos trazer à luz o *rationale* do comportamento econômico, fora de considerações sobre a psicologia efetiva das empresas e famílias em observação. Tampouco pretendemos proporcionar um esboço de história econômica. O que queremos analisar não é o modo como o processo econômico se desenvolve historicamente até o estágio em que efetivamente o encontramos, mas o funcionamento de seu mecanismo ou organismo em um dado estágio de desenvolvimento (SCHUMPETER, 1997).

É a busca pela satisfação de necessidades que leva as empresas e agentes econômicas a traçar soluções para este problema econômico. O mesmo autor afirma que ‘todos sabem por experiência’ com quanto devem contribuir para obter o que querem.

Porter e Millar (1985) advertiram sobre o papel e a importância das estratégias para o alcance do sucesso a longo prazo, oportunidade em que discutiram que as mudanças que aconteceriam no mercado seriam:

A revolução da informação está passando um roldão por toda a economia. Nenhuma empresa escapa de seus efeitos. Reduções drásticas no custo de obtenção, processamento e transmissão das informações estão alterando a maneira de como fazemos negócios (PORTER e MILLAR (1985).

Segundo os mesmos autores (p. 84), esta revolução afeta a competição de três maneiras distintas que podem ser expostas da seguinte maneira:

- a) Mudando a estrutura setorial e alterando as regras da competição.
- b) Gerando vantagem competitiva ao proporcionar às empresas novos modos de superar o desempenho das empresas rivais.
- c) Disseminar negócios inteiramente novos, em geral a partir das atuais operações das empresas.

Este último fator é conhecido na literatura como *spin-offs*, ou seja, são empresas criadas a partir de empresas já existentes que enxergaram novas possibilidades de atuação no mercado por meio de diferenciação.

2.5 FUNDAMENTOS DA ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA

2.5.1 Considerações gerais

A existência de diversas formas e opções de investimentos leva a analisar o contexto econômico e verificar qual será a decisão a ser tomada. Dentre as oportunidades que o mercado oferece sempre existe um modo de identificar a melhor opção, uma vez que as oportunidades com melhores lucros sempre serão as mais visadas, seja no curto ou no longo prazo. Um negócio para ser considerado viável é preciso apresentar condições econômicas baseadas em estratégias inteligentes de modo que os preços ofertados sejam superiores aos custos unitários, levando a promover receitas superiores ao conjunto de gastos realizados.

Nessa ótica o desenvolvimento de um empreendimento sempre exige estudos mais aprofundados de modo que o investimento realizado possa promover uma posição potencial e sustentável no longo prazo.

Para Buarque (1984), Bernstein (2000), Leone (1981) e Welsch (1977), todo negócio deve ter como base um projeto executivo que considere a determinação de cálculos de custos que possam projetar o resultado econômico, de forma que se possa verificar se o que está sendo produzido irá compensar a soma dos esforços e recursos gastos nas atividades do projeto.

Para Welsch (1977, pág. 31-32) “A aplicação efetiva do conceito de planejamento e controle de lucros exige da administração da empresa o estabelecimento de dimensões temporais bem definidas para as decisões principais e secundárias”. Esta posição deve admitir que as decisões de investimento leve em consideração a disponibilização de recursos materiais e financeiro, sob pena de não ser cumprido o cronograma físico-financeiro e ter um fluxo de caixa distorcido e gerenciado sem oferecer condições da viabilização financeira, o que provoca dificuldades na posição de liquidez dos recursos.

Ainda para Welch (1977) é preciso considerar que “.....a aquisição de uma nova máquina, a construção de uma nova fábrica, o desenvolvimento e teste de uma nova linha de produtos, a compra de outra empresa, a eliminação de certo produto já, a expansão dos esforços de marketing para outras áreas geográficas, exigem vultuosos recursos financeiros, podendo modificar as condições em que foram traçadas as estratégias”.

Na visão de George (2009, p.20) é importante considerar que uma análise de viabilidade econômica leve em consideração também a formatação de documentos apropriados como o memorial descritivo, plantas industriais, planilhas e outros mais. Para ele a viabilidade econômica deve refletir em “.....um documento escrito e elaborado com a finalidade de

estruturar as principais ideias do negócio a ser criado, podendo os empresários, empreendedores e mesmo instituições, utilizá-los para planejar um empreendimento e prever eventuais situações de risco”.

Nesse documento que é exigido pela maior parte das Instituições Financeiras como o Banco do Brasil, CEF, BNDES, BID, BIRD e outros, devem estar presentes as informações importantes para a conclusão do projeto, bem como dos dados que permitam promover a análise de viabilidade econômica, onde se busca demonstrar as planilhas de custos, cronograma físico-financeiro, cobertura financeira do empreendimento e a projeção do resultado econômico no longo prazo, ensejando avaliar as condições de atuação no decorrer de sua vida útil.

2.5.2 Custo nas decisões econômicas

Praticamente em todo corpo da teoria econômica é enfatizado a importância de se considerar os custos como a base das decisões econômicas. Samuelson (1983, pág. 31-32), por exemplo, enfatiza a relevância de avaliar as condições de equilíbrio de uma firma para um máximo pautado nas informações de custos. Para isso considera que é preciso levar em consideração as informações colocadas por Marshall (1982) quanto à formatação das curvas de demanda e oferta no mercado, devendo ainda incorporar a ideia do custo marginal crescente no médio e no longo prazo.

Modernamente os processos de produção industrial exigem que cada empresa tenha um planejamento que envolva o conjunto de atividades que sustentam a organização da produção, o preparo das ferramentas, a manutenção dos equipamentos, o manuseio de materiais, a inspeção e controle, a análise dos custos e a estatística dos volumes de produção de erros (FRANCIS, 2008). Esta ótica deve integrar os fundamentos da gestão da qualidade, conforme preconiza os fundamentos da boa engenharia industrial. Para Faria e Costa (2005), as modernas empresas tem o desafio de repensar a forma de atuarem, uma vez que a dinâmica do mercado traz ameaças que podem minar os resultados econômicos que foram projetados. Esses autores consideram ainda a relevância de tornar real no âmbito dos processos industriais à logística da planta, por considerar todo o suporte ao processo de produção que envolve o fluxo de materiais e componentes de toda a fabricação até a entrega dos produtos aos clientes. Não esquecem de que também é prioritário introduzir a logística da distribuição, de modo a evitar o crescimento dos custos na cadeia produtiva.

Nesse cenário pode-se dizer que o desenvolvimento de cada uma das atividades que integram o processo produtivo e os canais de distribuição irá determinar o custo de fabricação,

de comercialização e de entrega, podendo, assim, interferir nas condições econômicas e nas estratégias de sucesso que foram idealizadas no projeto inicial. Visando reduzir os sintomas de altos custos é necessário considerar na manufatura a determinação dos tempos padrões e classificar cada tipo de custo para cada operação, a fim de gerenciar um sistema que possibilite a minimização dos custos e consiga a eficiência econômica das atividades globais da empresa.

2.5.3 Tipos de custos nas empresas

Na estrutura conceitual da teoria econômica os custos assumem grande relevância para que os agentes econômicos possam tomar suas decisões de forma segura. Marshall (1982) em suas observações adicionou a referência de que os custos sustentam o desenvolvimento de todo e qualquer negócio. Sendo os custos a base da estruturação de um negócio é importante examinar quais os tipos de custos que os analistas, dirigentes e empresários devem considerar. De forma global existe uma diversidade de custos no âmbito das modernas economias, mas, alguns deles são considerados como fundamento essencial a ser examinado, projetado e gerenciado com muito rigor, como será observado a seguir.

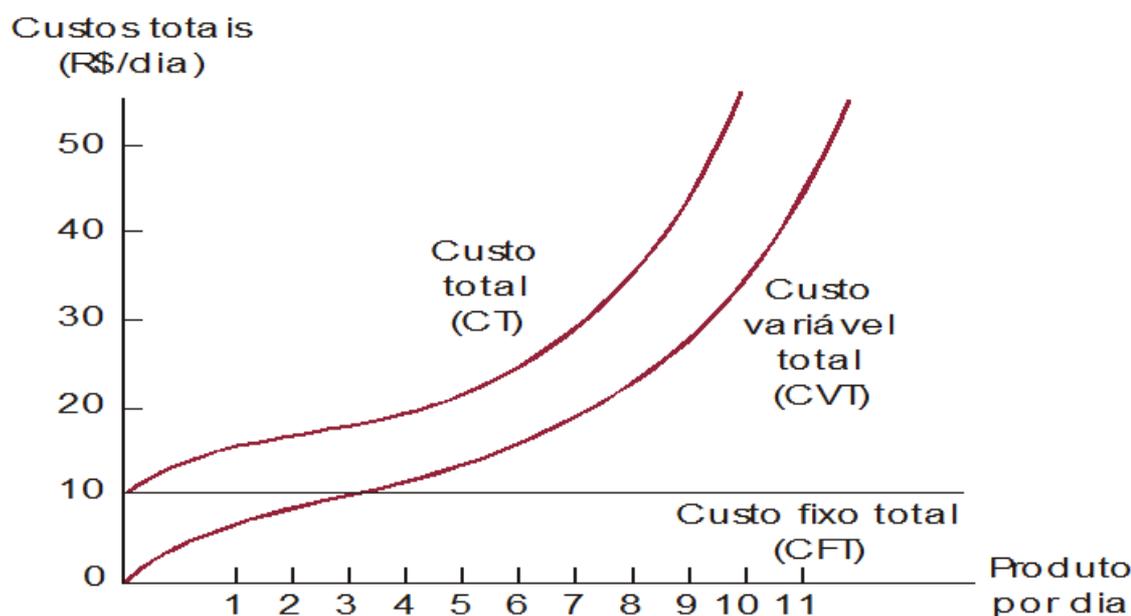
Custo fixo

Para Marshall (1982), Schumpeter (1982), Welsch (1977), Assaf Neto (2010) e outros autores, os custos fixos representam os valores que não se modificam ao longo do processo de produção, mantendo-se inalterado. Eles são considerados constantes e não afetam o processo de vendas, estocagem e vendas. Contudo, em alguns momentos eles podem ser considerados também como custos semifixos, devido ao fato de que alguma pequena variação pode ocorrer de forma direta ou proporcional ao volume de produção.

Para Balarine (1990) os custos fixos são relevantes e “são custos cuja ocorrência está vinculada ao tempo e não as receitas, isto é, eles não variam com o volume da produção”. Podem ser exemplificados como custos de depreciação de equipamentos, aluguéis, despesas administrativas, encargos financeiros, gastos de supervisão e manutenção, etc, os quais, embora importantes na estrutura de decisão, não são realizados diretamente quando o ato de produzir uma mercadoria acontece.

Na visão da teoria microeconômica e nos fundamentos associados ao campo da matemática e mais especificamente com o uso da geometria, eles podem ser representados da seguinte forma:

Gráfico 1 – Custo total, Custo variável e custo fixo



Fonte: UFISC (2013)

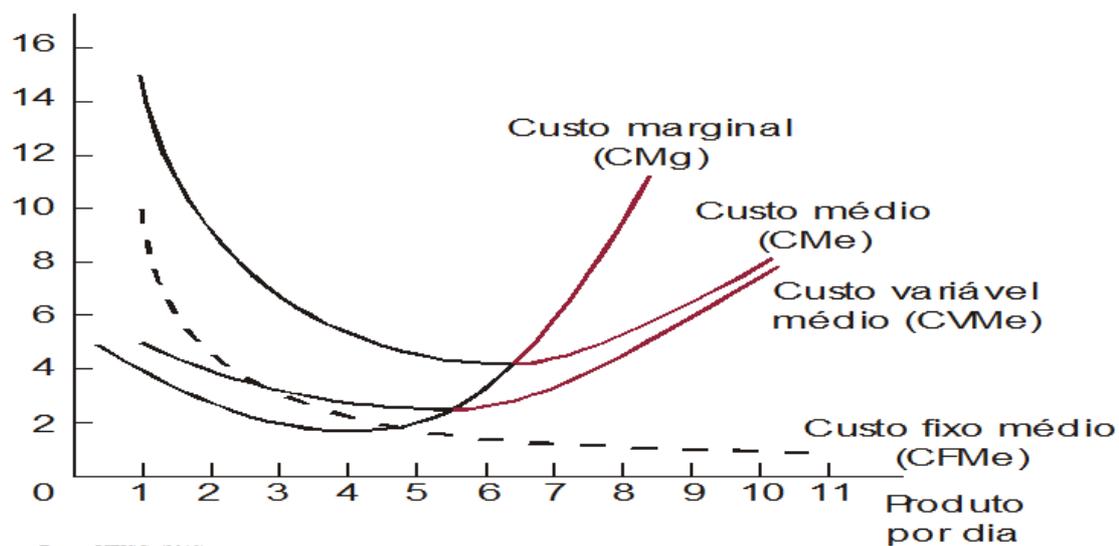
Além da representação em que se forma uma linha reta admitindo a hipótese de que não há modificações ao longo do volume de operações, ele serve também para estruturar o ponto de nivelamento ou de ruptura em que um negócio deve operar.

Custo variável

Marshall (1982) considera que os custos variáveis são os mais expressivos e podem constituir também a base do custo marginal, oportunidade em que devem ser avaliados numa visão de longo prazo porque as empresas podem expandir seu parque de produção. Sua relevância é de tal ordem que os níveis de otimização devem ser considerados em todos os seus detalhes.

Segundo Assaf Neto (2010) o valor dos custos variáveis é determinado em decorrência direta do nível de produção e venda promovido pela empresa. Reafirma aqui a posição original defendida por Marshall (1982), uma vez que são custos que decorrem do consumo ou da utilização direta de insumos durante o processo de produção, ou seja, permitem transformar a matéria-prima em produto final. O Gráfico 2 mostrado a seguir permite visualizar o comportamento dos custos médios variável, marginal e fixo de uma empresa quando se toma a decisão de produzir e colocar à venda um produto.

Gráfico 2 – Tipos de custos médio variável, marginal e fixo



Na visão de Balarine (1990), Kaplan e Cooper (1998), Dolan e Simon (1998) e Welsch (1977), os custos variáveis são os mais relevantes e requerem um sistema mais aprimorado de cálculo e de controle. São os custos mais examinados e controlados também pelo governo quando se trata de apurar o lucro tributável de cada ano. São considerados como os custos diretos de mão-de-obra (pessoal da fábrica), matéria-prima e embalagens. Os demais custos como manutenção, combustível, depreciação, seguros das instalações e outros, são considerados como custos indiretos do processo produtivo e por vezes como com custo semi-variáveis.

Custo direto de fabricação

São os custos que estão vinculados diretamente à execução e produção de um produto, uma vez que permitem ser mensurados de maneira clara e objetiva e promover o cálculo dos produtos colocados na linha de fabricação.

Na visão do cálculo do imposto de renda dos países a conotação de ser tratado como um custo direto do processo produtivo é porque o processo de fabricação ocorre dentro da fábrica. Os custos diretos não precisam de rateio na hora de serem distribuídos e são considerados custos individualizáveis, desta forma eles mantêm uma correspondência proporcional em relação ao produto. (GITMAN, 2004; WELSCH, 1977; KAPLAN e COOPER, 1998).

Para Welsch (1977, pág. 250-251) as empresas ao processarem os cálculos dos custos devem levar em consideração uma programação orçamentária a cada período: semanal, mensal ou anual. Considera que “Para assegurar a disponibilidade de materiais nas quantidades necessárias e no momento desejado e para projetar os custos desses materiais, é essencial que o plano anual de lucros contenha: a) orçamentos detalhados especificando a quantidade e os custos dos materiais exigidos; b) um orçamento de compra de matérias-primas”.

Custo indireto de fabricação

São os custos vinculados ao trabalho de apoio à produção de um determinado produto e realizados no âmbito interno da fábrica. Para Gitman (2004) “São gastos não diretamente relacionados aos produtos, portanto, não são mensuráveis de maneira clara e objetiva. Neste caso, torna-se necessário adotar um critério de rateio (distribuição) para alocar tais custos aos produtos fabricados, como por exemplo: aluguel, manutenção e supervisão da fábrica, etc”. Os custos indiretos são apropriados aos produtos finais mediante o emprego de critérios pré-determinados e vinculados a causas correlatas como o rateio de mão-de-obra indireta por horas, gasto de energia por horas ou mão-de-obra, etc.

Tal metodologia é utilizada pela maior parte das empresas e constituem no âmbito do sistema de custos de uma forma especial de proceder ao rateio entre as diversas linhas de produção. No caso específico do controle por parte do governo para efeito de apurar o lucro tributável, os responsáveis examinam os procedimentos internos que foram utilizados e como as operações de compras das matérias-primas são consideradas em cada caso.

2.5.4 Condições de equilíbrio das operações de uma empresa – Sistemática CVL

Para os autores mais expressivos da teoria microeconômica como Marshall (1982) e Schumpeter (1982) toda empresa deve projetar seu negócio baseada nas condições rigorosas de otimização dos recursos aplicados, tanto na construção como no processo de fabricação. A base filosófica deve considerar os fundamentos da eficiência econômica que permitem determinar o custo mínimo de um produto.

Recentemente, Dolan e Simon (1998), insistem na tese de que deve haver um equilíbrio no estabelecimento de preços dos produtos a serem lançados no mercado que é cada vez mais competitivo e dinâmico. Consideram que a grande diversidade de negócios e de produtos dificultam a forma das empresas operarem sem que haja um rigoroso sistema de controle de custos e de preços. A ideia é examinar quando ocorrem as condições de equilíbrio (PE) de um negócio quando é feito o lançamento de um produto no mercado onde a concorrência é presente.

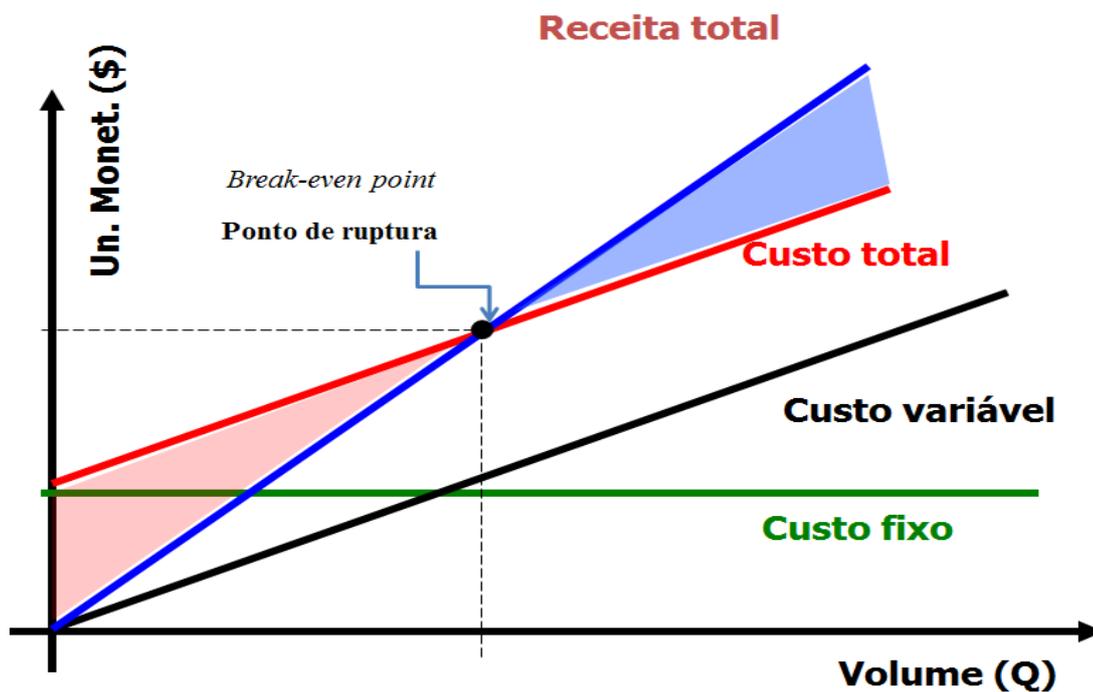
Para esses autores é preciso que as empresas entendam corretamente os mecanismos legais de cada país e estruturem um setor especializado para dar suporte ao procedimento de cálculos dos custos e preços. O fundamento básico deve levar em consideração a técnica conhecida como CVL-Custo-Volume e Lucro, a qual permite ter uma visão e uma radiografia completa dos negócios e das posições de prejuízo, lucro igual a zero e lucro ótimo e crescente.

Para muitos autores como Welsch (1977), Kaplan e Copper (1998) e Martins (2003) a ferramenta CVL permite mostrar como ocorre os custos fixos e variáveis quando se determina o volume de produção e vendas que a empresa quer realizar para não ter prejuízos. Nesse sentido, os preços devem superar o somatório dos custos unitários fixos e variáveis. Outras despesas que acontecem no processo de comercialização, vendas, logística e administração, devem ser consideradas, evitando problemas e distorções na sistemática de preços e provocando prejuízos ao invés de lucros.

Esse quadro pode ser fortalecido com a argumentação de que a informação do ponto de equilíbrio da empresa, tanto geral, como por produto individual, é essencial devido ao fato de identificar o nível mínimo de atividade em que a empresa necessita operar para não ter prejuízo nem lucro.

Essas condições podem ser representadas graficamente conforme pode ser visto na Figura 1 abaixo. Ela revela as condições onde ocorre o ponto de ruptura (lucro operacional igual a zero) e o ponto de equilíbrio ótimo onde a receita supera em sua maior extensão os custos e gastos envolvidos. Não é de interesse de nenhum investidor trabalhar onde o negócio apresenta prejuízo, o que poderia levar a não fazer o investimento.

Gráfico 3 – Ponto de equilíbrio das operações de uma empresa - CVL



Fonte: Welsch (1977)

Essa visão tem como base os trabalhos desenvolvidos por Marshall (1982) que desenvolveu as condições de maximização dos lucros operacionais quando se tem a possibilidade de estabelecer cenários de preços e estratégias de vendas que sejam suficientes para cobrir todos os gastos previstos no projeto escolhido.

A fórmula apresentada pelo autor demonstra que a obtenção da quantidade de produção seria determinada como segue:

Quantidade mínima de produção onde o lucro operacional = zero

$$Q_m = CF/M_{cub}$$

Sendo:

Q_m = quantidade mínima

CF = custo fixo

M_{cub} = margem de contribuição unitária bruta que é representada pela diferença entre o preço unitário de venda e o custo unitário variável

Neste caso a receita total e o custo total se igualaria e o lucro operacional seria igual a zero.

Quantidade ótima de produção onde o lucro operacional > zero

$$Q_m = Lo + CF/M_{cub}$$

Sendo:

Q_m = quantidade mínima

Lo = lucro operacional maior que a zero

CF = custo fixo

M_{cub} = margem de contribuição unitária bruta que é representada pela diferença entre o preço unitário de venda e o custo unitário variável

Neste caso a receita total seria maior que o custo total levando a obtenção de um lucro operacional capaz de cobrir todos os demais custos gerados no processo da atividade econômica.

Resumidamente o modelo denominado de Break-Even Point mede a quantidade que se deve produzir, mostrar se o projeto apresenta capacidade de produção e se o mercado apresenta demanda acima do ponto de equilíbrio. Revela também que se o ponto de equilíbrio é maior que a demanda, ou que a capacidade instalada, o projeto não é viável.

2.5.5 - Taxa mínima de atratividade

Em todo e qualquer investimento a ser realizado é preciso avaliar se existe uma taxa mínima de atratividade, ou seja, quando o investidor lança seus recursos em um projeto ele considera que estará obtendo ganhos financeiros superiores ao custo de manter em suas mãos o seu capital. Desse modo, ao analisar uma proposta de investimento ele deve considerar o fato de pode estar perdendo a oportunidade de obter uma maior taxa de retorno com a aplicação do mesmo capital em outro tipo de negócio.

Em qualquer tipo de comparação de investimento a ser feito é preciso considerar os custos dos recursos financeiros disponíveis no mercado. Por vezes, esses custos são muito elevados e podem integrar momentaneamente uma política restrita de crédito por parte do governo. A obtenção de benefícios de um investimento deve superar o custo médio da estrutura de capital que foi escolhida e deve permitir ao investidor um maior retorno do capital aplicado.

De forma geral a taxa mínima de atratividade utilizada pode ser considerada como a taxa de juros equivalentes à rentabilidade de aplicações com pouco risco, como a caderneta de poupança, títulos de CDB's, LC e outras. Em situações mais específicas, a taxa mínima de atratividade será a taxa de retorno de outra oportunidade de investimento.

Schumpeter (1982, P. 155) considera que “o juro é um prêmio ao poder de compra presente por conta do poder de compra futuro”. Desta forma a taxa mínima de atratividade pode ser entendida como a taxa de desconto mínima para abrir mão da liquidez da riqueza no presente momento.

Para Assaf Neto (2010) é possível identificar a taxa mínima de atratividade como a taxa que expressa o custo de oportunidade das várias fontes de capital, ponderado pela participação relativa de cada uma delas na estrutura de financiamento. Em realidade essa concepção está associada ao que se denomina de modelagem kE, onde a taxa mínima de atratividade deve ser igual ao custo de oportunidade. Desta forma a taxa mínima de atratividade deve ser equivalente ao custo de capital da empresa.

Para Cataplan et al (2010) “Em termos relativos, o custo médio ponderado do capital (weighted average cost of capital - WACC) é a taxa utilizada para descontar o valor do dinheiro no tempo, convertendo o fluxo de caixa futuro em seu valor presente, para todos os investidores (COPELAND, 2000, p. 220).

Ainda na opinião desses autores é preciso que a fórmula a ser considerada para calcular o custo médio da estrutura de capital (WACC) leve em consideração as seguintes variáveis:

T_c = alíquota do imposto de renda e da contribuição social da pessoa jurídica;

E = valor de mercado - capital próprio (empresa) ou patrimônio líquido (em R\$);

D = valor de mercado do capital de terceiros da empresa (em R\$);

$V = E + D$ (valor de mercado do capital total, em R\$);

E/V = proporção do capital próprio sobre o financiamento total da empresa (em valores de mercado);

D/V = proporção do capital de terceiros sobre o financiamento total da empresa;

R_e = coeficiente ou taxa de custo do capital próprio (CAPM); R_d = coeficiente ou taxa de custo do capital de terceiros.

Esse conjunto de indicadores depende muito do tipo de negócio a ser realizado. Embora tem seu uso para as grandes empresas e estudos de mercado de capitais, seus fundamentos podem ser aplicados nos pequenos e médios negócios.

2.5.6 – Indicadores de desempenho de um negócio

Todo e qualquer tipo de negócio deve ser medido seu desempenho através de alguns indicadores. Eles são usados com vistas a refletir como as decisões foram tomadas e se alcançaram o ponto ótimo,

Para Kaplan e Cooper (1998) as organizações necessitam medir seu desempenho e examinar se eles representam a real situação dos negócios realizados. Welsch (1977), por sua vez determina que o planejamento e controle dos lucros não podem ser realizados completamente sem que haja a definição e o exame de indicadores básicos.

Taxa de retorno do investimento (ROI)

Representa a medição de do lucro operacional sobre o investimento, ou seja: Lo/I . Todas as empresas buscam obter uma taxa de retorno mais elevado o que representa uma condição em que a receita líquida é maior que os custos dos produtos vendidos e os custos fixos. Para Welsch (1977) este indicador é o mais importante em toda as decisões econômicas a serem, tomadas pelos investidores, pois, permite mostrar e comparar com outras alternativas de investimento.

Prazo médio de recuperação do investimento (PMR)

Este indicador permite medir em quanto o capital investido será recuperado. Sua fórmula é inversamente proporcional à taxa ROI, ou seja: I/Lo . Em todas projeções de investimento é possível saber ao longo da vida útil o conjunto de lucros médios que serão obtido. Seu somatório global dividido pelo tempo de vida útil permite calcular o lucro operacional médio e mostrar em quanto tempo o investimento será recuperado. De certa forma é utilizado com restrição por não considerar o valor do dinheiro no tempo.

Taxa de lucratividade operacional

Permite examinar em que extensão o lucro operacional é a maior fatia da receita bruta obtida. Este indicador mede o grau de eficiência das operações realizadas em um negócio e quanto maior for sua participação na receita é sinal de maior lucro. No caso de empresas industriais ela é medida pelo lucro operacional/receita bruta e reflete o grau de eficiência alcançada pela fábrica.

CAPÍTULO 3 – VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA EMPRESA DE SOLUÇÕES ECONMÉTRICAS

3.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS

O presente capítulo constitui um estudo de caso e tem o propósito de apresentar a ideia de promover a viabilidade econômica de uma empresa que estará prestando serviços de soluções econométricas na cidade de Florianópolis, podendo ampliar seu raio de atuação também no futuro para o Estado de Santa Catarina e demais cidades do Brasil. Este setor da economia ainda é pouco explorado no Brasil, em parte, devido a inexistência de pessoas qualificadas para executar este tipo de serviços e, de outro lado, devido à inflação que ocorreu nos anos 80 e 90, atuando como fator impeditivo do planejamento econômico. A estabilização econômica é uma realidade recente que afeta todas as decisões tomadas pelos agentes econômicos, o que tem permitido que o planejamento econômico e os modelos econométricos possam agora ser propostos com mais assertividade.

Ao fazer uma contextualização relativa ao espaço em que se insere a proposta manifestada no decorrer do desenvolvimento deste trabalho, percebe-se que o cenário econômico brasileiro é fator crítico de sucesso para que uma empresa de estudos econométricos possa se estabelecer no mercado.

O planejamento econômico foi fortemente afetado nas décadas de 1980 e início de 1990 em razão da alta inflação que foi debelada graças ao plano real. Em resumo, pode-se dizer que uma das principais características de um negócio como este é a necessidade de se atuar em um mercado razoavelmente estável e em que se sabe com algum grau de certeza que a variação dos preços não irá afetar as decisões a serem tomadas pelas empresas, a ponto de modificarem ou reduzirem substancialmente as decisões de investimento futuros.

Este tipo de empreendimento ainda é raro no Brasil e uma apuração de mercado identificou que o serviço é prestado atualmente por poucas empresas e alguns seletos profissionais liberais e consultores independentes que não procuraram desenvolver softwares ou qualquer outro tipo de sistema para aumentar a produtividade do serviço de consultoria.

A iniciativa dos empreendedores neste trabalho está materializada neste documento, ou seja, buscou-se aprofundar nos fundamentos da Estatística com a Economia, conhecida como Econometria – com os recursos disponíveis que a tecnologia da informação e comunicação (TIC)

oferece para aumentar a competitividade deste tipo de serviço e torná-lo mais fácil de ser operacionalizado.

3.2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

O empreendimento trata especificamente de oferecer serviços cuja base é a Economia e a Econometria. Tem como fundamento básico apresentar serviços econométricos que podem permitir a um grande grupo de empresas a dar maior suporte em suas decisões, em especial, aos novos investimentos e expansão de novos mercados. Está em fase de prototipação e espera-se unir as tecnologias mais modernas de manipulação de banco de dados disponíveis com o serviço de consultoria econômica para traçar séries temporais, prever tendências de mercado e auxiliar empresas de grande porte a entender melhor o setor em que atuam.

Importante considerar também que este trabalho tem grande relevância no campo denominado de Economia Computacional. No campo da energia elétrica e do petróleo, por exemplo, os trabalhos desenvolvidos pelas agências de regulação econômica, ANP e ANEEL, demonstram a relevância de avaliar as condições das séries históricas de investimento, mercado, extração, perfuração, custos, preços e modificações nas bolsas de Commodities (ANP, 2016 e ANEEL, 2016).

Biage e Almeida (2015), por exemplo, mostra a grande relevância deste tipo de estudo e serviços de econometria, ao associar a correlação do crescimento do PIB e das emissões de CO₂, em função do desenvolvimento econômico e social. Mostra os possíveis impactos ambientais em decorrência de determinadas políticas econômicas adotadas que afetam o conjunto das variáveis econômicas. Para avaliar esse resultado utilizou-se de um conjunto de variáveis como PIB, inflação, taxa de lixo, água, elasticidades, etc.

O setor de atividade da empresa é o de serviços de consultoria empresarial e a empresa de estudos econométricos deve buscar clientes de grande porte, visto que a possibilidade de ganhos é maior e geralmente as empresas de grande porte tem sua base de dados melhor organizada e atualizada. Pretende-se iniciar a empresa com um bom planejamento, discutindo a iniciativa com o setor acadêmico e produtivo. Pretende-se também buscar informações e dados de empresas clientes, com base em cadastros já existentes que fornecem através de CNPJ a base dos negócios de cada uma. Buscar-se também a melhor jurídica para se estruturar a empresa.

O capital social empregado é o dos próprios sócios e o valor investido deve vir do salário destes, visto que as fontes de recursos procuradas como o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo-Sul (BRDE) argumentam que só emprestam capitais a empresas que já tenham um

histórico de faturamento prévio, principalmente por meio do programa de inovação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) INOVA. Por isso optou-se por começar a empresa com capital próprio e de familiares.

Após exame das principais marcas colocadas e estabelecidas no mercado como a Coopers Lybrand, Price Waterhouse, Boucinhas & Campos, Ferraz Marcondes, Venture, Timberlake, Saint Paul Advisor, dentre outras, conclui-se neste trabalho que a empresa terá o nome comercial de “**WE FIND SOLUTIONS**”. Ela emergiu nas discussões com o Grupo que a idealiza e foi a vencedora em todas as ideias e discussões surgidas. De forma a se ter uma visão global do negócio, optou-se pela técnica de brainstorming para identificar as informações e variáveis mais relevantes que seriam consideradas, tendo concluído a seguinte linha estrutural da organização:

Visão da empresa: “Ser referência nacional em engenharia de informação e do conhecimento econométrico aplicado a empresas de médio e grande porte”.

Missão da empresa: “Prestar serviços de consultoria em econometria ao setor produtivo promovendo ganhos de competitividade aos clientes e aumentando a densidade tecnológica do produto ofertado”.

Principais valores: “Ética, responsabilidade, comprometimento e qualidade”.

3.3 PÚBLICO ALVO

O ambiente de negócios dos clientes atendidos pela empresa é múltiplo e a empresa de consultoria econométrica deve adequar seu *modus operandi* para cada caso, sendo fundamental justificar os resultados de modelos econométricos propostos para as empresas contratantes neste tipo de consultoria. O método estatístico usado em um problema pode alterar a percepção dos clientes quanto aos resultados de uma análise de dados. Considerando uma análise pautada simplesmente em dados estatísticos do passado e os projetando para o futuro, os trabalhos ofertados apresentam dificuldades para serem reconhecidos e valorizados pelos clientes. Para aferir melhores resultados é preciso estabelecer amostras com resultados mais significativos e ter o cuidado de aferi-las se apresentam validades e chance de aprovação (SOUZA, 2008).

O perfil dos clientes almejados para a empresa de consultoria econométrica é o do grande capital nacional e multinacionais instaladas no Brasil e na América-Latina. O interesse que os leva a contratar os serviços da empresa é o de entender melhor o mercado em que atuam para

compreender como se formam padrões e como se comporta o mercado que estarão participando. Pelas leituras de jornais especializados de Economia como o Valor Econômico, El País, La Capital e outros, observa-se que nas conversas com alguns proprietários e dirigentes empresariais, existe sempre o interesse de modificarem suas estratégias reduzindo custos, buscar novos clientes, aumentar o lucro e aumentar a competitividade no setor em que atuam. Em grande parte essas observações refletem os agentes econômicos do setor industrial.

Pode-se dizer que a área de abrangência dos clientes é ampla e pode até mesmo atingir o mercado internacional em muitos casos, mas, inicialmente, é considerado prudente começar pelos clientes que estão localizados no Brasil, sobretudo na Grande Florianópolis, Estado de Sc, RS e PR. Nesse visão dinâmica espera-se a conjugação de três fatores decisivos para que a empresa de soluções econométricas possa obter êxito em sua implementação:

- Empenho dos empreendedores;
- Participação da academia;
- Apoio do poder público por meio de empréstimos com juros subsidiados;

Importante lembrar que o consórcio dessas três estruturas foi chamado de tríplice hélice por Henry Etzkovitz em meados dos anos 1990 e congrega a infraestrutura pública e privada para atingir o desenvolvimento econômico e sustentável de uma nação. Importante lembrar que a convergência da ciência e da tecnologia (C&T) buscou integrar a economia na sociedade do conhecimento e na globalização econômica nos anos pós 70. Já a convergência digital entre tecnologia da informação, conteúdo das bases de dados das empresas, bem como do aparato estatístico, despertaram maior interesse com o dinamismo da evolução dos computadores que permitiu que serviços relevantes como esses, pudessem ser reconhecidos e usados para avaliar com maior precisão as repercussões econômicas, sociais e políticas.

No tocante a Economia Catarinense é relevante considerar que os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) são animadores quanto ao potencial do setor tecnológico da capital catarinense. Atualmente o Produto Interno Bruto (PIB) ultrapassa a R\$ 12 bilhões de reais e sua indústria apresenta um dinamismo apreciável que é reconhecido por um conjunto de Países.

3.4 CONCORRÊNCIA

Como já apresentado em itens anteriores este tipo de serviços exige muita especialização e abertura de negócios que pode demorar alguns meses. Em parte para se mostrar os trabalhos que podem ser executados e em parte para que os clientes possam entender e valorizar que a contratação de trabalhos assim, podem trazer grandes benefícios.

Um levantamento prévio das empresas concorrentes no mercado indica que as firmas com maior visibilidade na *internet* para este tipo de consultoria são as seguintes:

1. <http://www.mbarros.com/inicio.aspx> - Profissional altamente capacitada que tem grande experiência como professora universitária.
2. <http://www.timberlake.com.br> - Fundada no Reino Unido em 1982, atua no Brasil desde novembro de 2004.
3. <http://www.multispectral.com.br/consultoria/> - Volta suas atividades para elaboração de mapas digitais e *Geomarketing* para o mercado imobiliário fazendo uso de econometria.
4. <http://qmetrics.pt> - Empresa Portuguesa que veio para o Brasil em 2012.
5. <http://web.econometria.com.co> - Esta última tem matriz em Bogotá na Colômbia, não constituindo-se em concorrente direto.

A indústria do conhecimento e da informação tem ampla necessidade de aporte de capital semente (*seed capital*) e capital de risco (*venture capital*)³ e muitas vezes ganha respaldo e suporte creditício de bancos de fomento, como o BRDE, que lançou recentemente uma linha de financiamento em parceria com o BNDES que apoia a geração deste tipo de projeto. Florianópolis possui muitas empresas de base tecnológica (EBT's) que lançam mão deste artifício para posteriormente instalarem-se em edifícios comerciais ou parques tecnológicos incubadores (CELTA, SAPIENS PARK, MIDI-Tecnológico).

3.5 ANÁLISE AMBIENTAL DO NEGÓCIO

A análise ambiental dos negócios em uma economia constitui um dos pontos fortes que pode levar um negócio ao sucesso, uma vez que permite ao investidor e empreendedor ter em mãos um referencial para subsidiar as decisões a serem tomadas. Uma avaliação sintética das

³ Os empreendedores decidiram que não vão escolher este tipo de financiamento como capital inicial da empresa por não acharem oportuno ceder participação acionária de início.

condições de desenvolvimento da economia catarinense e brasileira permitiu estruturar os pontos fortes e fracos, as oportunidades e as ameaças, que esse tipo de negócio deverá enfrentar, caracterizando, assim, o ambiente interno e externo.

O Programa Industrial da Economia Catarinense PDIC- 2022 (FIESC, 2013) revela em suas projeções, via Planejamento Estratégico, a ideia de aumentar a competitividade da indústria catarinense. Considera a visão de curto, médio e longo prazo, para os diversos setores industriais do estado as seguintes premissas:

- ✓ Identificar os setores indutores de desenvolvimento;
- ✓ Identificar as visões de futuro para cada setor;
- ✓ Traçar o caminho mais provável para atingi-la;
- ✓ Promover a articulação de todas as partes interessadas.

Neste trabalho é possível identificar os setores e nichos de mercado que foram considerados portadores de futuro para a indústria catarinense até o ano 2022. O trabalho em referência busca analisar a realidade socioeconômica das seis mesorregiões de todo o estado de Santa Catarina, oportunidade em que busca dimensionar os principais indicadores ligados ao território do estado de SC, identificar os ativos inerentes a pesquisa e desenvolvimento industrial instalados e examinar a malha da indústria atual, promovendo concomitante o seu desempenho industrial.

Como identificado e examinado no documento publicado pela FIESC (2013), seis setores e áreas foram priorizados como portadores de futuro em todas as mesorregiões do Estado, destacando-se a energia, meio ambiente, tecnologia da informação & comunicação, construção civil, saúde e turismo. Essas área ou atividades econômicas apresentam características de transversalidade à indústria e são considerados decisivos tanto na busca quanto na geração de soluções inovadoras.

A Figura 1 mostrada a seguir permite ter uma visão abrangente de como estará se dirigindo a economia catarinense para o futuro, refletindo diretamente nas decisões econômicas que serão tomadas pelos empresários e que poderão provocar efeitos positivos em toda cadeia produtiva e refletindo sobre as diferentes atividades econômicas.

Figura 1 – Setores de futuro para a Economia Catarina em 2022



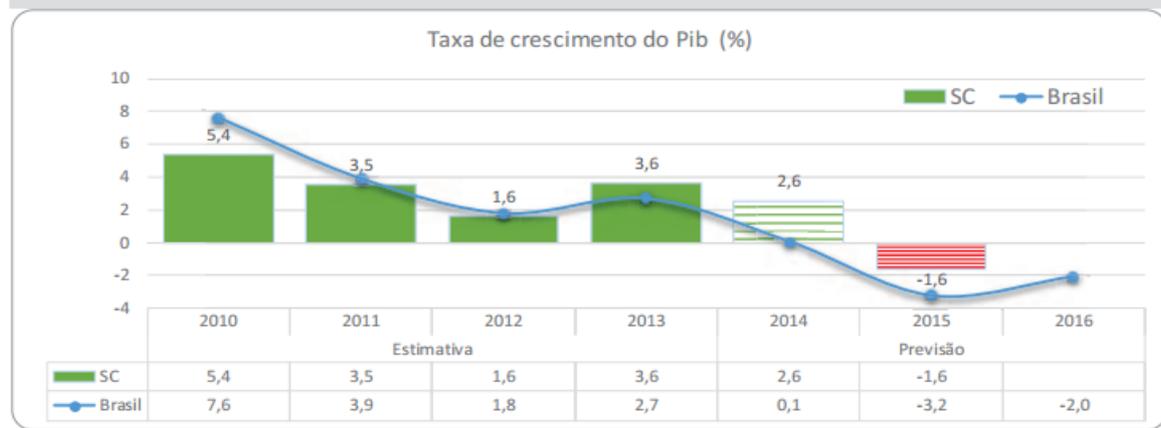
Nota: setores listados em ordem alfabética.

¹ O setor Economia do Mar congrega os segmentos: recursos minerais e marinhos; alimentos do mar; portos e transporte marítimo; energias oceânicas; turismo.

Fonte: Setores Portadores de Futuro para a Indústria Catarinense 2022 (FIESC, 2013)

A observação dos setores e principais atividades econômicas que o estado de SC dispõe atualmente e projeta seu crescimento para o futuro, enseja a idealizar que uma empresa de soluções econométricas será de vital importância para colaborar e subsidiar nos estudos e projeções das variáveis econômicas. O pressuposto básico do crescimento da economia catarinense leva a projetar que os empresários percebendo esta mudança estarão realizando grandes aportes de recursos em investimentos para atender a futura demanda que surgirá.

A Figura 2 mostrada a seguir permite visualizar a estrutura de desempenho da economia catarinense nos anos 2011 e 2014, o que, por si só, revela a potencialidade do tipo de mercado que se poderá trabalhar e oferecer serviços de soluções econométricas:

Gráfico 4 – Nível de Atividade da Economia Catarinense – PIB e Valor Adicionado por Setor

Fonte: Santa Catarina em Dados (FIESC, 2015)

Nesse sentido é possível admitir a hipótese de que o PIB da economia catarinense terá um bom desempenho e levará à realização de novos investimentos também de outros investidores fora do Estado de SC e também fora do Brasil. Tendo essa perspectiva positiva é possível projetar a seguinte evolução do PIB, População e Produto Per Capita para o SC no período de 2012 a 2022:

Ano	PIB - Em bilhões de reais	População	PIB "Per Capita"
2012	177,3	6.348.015	27.929,99
2013	181,4	6.462.279	28.067,17
2014	185,5	6.578.600	28.205,03
2015	189,8	6.697.015	28.343,56
2016	194,2	6.910.553	28.099,49
2017	198,6	7.014.211	28.320,97
2018	203,2	7.119.424	28.544,19
2019	207,9	7.226.216	28.769,16
2020	212,7	7.334.609	28.995,92
2021	217,6	7.444.628	29.224,46
2022	222,6	7.556.298	29.454,80

Fonte: IBGE (2016)

Dados de 2012-2016 foram coletados do IBGE

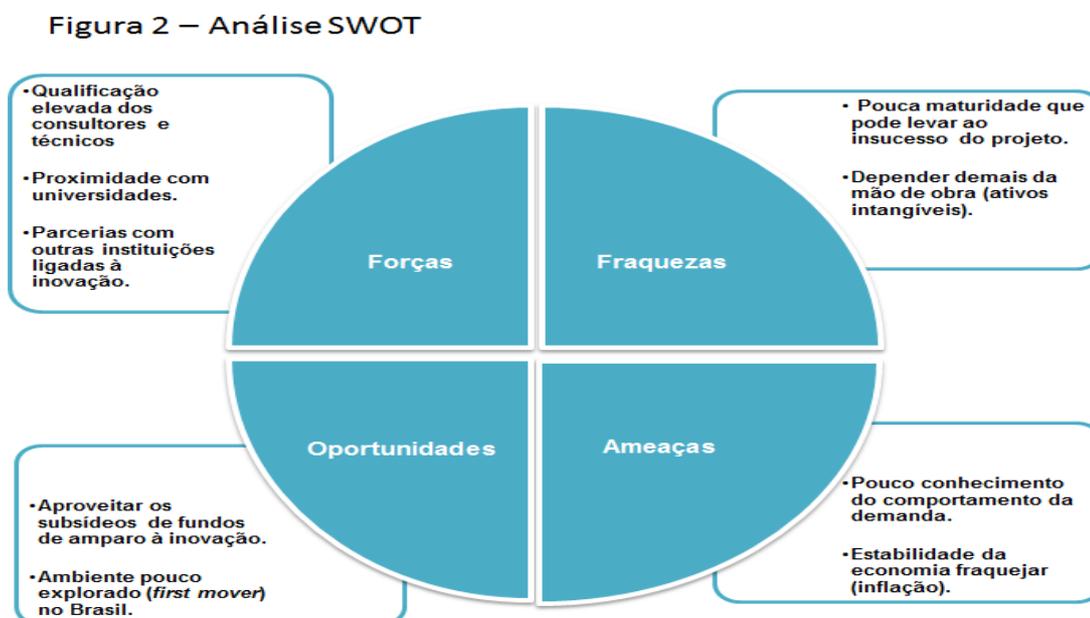
Dados de 2017-2017 foram projetados pelo autor do estudo

Levando em consideração a projeção do cenário encontrado nos estudos feitos pela FIESC (2013), considerou que o PIB da economia catarinense estaria crescendo à taxa de 2,3% e a população à taxa de 1,8%. Nesse caso SC estaria com um PIB de R\$ 222,6 bilhões, a população atingiria a 7.556.298 pessoas e o produto per capita alcançaria em torno de R\$ 29.454,80. Esses dados constituem a base da gestão estratégica do negócio e identificar que haverá uma grande demanda para os serviços de econometria. Os resultados são promissores e fortalecem as chances de que o negócio em tela terá 100% de sucesso.

O domínio dessas informações amplia a visão de como o negócio deve ser desenvolvido e fortalece os pontos essenciais que farão parte das estratégias que serão estabelecidas com vistas a conseguir benefícios maiores que os custos das aplicações dos recursos propostos, sustentando, assim, as possibilidades de alcançar o sucesso num ambiente competitivo e dinâmico.

Diante desse cenário os formuladores do negócio de soluções econométricas promoveu uma análise global dos pontos fortes e fracos que devem ser observados, bem como das oportunidades e ameaças que o ambiente de crescimento, dinâmico e competitivo da economia catarinense se apresenta para o período 2017-2022.

No caso específico desta nova empresa que será implementada da consultoria de serviços econométricos foi possível examinar e identificar adicionalmente os seguintes pontos essenciais:



Fonte: Elaboração própria (adaptado de Marcelo Nakagawa)

No exame desse quadro global percebe-se que existem pontos fortes como a qualificação da equipe (consultores e técnicos), proximidade com universidades e parcerias com demais instituições ligadas à criação e inovação, em especial, da rede de incubadoras que

existem em SC. As principais fraquezas revelam a pouca maturidade neste tipo de negócio e a forte dependência de mão de obra especializada.

No tocante ao cenário global existem grandes oportunidades em setores futuros de grande valor econômico e tecnológico que são projetados para SC, uma vez que existe uma fraca concorrência na cidade de Florianópolis para este tipo de serviço, não obstante, haver uma forte concorrência fora do estado de SC. De outro lado, as ameaças foram consideradas como a imaturidade e o pouco conhecimento da demanda dos serviços a serem ofertados e da pouca consistência da estabilidade da economia brasileira, diante da atual mudança na presidência da república e das modificações que estão sendo propostas para os próximos 20 anos.

A Proposta de Emenda à Constituição (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2016) tem trazido um grande debate e apreensão do que pode acontecer na economia brasileira nos próximos 20 anos. A ideia de limitar as despesas públicas e permitir seu crescimento somente pelo IPCA vem sendo motivo de críticas pelos grupos políticos de oposição ao Governo Temer.

Diversos estudos sobre a economia brasileira têm colocado previsões duvidosas quanto às futuras projeções do crescimento da economia brasileira para os anos vindouros. Para Freitas (2016) “O que acontece é que não há como colocar tetos a esses gastos, pois o custo da dívida depende da solvência do governo”. Ainda segundo ele “Afora o ajuste fiscal, a forma de reduzir tais despesas é o confisco”. Um aumento persistente de preços (inflação) é uma preocupação legítima já que se a situação anômala se generalizar pode acarretar em várias dificuldades e criar múltiplos obstáculos para o planejamento econômico.

3.6 SERVIÇO DA EMPRESA

A **WE FIND SOLUTIONS: Estimativas Econométricas** busca elaborar consultorias tecnicamente bem sucedidas, econômica e financeiramente viáveis e ambientalmente responsáveis. O serviço da empresa é a consultoria econométrica em si, que vai traçar tendências de mercado para o cliente por meio de um estudo apropriado de séries temporais. O grande diferencial é aliar os recursos das tecnologias da informação e comunicação (TIC) à consultoria econômica. A empresa contratante busca informação privilegiada à respeito do mercado em que atua para obter vantagem competitiva e se posicionar estrategicamente no seu setor.

A empresa de econometria pode contribuir com a geração de riqueza para o país prestando os seguintes serviços:

1. Previsão de séries temporais em uma plêiade de setores da economia, interpretação de tendências, quebras acentuadas e sazonalidades propondo alternativas a serem exploradas e remediadas pela empresa contratante.
2. Modelagem quantitativa para comparar resultados e identificar melhoras nas práticas operacionais da empresa contratante.
3. Análise e interpretação de dados para monitorar a eficácia de campanhas eleitorais propondo ações de contingência.
4. Gerenciamento de risco para carteiras de investimento identificando *outliers*, preterindo maus investimentos e maximizando a rentabilidade.
5. Monitorar o desempenho de fundos de pensão.
6. Análise da demanda por determinados bens de consumo e sua sazonalidade.
7. Apoio à tomada de decisão estratégica nas empresas simulando cenários futuros e quantificando relações com fatores explicativos.
8. Propondo modelos para estimar o empenho dos *stakeholders* de uma firma com o intuito de melhoria da qualidade.
9. Criar índices para mensurar a efetividade das competências e habilidades dos colaboradores de uma organização.
10. Aferir a relação de dependência entre variáveis.
11. Ponderar quais atributos de um produto são mais relevantes para o posicionamento de uma marca no mercado estimando níveis de notoriedade.
12. Determinar as características de um produto que respondem mais pela preferência dos consumidores com vista a aumentar o *market-share* de uma empresa.
13. Estabelecer métodos para auxiliar na precificação de um produto.
14. Identificar os principais determinantes (*drivers*) da conjuntura econômica do país propondo à ministérios e agências reguladoras em infraestrutura adoção de soluções para dirimir o ‘custo Brasil’.
15. Computar efeitos da variação do preço e da inflação no comportamento do consumidor e seu impacto sobre as vendas.

A proximidade com o setor acadêmico e com a fronteira do conhecimento é fator crítico de sucesso para melhorar a eficiência dos processos e propor medidas que visem reduzir custos, aumentar a lucratividade e aumentar a competitividade das empresas contratantes.

3.7 PLANO DE MARKETING E ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estratégia da empresa no âmbito do marketing é utilizar as mídias digitais para se fazer presente no mercado. É a mais crítica devido a preocupação quanto à incerteza de demanda por parte dos empreendedores e deve ser uma das primeiras a ser colocada em prática. Esta etapa consiste na divulgação da empresa para prospectar clientes e buscar investimentos. A empresa terá sítio próprio na rede mundial de computadores, página em redes sociais (*facebook*, *twitter*, *linkedIn*) e poderá estabelecer contato com clientes por meio de software de comunicação streaming (*Skype*) para casos em que a distância geográfica com os clientes se fizer de obstáculo à consolidação do negócio.

Figura 3: Site proposto para empresa.

WFS *We Find Solutions*
Estimativas econométricas

LIGAR GRÁTIS
0800 602 2570
ASSINE JÁ

PÁGINA INICIAL | QUEM SOMOS | PROJETOS | ECONOMETRIA | CONTATO

TELEFONE DE CONTATO: (48) 9662-6446

Projetos desenvolvidos pela empresa

A WFS presta consultoria para empresas de porte médio e de porte grande na área de estatística aplicada à economia por meio de análise de séries temporais. Nosso objetivo é oferecer um serviço de alta densidade tecnológica. Conheça abaixo alguns de nossos clientes:

Sobre econometria

Entenda como podemos ajudá-lo

A econometria é uma disciplina composta por um conjunto de ferramentas da área estatística que procura entender como variáveis econômicas se relacionam e influenciam umas nas outras. Isso se dá através de um modelo.

Conheça nossas atividades

Organização de dados

O uso dos recursos da tecnologia da informação é uma importante ferramenta para trabalhar dados e atingir os objetivos de nossa consultoria.

Word Cloud: dados, números, Técnicas, conjunto, múltiplas, Análise, estatística, qualidade, hipóteses, regressão, Probabilidade, Distribuições, populações, Medidas, não-paramétricos.

Fonte: Elaboração própria (software *Wix*).

O desafio do plano de marketing é garantir presença no mercado procurando rentabilidade sem comprometer a aceitação mercadológica. A armadilha do crescimento explicada por Porter (1985) insinua que a visão estratégica da empresa deve ser sustentável para não comprometer a eficácia de uma política de preços e qualidade, vejamos:

De todas as demais influências, o desejo de crescer talvez seja a que exerce o efeito mais perverso sobre a estratégia. As opções excludentes e as limitações parecem constringer o crescimento. Atender a um determinado grupo de clientes e excluir outros, por exemplo, impõe um limite real ou imaginário ao crescimento da receita. As estratégias de objetivos amplos, que enfatizam o preço baixo, acarretam a perda de vendas a clientes sensíveis à qualidade ou serviços. Já os que adotam a estratégia de diferenciação deixam de vender a clientes sensíveis ao preço. Porter (1947).

Escolher uma estratégia pode significar dizer não a várias outras possibilidades interessantes sobre como conduzir o plano de marketing. A adoção de uma estratégia em vez de outra deve levar em consideração o mercado concorrente e as competências informacionais, ou seja, conhecimentos, habilidades e atitudes internos da firma executora dos projetos econométricos.

Alguns dos serviços prestados pela empresa compreendem resoluções de problemas para órgãos públicos e outros para iniciativa privada como seguem os exemplos abaixo elencados na lista:

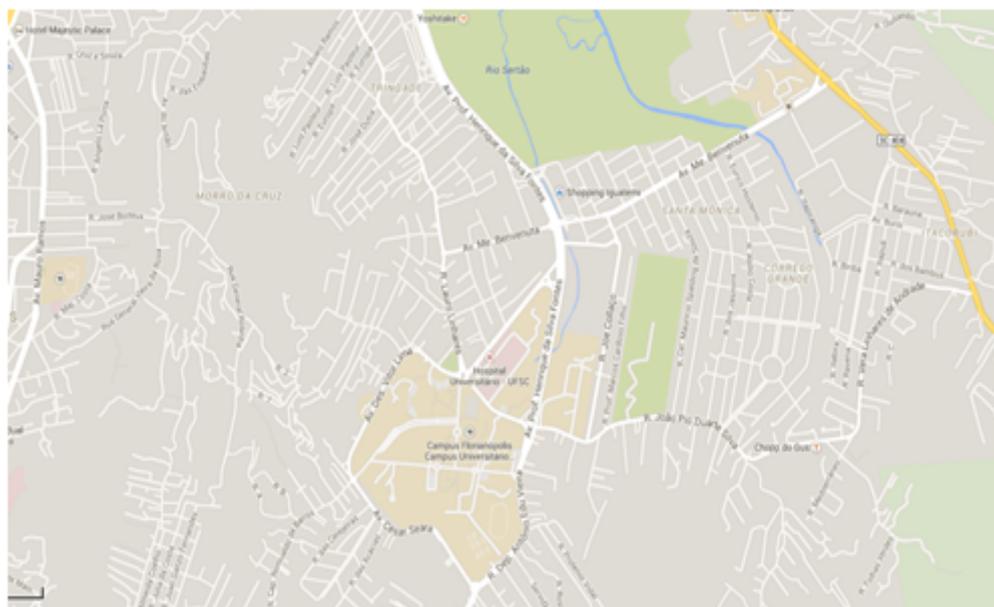
- a) Modelagem estatística para bancos comerciais, bancos de investimentos e bancos centrais e entidades seguradoras.
- b) Apoio técnico à ministérios, agências reguladoras, empresas estatais e previdência.
- c) Multinacionais de diversos setores da economia.
- d) Fundações de amparo à pesquisa e centros de C&T.

É preciso responder a algumas perguntas para se ter opinião mais fundamentada acerca das possibilidades do projeto dar certo ou não como: quem são nossos clientes? Onde estão? Quanto faturam? Nos apêndices deste trabalho está contida uma compilação de setores passíveis de análise econométrica para prospectar clientes.

3.8 LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

O empreendimento deverá estar localizado em um dos bairros próximos às principais universidades da cidade de Florianópolis: Universidade Federal da Santa Catarina (UFSC) e Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) visando obter o fornecimento de mão de obra especializada, posto que o tipo de serviço prestado envolve a fronteira do conhecimento. Refere-se à ‘mão-de-obra’, os serviços prestados por estatísticos, economistas e programadores; é necessário o destaque posto que na chamada nova ‘economia’ ninguém mais contrata trabalhadores por causa de sua ‘mão’, mas devido à sua expertise.

Figura 4: Localização do empreendimento.



Fonte: Software google maps. <https://maps.google.com.br/maps?ll=-27.59544,-48.509445&spn=0.027042,0.045447&t=m&z=15>

A capital catarinense constituiu-se recentemente como um dos maiores polos tecnológicos do país, além de sua área de influência ter proximidade com os maiores conglomerados industriais do sul da América-Latina (São Paulo, Buenos Aires, Porto Alegre, Curitiba, Joinville, etc). A rede de serviços em tecnologia da informação nesta cidade é vasta e há políticas de incentivos à inovação já consolidadas como o projeto Sinapse da inovação, *Start Up SC*, uma incubadora mantida pelo SEBRAE (MIDI-Tecnológico) que foi escolhida a melhor do país, fundações de amparo à pesquisa ligadas às universidades que servem de indutoras do progresso econômico e social catalisando empregos e cumprindo papel de geradoras de renda.

3.9 PROCESSO OPERACIONAL

A capacidade máxima de produção dos serviços é de difícil mensuração, visto que cada serviço prestado tem um escopo e cada serviço é um projeto distinto do outro. Como não se trata de um setor trivial e conversas anteriores com profissionais do ramo permitiram constatar que a demanda por este tipo de consultoria é bem grande, tomou-se a liberdade de estabelecer que cada projeto encampado poderá exigir no mínimo um mês e no máximo dois meses de trabalho dos profissionais envolvidos. Serão alocados para cada projeto economista, estatístico e programador

de software para desempenhar as funções e será pago a cada um a quantia de R\$3.000,00 mensais.

O volume inicial de produção será controlado mediante a capacidade dos primeiros contratados envolvidos de executarem as complexas tarefas e rotinas inerentes a esse laborioso setor; um profissional que já atua na área e ajudará na consolidação de empresa cedendo alguns clientes que já possui e contatos anteriormente firmados. Este é um projeto operacionalmente complexo e que envolve a interação de profissionais de distintas áreas do conhecimento e que precisaram trabalhar em equipe para atingir a resultado esperado.

3.10 COMPETÊNCIAS HUMANAS

Os *stakeholders* envolvidos no projeto são alunos recém formados nas áreas de tecnologia da informação e economia e pretende-se explorar a possibilidade de desenvolver trabalhos em parceria com universidades mediante projetos de extensão, desde que seja dada a devida contrapartida. Espera-se que o fato de se tratar de uma empresa localizada próxima aos grandes Institutos de Ciência Tecnologia e Inovação (ICTI) possibilite o acesso à fronteira do conhecimento⁴. As funções desempenhadas na empresa são de *econometrista*, ou seja, aquele que deverá fazer a modelagem econométrica e interpretar os *outputs*, um profissional da tecnologia da informação para trabalhar o banco de dados e acelerar as rotinas de comunicação e um economista para responder pela área comercial e de demandas administrativas do empreendimento. Espera-se contar com três pessoas inicialmente, todos sócios do projeto.

A divisão de tarefas se faz necessária e o papel que cabe cada qual deve ser entendido por todos de antemão para que não se incorra em desacertos futuros. Tendo em vista que o pessoal envolvido conheceu-se no decorrer de sua graduação universitária e tornaram-se amigos na academia espera-se que a relação entre todos busque o objetivo comum de obter ganhos sem grandes conflitos de interesse, posto que o tipo societário escolhido é o de sociedade limitada. Uma empresa é uma estrutura em que o movimento de todos beneficia à todos.

A Tabela 2 a seguir permite visualizar o tipo de sociedade em que poderá ser estruturado o negócio:

⁴ Os planos de ensino das disciplinas de econometria ministrados nas Instituições de Ensino Superior (IES) da qual a empresa vai se beneficiar preferencialmente estão nos apêndices expostos detalhadamente.

Tabela 2: Tipos societários.

Sociedade Limitada	Sociedade Anônima
É uma opção mais econômica	Este tipo pressupõe despesas de valores mais elevados
Possui maior simplicidade gerencial	Possui estrutura mais complexa e arrojada
Não dispõe de ferramentas de captação de recursos arrojadas	Fornece instrumentos para captar recursos com custos mais baixos do que no mercado financeiro
São sociedades com quadro societário de interesse homogêneo e relações invioláveis	São sociedades que abrigam existência ou iminência de conflitos societários quanto à direção
Tipo adequado para sociedades com alta concentração de quotas nas mãos do controlador, e que dispõe de capital próprio suficiente para a consecução dos seus objetivos sociais, não dependendo de empréstimos de terceiros	Tipo adequado às sociedades que necessitam de recursos de terceiros para fomentar o seu capital de giro e o regular desenvolvimento de suas atividades
Fonte: Adaptado do curso 'Bota pra Fazer' da <i>Endeavor</i> .	

Esta Tabela explicita o perfil de cada tipo societário deixando claro que a sociedade limitada é a mais adequada para o caso deste empreendimento. O que chama a atenção é o quarto item da tabela, que trata da necessidade de se estabelecerem interesses homogêneos no relação. Não é incomum encontrar parceiros de negócios que desfizeram sua amizade devido a problemas de discordância quanto à condução do empreendimento.

No caso em referência a opção é pela primeira hipótese, isto é, pela sociedade limitada, uma vez que o negócio estará se iniciando de forma ainda rudimentar em termos de mercado e obtenção de clientes e contratos comerciais.

As soluções de financiamento procuradas foram empréstimos em bancos de fomento e de amparo à empreendedores nascentes que só realizam o empréstimo mediante apresentação de um resultado de exercício prévio para análise de riscos, o que inibe muito o processo de criação *start up's* na visão dos sócios.

3.11 PROPOSTA DE INOVAÇÃO

Dois autores consagrados na área de marketing Fernando Trías de Bes e Kotler (2012) ensinam no livro *A bíblia da inovação* os elementos do planejamento de inovação:

O planejamento é o primeiro fator no sistema de inovação total e nos permite alinhar nossas iniciativas com a estratégia empresarial, alocar recursos financeiros de forma eficiente e alimentar o fluxo do processo de inovação de modo ordenado. O planejamento de inovação deve ser responsabilidade conjunta do diretor de inovação e do presidente da empresa. Na ausência de alguém diretamente responsável pela inovação, a alta direção deve assumir o comando desse planejamento, pois é uma área estratégica e fundamental para a sobrevivência de qualquer organização (TRÍAS DE BES E KOTLER, 2012).

A inovação neste caso está no processo de operacionalização do serviço que acarretará em maior rapidez em sua prestação da consultoria ao cliente conferindo ganhos de competitividade à empresa nascente. O diferencial da empresa proposta neste trabalho está no processo de produção da consultoria, que deverá coligar tecnologia da informação e economia.

Uma nova tecnologia de manipulação de banco de dados está emergindo na esfera de TI e deve ser aproveitada pela WFS, que além da consultoria econométrica em si, desenvolve softwares próprios para o setor e soluções embarcadas⁵. O avanço tecnológico também acomete o setor de consultorias econométricas, afinal. Os empreendedores são sensíveis quando à importância da proteção da propriedade intelectual e sabem que o desenvolvimento de um país deve estar orientado pelo registro e aquisição de patentes. Os softwares desenvolvidos pela empresa devem ser registrados no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), para resguardar o conhecimento preconizado na firma.

O papel que a inovação tecnológica cumpre no propósito de aumentar a produtividade e facilitar o acesso ao fluxo de informações é fundamental para obter ganhos de eficiência em uma economia moderna. Schumpeter (1997) chama a atenção para o fato de que quem busca a inovação é o lado da oferta:

Entretanto, é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar (SCHUMPETER, 1997).

Entende-se que a ‘destruição criativa’ proposta originalmente pelo autor austríaco é o que leva a substituição de produtos/serviços antigos por novos e daí é advinda a necessidade de educar o consumidor:

Produzir significa combinar materiais e forças que estão ao nosso alcance. Produzir outras coisas, ou as mesmas coisas com método diferente, significa combinar diferentemente esses materiais e forças. Na medida em que as “novas combinações” podem, com o tempo, originar-se das antigas por ajuste contínuo mediante pequenas etapas, há certamente mudança, possivelmente há crescimento, mas não um fenômeno novo nem um desenvolvimento em nosso sentido. Na medida em que não for este o caso,

⁵ *Softwares* em dispositivos móveis como celulares e *tablets*.

e em que as novas combinações aparecerem descontinuamente, então surge o fenômeno que caracteriza o desenvolvimento. Por motivo da conveniência de exposição, quando falarmos em novas combinações de meios produtivos, só estaremos nos referindo doravante ao último caso. O desenvolvimento, no sentido que lhe damos, é definido então pela realização de novas combinações (SCHUMPETER, 1997).

Observou-se nos últimos anos o crescimento vertiginoso de empresas que se caracterizam pela busca de alta lucratividade, possuem baixo custo de manutenção e estão alinhadas ao setor de tecnologia e do que convencionou-se chamar de economia digital (nova economia). As chamadas *start up's* são empresas que se lançam em condições de extrema incerteza e risco muitas vezes criando um novo mercado por meio de um modelo de negócios inovador. A convergência digital em todos os campos do conhecimento é a tônica na era da informação que vem se constituindo uma tendência mundial, tanto em países centrais quanto nos países periféricos.

3.12 ESTIMATIVA DOS CUSTOS OPERACIONAIS

A estruturação inicial deste trabalho não considera a realização de investimentos em ativos fixos como a compra de salas ou outro tipo de imóvel, mas, tão somente a previsão de uso de computadores, mesas, pastas e outros utensílios considerados necessários para se ter uma estrutura adequada ao seu desenvolvimento. Nesse sentido, estima-se realizar as seguintes compras que serão contabilizadas como ativo fixo:

Tabela 3 - Equipamentos e moveis em R\$ 1,00			
Descrição	Qte	Preço	Total
Mesas tipol L	4	450,00	1.800,00
Notebook	4	1.240,00	4.960,00
Mesas	8	250,00	2.000,00
Cadeiras	8	198,00	1.584,00
Arquivos	5	350,00	1.750,00
Outros	15	25,00	375,00
TOTAL			12.469,00
Fonte: Elaboração própria			

A ideia é investir em uma infraestrutura que possa acomodar os técnicos, telefonia e apoio, tendo um ambiente adequado para se montar os serviços e promover os estudos que serão contratados. Por outro lado, os custos operacionais fixos e complementares da empresa que representam os gastos que tornam possível o efetivo funcionamento no desenvolvimento das

atividades pode ser observado na Tabela 4 a seguir, representando a R\$ 85,1 mil por mês ou em torno de R\$ 1,2 milhão/ano:

Descrição	RS 1,00
Aluguel	1.350,00
Condomínio	880,00
IPTU	535,46
Água	635,64
Energia Elétrica	150,00
Telefone	100,00
Honorários do contador	440,00
Depreciação	2.966,88
Salários + encargos (analista)	74.275,94
Salários + encargos (secretária)	3.759,29
TOTAL	85.093,21
Fonte: Elaboração própria	

Com base nesses dados projetados é importante salientar que os serviços de consultoria a serem desenvolvidos e contratados devem ter um valor superior aos gastos que serão desembolsados mensalmente. Uma primeira estimativa seria a adoção de que cada consultoria renda uma média de R\$ 150.000,00 mensais. Este valor tem sido avaliado e discutido em conversas prévias com professores e consultores que prestam serviços nessa área e que se comprometeram dar o apoio e ajudar indicando clientes para a empresa de estudos econométricos nascente. A estimativa desse valor considera os valores hora de trabalho, tempo de execução, testes de modelagem, impostos e gastos gerais de manutenção.

A Tabela 5 mostrada a seguir permite visualizar os diferentes cenários de serviços de consultoria visando ter um perfil das receitas e custos correspondentes, em diversos cenários que são projetados:

Tabela 5: Cenários provável, pessimista e otimista anuais em R\$ 1,00

Descrição	Pessimista	Provável	Otimista
Receita Bruta	1.200.000,00	3.000.000,00	3.600.000,00
Custos operacionais variáveis	1.416.067,20	1.416.067,20	1.416.067,20
Lucro bruto	-216.067,20	1.583.932,80	2.183.932,80
Custos fixos	1.021.118,52	1.021.118,52	1.021.118,52
Impostos	17.053,20	17.053,20	17.053,20
Lucro Líquido	-1.254.238,92	545.761,08	1.145.761,08
Fonte: Elaboração própria			

O desenvolvimento dos cenários mostrados nesta Tabela 5 incorpora outros custos considerados necessários à realização dos serviços de consultoria e também a carga tributária prevista. Se os serviços forem contratados por clientes interessados nos trabalhos ofertados será possível visualizar que no cenário otimista a empresa terá a melhor situação, ou seja, um lucro líquido de R\$ 1.145.761,1, enquanto no cenário provável ele deve atingir a R\$ 545.761,1 e no cenário pessimista a empresa teria prejuízos de R\$ 1.254.238,9, não interessando operar.

Se considerar que um negócio deve prospectar o futuro, sua viabilidade econômica deve prever as projeções para cada cenário a nível anual e não somente mensal. Nesse sentido, fez-se uma prospecção admitindo os serviços sendo executados por um longo período, o que seria necessário admitir a hipótese de que os serviços ultrapassariam ao período de 8 a 24 meses.

No entanto a melhor posição que deve ser buscada é aquela em que os valores negociados com os clientes apresentam maior valor econômico. Trata-se de uma tarefa árdua, no entanto, existe a possibilidade de que isto ocorra no médio e longo prazo.

3.13 ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA DO NEGÓCIO

O exame final de aceitação de um negócio passa não apenas pelo procedimento de cálculo dos custos e receitas envolvidos e projetados, mas, também pelo tipo de negociação a ser feita, realização de uma boa publicidade e contato direto com os clientes.

Com esse objetivo procurou-se utilizar o seguinte conjunto de indicadores que permite dar visibilidade à possibilidade de ocorrer a viabilidade econômica e o sucesso a médio e longo prazo deste negócio:

Tabela 6: Indicadores econômicos projetados por cenários anuais			
Descrição	Provável	Pessimista	Otimista
Margem de contribuição/Receita	0,19	-1,02	0,33
Lucratividade: lucro líquido/Receita bruta	0,19	1,03	0,32
Giro do ativo: receita/invest. Fixo (*)	11,43	4,57	13,72
Prazo de retorno	0,47	0,21	0,23
Ponto de equilíbrio	1,73	-0,82	0,85
Taxa de retorno	2,14	4,72	4,43
(*) Para efeito de cálculo deste indicou foi necessário adicionar a hipótese de compra de 1 sala no valor de R\$ 250.000			
Fonte: Elaboração própria			

Como se observa na Tabela 6 acima somente no cenário pessimista o negócio deveria ser repensado ou deixado de lado. No cenário provável e otimista ele se revela positivo e atrativo com uma lucratividade de 32%, um giro dos ativos de 13,72 (neste caso e somente para fim de avaliar uma relação mais concreta, adotou-se a premissa de ocorrer o investimento paralelo, ou seja, na compra de uma sala no valor de R\$ 250.000,00), um prazo de retorno de 0,23 meses e uma taxa de retorno de 343% (com hipótese adicional da compra da sala). Admitindo-se a impossibilidade de compra de uma sala como investimento fixo esses indicadores seriam ainda mais elevados, o que reforça e vitaliza ainda mais a expectativa de realizar este tipo de negócio.

Com vistas a tornar mais provável e realista este negócio é preciso explorar futuros serviços alternativos no planejamento aqui preconizado, pois existe no cenário estadual, nacional e mundial, uma perspectiva de crescimento das economias, o que, certamente, levaria os agentes econômicos a demandar esse tipo de serviço.

Os resultados também encontrados fortalecem as teses já examinados pelos diversos autores em economia e finanças, como demonstrado na revisão teórica (Cap. 2). De forma especial, no tocante às questões de eficiência econômica e custo de oportunidade quando se trata de examinar o processo de alocação de recursos. A técnica conhecida como CVL-Custo-Volume e Lucro não apenas dá uma visão segura de que o negócio pode ser realizado, mas, evidencia a importância desse tipo de ferramenta para se tomar decisões econômicas mais seguras e duradouras.

CAPÍTULO 4 – CONCLUSÃO

Constatou-se mediante os cálculos realizados que é viável abrir uma empresa de estudos econométricos na cidade de Florianópolis. Somente se a demanda não estiver aquecida para este tipo de empreendimento que ele pode se tornar inviável em um cenário pessimista. O mercado para este setor está cada vez mais dinâmico e competitivo sendo imperativo o uso de novas tecnologias que deem suporte à tomada de decisão da alta gerência das grandes empresas. Nesse sentido o empreendimento proposto neste trabalho visa preencher esta demanda fornecendo serviços para empresas que querem ampliar vantagem competitiva, procurando um diferencial em seu ramo de atuação. O estudo de viabilidade econômica apresentado permite afirmar que o projeto é viável e haverá o retorno esperado. Em um cenário anual provável espera-se um retorno de R\$ 562.321,04. Em um cenário mensal provável espera-se um retorno positivo de R\$ 46.860,09.

Três cenários foram construídos, um pessimista, um otimista e um esperado. Uma vantagem considerável é que a empresa não precisa lidar com quantidades de estoque de matéria-prima haja vista que se trata de uma empresa de alto conhecimento agregado, onde os ativos intangíveis são o que há de mais valioso. A estratégia tomada pela empresa para conquistar o mercado leva em conta o perfil dos clientes alvo e a estrutura incipiente do setor sem deixar de constatar o fato de que muitas empresas estrangeiras estão procurando suprir o mercado brasileiro em virtude da inoperância do empresariado nacional neste ramo.

Constatou-se que a empresa pode atuar em vários setores da economia visto que a modelagem matemática pode ser personalizada para diferentes esferas industriais e o arranjo produtivo local (APL) de Florianópolis, caracterizado por empresas de base tecnológica será enriquecido com esta iniciativa. Um bom modelo de negócios, ou seja, a forma ou método como uma empresa pretende criar riqueza para seus clientes e sustentar-se gerando receita, é essencial para organizações que pretendem se estabelecer trabalhando dados e informações e se utilizam das tecnologias computacionais para atingir o objetivo de gerar receita com soluções para alta administração. Quando um modelo de negócios em um setor tão exclusivo como o de consultoria em modelos econométricos é difícil de ser copiado pela complexidade que a tecnologia da informação demanda, ela é um forte fator de vantagem competitiva.

As mídias digitais são ferramentas importantes para definir uma estratégia que confira visibilidade para a empresa de soluções econométricas, embora não exista uma fórmula infalível para inserção comercial e estratégias emergentes também devam ser levadas em conta. O comportamento do consumidor de nossos serviços é bem específico em relação ao normalmente

verificado na economia; o cliente visa maximizar o lucro e reduzir custos de sua própria empresa e a utilidade ou satisfação está em vender soluções que busquem aprimorar a eficiência e produtividade operacional de outras firmas. O modelo é B2B, não B2C.

Momentaneamente o cenário econômico brasileiro não é animador para aqueles que querem a débito de seu próprio mérito, constituir empreendimentos econômicos. Projeta-se baixíssimo crescimento nos anos vindouros e o Brasil passa por ajustes dado o fracasso da chamada ‘nova matriz econômica’ implantada recentemente. Contudo é preciso lembrar que Schumpeter (1997) advertia para os imprevistos e crises do sistema, mas via um lado positivo nelas.

Este trabalho permitiu conhecer melhor como se realiza um processo simples e sintético de planejamento e abertura de um negócio que certamente tem potencial a ser explorado no Brasil. No entanto, é preciso deixar claro que o planejamento e o monitoramento de tendências são mais fáceis de ser manejadas em um ambiente cenário econômico em que a inflação está sob controle, sendo muito difícil a operação deste serviço em um cenário de descontrole de preços.

Por fim, é preciso enfatizar que o presente trabalho não pode avançar e explorar com maior profundidade as características pessoais dos clientes e levantar especificamente os tipos de serviços que seriam contratados, uma vez que seria necessário ter um primeiro contrato assinado.

Diante das limitações e restrições que um trabalho dessa natureza exige, recomenda-se que outras pesquisas sejam realizadas, de modo que se possa medir outros resultados e delinear em detalhes a forma de desenvolver trabalhos desse porte.

REFERÊNCIAS

- ANSOFF, H. Igor. *Estratégia Empresarial*. McGraw-Hill, 1977.
- ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BALARINE, Oscar Fernando Osório. **Administração e Finanças para Construtores e Incorporadores**. Porto Alegre: Edipuc, 1990.
- BERNSTEIN, Peter L; DAMODARAN, Aswath. **Administração de Investimentos**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- BES, Fernando Trías de; KOTLER, Phillip. **A bíblia da inovação: Princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações**. São Paulo: Lua de Papel, 2011. 332 p.
- BUARQUE, Cristovam. **Avaliação Econômica de Projetos**. Rio de Janeiro, Elsevier, 1984. 20a reimpressão.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS. PEC214/2016. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2083541>>
- CASAROTTO FILHO, Nelson; KOPITKE, Bruno Hartmut. **Análise de investimentos: matemática financeira; engenharia econômica; tomada de decisão; estratégia empresarial**. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2000. 458 p.
- CATAPLAN, Anderson, CATAPLAN, Edilson Antonio e CATAPLAN, Dariane. **Cálculo do custo de capital: uma abordagem teórica**. Economia & Tecnologia - Ano 06, Vol. 23 - Outubro/Dezembro de 2010.
- Dados socioeconômicos de Santa Catarina**. Disponível em <http://www.cidades.ibge.gov.br/download/mapa_e_municipios.php?lang=&uf=sc> Acessado em 28 nov. 2014.
- DOLAN, Robert J. e SIMON, Hermann. *O poder dos preços. As melhores estratégias para ter lucro*. Editora Futura, 1998.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo - transformando ideias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012. 260 p.
- ETZKOVITZ, Henry. Disponível em <<http://inovacao.scielo.br/pdf/cinov/v6n1/02.pdf>> Acessado em 14 de out. 2014.
- FARIA, Ana C. de e COSTA, Maria de F. Gameiro. *Gestão de custos logísticos*. Editora Altas, 2005.
- FRANCHI, C.M., **Controladores Lógicos Programáveis – Sistemas Discretos**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2008.

FREITAS, Carlos Eduardo. **Recuperação consistente ou voo de galinha?** Economistas – Revista do Conselho Federal de Economia – COFECON, Ano VII, no 21 – Setembro de 2016.

GEORG, Marcel. **Plano de negócios de uma revenda de automóveis usados.** Florianópolis, SC, 2009. p. 135. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio Econômico, 2009.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira.** 8ª edição. São Paulo: Harbra, 2002.

Histórico de inflação no Brasil. Disponível em <<http://www.bcb.gov.br/?sismetas>> Acessado em 19 nov. 2013.

IBGE. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=sc>>

KAPLAN, Robert S. e COOPER, Robin. **Custo & Desempenho.** Administre seus custos para ser mais competitivo. Editora Futura, 1998.999999

Legislação do Código Civil Brasileiro. Disponível em <http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%2010.406-2002?OpenDocument> Acessado em 10 nov. 2014.

MANKIW, Nicholas Gregory. **Princípios de microeconomia.** 5. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

LEONE, George S. **Custos: Planejamento, Implantação e Controle.** Editora Altas, Sp, 1981.

Mapa de localização. Disponível em <<https://maps.google.com.br/maps?ll=-27.59544,-48.509445&spn=0.027042,0.045447&t=m&z=15>> Acessado em 22 de out. 2014.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010. 297 p.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia.** São Paulo: Abril Cultural, 1982. 440 p.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 9 ed. São Paulo: Atlas, 2003

Melhores incubadoras do Brasil<<http://www.startupsc.com.br/midi-tecnologico-entre-as-melhores-incubadoras-do-pais/>> Acessado em 12 de nov. 2014.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 392 p.

MONTARROYOS, Heraldo Elias. **Inventário epistemológico das ideias neocontratualistas do economista James Buchanan: a racionalidade econômica e sua aplicabilidade micro social.** Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_direito/article/viewFile/1093/898>. Acesso em: 10 dez. 2014.

NAYLOR, THOMAS; VERNON, JOHN. *Microeconomics and Decision Models of the Firm*. New York: Harcourt, Brace, and World, 1969.

NONAKA, I. (1991). **The Knowledge-creating company**. Harvard Business Review, New York, v.69, n.6, p.96-104, Nov./Dec. _____. (1994). A Dynamic theory of organizational knowledge creation. Organization Science, Linthicum, v.5, n.1, p.14-37.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. (1997). **Criação de conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus.

OCDE (França). **Manual de Frascati**. Paris: F. Iniciativas, 2002. 311p.

PENROSE, Edith. **A Teoria do Crescimento da Firma**. Campinas: Unicamp, 2006. 397p.

PARETO, Vilfredo. **Manual de economia Política**. São Paulo: Nova Cultural, 1996. 333 p.

PONTES, João Randolfo. **Elaboração e análise de projetos**. Florianópolis, UFSC, 2011. 214 p.

PONTES, João Randolfo. **Dinâmica dos negócios na Economia**. Florianópolis, UFSC- CNM Texto 01 - Versão de 14.03.2016.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia**. Edición I. Compañía Editorial S.A. de C.V. (México). 1982,

PORTER, Michael E. & MILLAR, Victor E. **How information gives you competitive advantage**. Harvard Business Review, Boston, Jul/Aug 1985.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva**. Editora Campus, Rio de Janeiro, 1990.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Fundamentos da Teoria Econômica**. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997. 237 p.

SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R.. **A economia da informação: Como os princípios econômicos se aplicam à era da internet**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999. 397 p.

SIMON, H.A. **Rational decision making in business organizations**. American Economic Review, v.69, p. 493-513, 1979

Sociedade brasileira de econometria. Disponível em <<http://www.sbe.org.br/site>> Acessado em 15 nov. 2014.

SOUZA, Gueibi Peres; SAMOBYL, Robert Wayne; MIRANDA, Rodrigo Gabriel de. **Métodos simplificados de previsão empresarial**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008. 180 p.

TAPSCOTT, Don; LOWY, Alex; TICOLL, David. **Plano de Ação para uma Economia Digital: Prosperando na nova era do E-Business**. São Paulo: Makron Books, 1998. 368p.

VON MISES, Ludwig. **A ação humana: Um tratado de economia**. 3. ed. São Paulo: Instituto Liberal, 2010. 1019 p.

ZORNIG, Frederico. **Acerte o preço e aumente seus lucros**. Editora Nobel, 2007.

WELSCH, Glenn A. **Orçamento Empresarial. Planejamento e Controle de Lucros**. Editora Atlas, 1977.

APÊNDICES

APÊNDICE 01 – MEMORIAL DO PROCEDIMENTO DE CÁLCULOS DOS CUSTOS

Água

O procedimento de cálculo deste insumo leva em consideração as informações concedidas pela CASAN, empresa que tem a responsabilidade de promover a gestão do fornecimento de água e realizar o tratamento de esgoto na grande Florianópolis para as áreas residenciais, comerciais e industriais.

A área técnica da Casan considera que o consumo médio de água destinado ao exercício de atividades comerciais apresentam as seguintes faixas:

Tarifa aplicada para imóveis destinados ao exercício de atividades comerciais.			
Categoria	Faixa	m ³	Água R\$
Comercial	1	Até 10	52,97/mês
	2	11 a 50	8,7905/m ³
	3	>50	11,0579/m ³
Tarifa de Esgoto = 100% (cem por cento) da tarifa de água impresso			
Fonte: CASAN (2016)			

No caso em referência, ou seja, uma sala comercial com 60 m² tem instalações de água nos banheiros, 2 pias e um lavatório. Nesse sentido estimou-se por informações da locadora do Imóvel que o consumo médio estaria entre 10 a 13 m³/mês. Desse modo o processo de cálculo seria de R\$ 52,97 + R\$ 8,79 *3 = R\$ 79,34/mês.

Aluguel

Contato direto feito com a Imobiliária Brognoli permitiu constatar que o valor mensal de uma sala comercial tem variações na Grande Florianópolis. No caso específico do Bairro Trindade o valor estimado de uma sala de 60 m² estaria em torno de R\$ 1350,00.

Condomínio

Para este fim foi consultado a Suporte Administradora de Condomínios, situado na Avenida Mauro Ramos, a qual presta serviços e consultoria no campo da gestão de Condomínios em Florianópolis. Os valores médios para este tipo de serviço estão na faixa de R\$ 440,00 a R\$ 880,00. Para este trabalho adotou-se o valor de R\$ 880,00 considerando a contratação de um escritório de contabilidade de padrão e referência no mercado.

Depreciação

O cálculo da quota de depreciação levou em consideração o seguinte quadro de móveis e equipamentos:

Investimento em móveis e equipamentos gerais

Descrição	Qte	Preço	Total	Vida útil
Computador All in One Acer Aspire Z1 Intel Core i3 - 4GB 1TB	4	2.564,00	10.256,00	5
Mesa para Escritório Tecno Mobili ME4109 Amendoa	4	650,00	2.600,00	5
Cadeira de Escritório Steve II Preta	4	446,60	1.786,40	5
Telefone Com Fio Siemens Euroset 3005	4	48,00	192,00	5
TOTAL DO INVESTIMENTO			14.834,40	
Valor da depreciação anual			2.966,88	

Neste caso o valor da depreciação anual corresponde a: $R\$ 14.834,00/5 = R\$ 2.966,88$

Energia Elétrica

O procedimento de cálculo deste insumo leva em consideração as informações concedidas pela CELESC, empresa que tem a responsabilidade de promover a gestão do fornecimento de eletricidade em Santa Catarina.

A área técnica da CELESC considera que o consumo médio de eletricidade destinado ao exercício de atividades comerciais apresentam as seguintes faixas:



TABELA DE PREÇOS CELESC

As tarifas de energia elétrica e os preços dos serviços expostos nesta tabela são estabelecidos pela Resolução Homologatória 529, Anexo I, de 06/08/2007, da Agência Nacional de Energia Elétrica - Aneel, e pela Portaria 001, de 04/01/1996, do Ministério das Minas e Energia. Os preços das Normas Técnicas são estipulados pela Celesc.

TARIFAS DE ENERGIA ELÉTRICA (sem incidência de impostos)

Subgrupos	Classificação	Tarifas em R\$	
		Demanda	Consumo
B1	Residencial Baixa Renda	Até 30 kWh	0,10398
		De 31 a 79 kWh	0,17889
		De 80 a 100 kWh	0,18006
		De 101 a 160 kWh	0,27016
		De 161 a 220 kWh	0,30017
	Residencial Normal	0,30017	
B2	Rural Não Cooperativa	0,17836	
	Rural Irrigação	0,00000	
B3	Comercial, Serviços e Outras Atividades	0,28455	
	Industrial	0,28455	
	Poder Público	0,28455	
	Água, Esgoto e Saneamento (Redução 15%)	0,24187	
B4	Iluminação Pública	0,14659	

Fonte: CELESC (2016)

O valor estimado leva em consideração o consumo médio de 250 Kwh ao custo de R\$ 0,28455/kwh, agregado de PIS/PASEP de 0,93%, COFINS de 4,27% e ICMS de 25%. Desse modo, o valor mensal de energia elétrica seria de R\$ 99,02, como segue:

Energia elétrica	
Descrição	Total
Consumo em Kwh	250
Tarafia em Kwh	0,28455
Sub-total	71,14
PIS/PASEP	0,66
COFINS	3,04
ICMS	17,78
Total mensal	92,62

Telefone

Contato realizado com a operadora OI permitiu constatar que para uma sala comercial o Plano mais adequado poderia ser o seguinte:

Operadora OI		
Descrição	Consumo	R\$ 1,00
3 Celulares 4 G	500 minutos	124,00
Internet 4 G	5 GB	49,90
Internet Banda Larga	15 MB	69,90
Telefone fixo	Ilimitado	98,00
Total mensal		341,80

Honorários do contador

Para este fim foi consultado a Suporte Administradora de Condomínios, situado na Avenida Mauro Ramos, a qual presta serviços e consultoria no campo da gestão de Condomínios em Florianópolis. Os serviços contábeis de emissão de boletos, folha de pagamento, entrega de correspondência, cálculo de impostos, dentre outros, teria um valor mensal de R\$ 880,00, o que corresponde a um salário mínimo.

IPTU

Admitido o valor de R\$ 13,45/m² conforme informações da Secretaria Municipal da Fazenda, Planejamento e Orçamento de Florianópolis. Desse modo, o valor anual estimado seria de R\$ 13,45 * 60 m² = R\$

Salários + encargos = Folha de Pagamento

Para efeito de determinar o montante anual de salários e encargos sociais, foi considerado o modelo preconizado pelo Ministério do Trabalho que inclui os parâmetros legais, remuneração, encargos sociais e outros. Considerou também o valor de mercado pago por hora de trabalho por empresas que atuam nos mercados do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília.

Para os profissionais (analistas) que atuam com soluções econométricas o valor médio da hora trabalhada corresponde a R\$ 65,00 e o valor médio de hora trabalhada de um profissional na área de secretariado corresponde a R\$ 6,50. Desse modo, os valores estimados para o período de 2016 a 2021 podem ser vistos na tabela a seguir:

CÁLCULO DA FOLHA DE PAGAMENTO MENSAL - R\$ 1,00							
Analistas Senior 1							
1	Descrição	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Custo da hora trabalhada	60,00	65,00	70,00	75,00	80,00	85,00
	Número de horas anual	2640	2640	2640	2640	2640	2640
	Repouso semanais	1	1	1	1	1	1
	Férias	30	30	30	30	30	30
	13 salário	30	30	30	30	30	30
	Adicional de férias	10	10	10	10	10	10
	Feriados	12	12	12	12	12	12
	Número de analistas	3	3	3	3	3	3
	Distribuição de lucros	0	0	0	0	0	0
	Número de horas dia	7,33	7,33	7,33	7,33	7,33	7,33
2	Remuneração	584.710,2	633.436,1	682.161,9	730.887,8	779.613,6	828.339,5
	Salários	475.200,0	514.800,0	554.400,0	594.000,0	633.600,0	673.200,0
	Repouso semanais	1.319,4	1.429,4	1.539,3	1.649,3	1.759,2	1.869,2
	Férias	39.582,0	42.880,5	46.179,0	49.477,5	52.776,0	56.074,5
	13 salário	39.582,0	42.880,5	46.179,0	49.477,5	52.776,0	56.074,5
	Adicional de férias	13.194,0	14.293,5	15.393,0	16.492,5	17.592,0	18.691,5
	Feriados	15.832,8	17.152,2	18.471,6	19.791,0	21.110,4	22.429,8
3	Encargos sociais	218.096,9	236.271,6	254.446,4	272.621,1	290.795,9	308.970,6
	INSS	116.942,0	126.687,2	136.432,4	146.177,6	155.922,7	165.667,9
	FGTS	49.700,4	53.842,1	57.983,8	62.125,5	66.267,2	70.408,9
	Seguro	17.541,3	19.003,1	20.464,9	21.926,6	23.388,4	24.850,2
	Salário Educação	14.617,8	15.835,9	17.054,0	18.272,2	19.490,3	20.708,5
	SESI/SESC	8.770,7	9.501,5	10.232,4	10.963,3	11.694,2	12.425,1
	SENAI/SENAC	5.847,1	6.334,4	6.821,6	7.308,9	7.796,1	8.283,4
	INCRA	1.169,4	1.266,9	1.364,3	1.461,8	1.559,2	1.656,7
	SEBRAE	3.508,3	3.800,6	4.093,0	4.385,3	4.677,7	4.970,0
4	Outros custos	88.504,2	88.504,2	88.504,2	88.504,2	88.504,2	88.504,2
	Alimentação	27.000,0	27.000,0	27.000,0	27.000,0	27.000,0	27.000,0
	Transporte	9.000,0	9.000,0	9.000,0	9.000,0	9.000,0	9.000,0
	Seguro obrigatório	52.504,2	52.504,2	52.504,2	52.504,2	52.504,2	52.504,2
5	TOTAL (2+3+4)	891.311,3	958.211,9	1.025.112,5	1.092.013,1	1.158.913,7	1.225.814,3

APÊNDICE 02 – CURRÍCULO DO EMPREENDEDOR



Patrick Pirolo

Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/3579830517931155>
Última atualização do currículo em 03/02/2015

Possui graduação em Gestão de Tecnologia da Informação pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC - 2013) e é bacharelado em ciências econômicas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Tem experiência na área de ciência da computação e programação em sistemas embarcados. Participou do programa de cooperação internacional para intercâmbio de estudantes (PROPICIE) com erasmus na universidade Técnica de Ilmenau na Alemanha (development and implementation of a web service in a microcontroller). É atualmente membro do conselho superior do IFSC (CONSUP). Foi fundador e presidente da Brasil TI empresa júnior (2012 - 2014), diretor científico do centro acadêmico do curso de Gestão de TI (2013 - 2014), membro eleito para o colegiado acadêmico do departamento de saúde e serviços (DASS - 2011), voluntário no grupo de pesquisa em modelagem do conhecimento (GMOC) e participante do grupo de pesquisa científica e tecnológica em produção e gestão (GPCT).
(Texto informado pelo autor)

Identificação

Nome	Patrick Pirolo 
Nome em citações bibliográficas	PIROLO, P.

Endereço

Endereço Profissional	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Escola Técnica Federal de Santa Catarina. Av. Mauro Ramos Centro 88020-301 - Florianópolis, SC - Brasil
------------------------------	---

Formação acadêmica/titulação

2009	Graduação em andamento em Ciências Econômicas. Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Brasil.
2009 - 2013	Graduação em Gestão da Tecnologia da Informação. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, IFSC, Brasil. com período sanduíche em Technische Universität Ilmenau (Orientador: Antônio Pereira Cândido).
2009 - 2010	Curso técnico/profissionalizante. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, IFSC, Brasil.
2004 - 2006	Ensino Médio (2º grau). Colégio Geração.

Formação Complementar

2013 - 2013	Avaliação Econômica de Projetos Sociais. (Carga horária: 100h). Fundação Itau Social.
2012 - 2012	Extensão universitária em Curso Extracurricular de Língua Estrangeira. (Carga horária: 60h). Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Brasil.
2012 - 2012	Web Design. (Carga horária: 116h). Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SC.
2011 - 2012	Competências para o Ciclo de Desenv. de Inovações.. (Carga horária: 184h). Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Brasil.
2011 - 2012	Deutsch als Fremdsprache. Technische Universität Ilmenau.
2011 - 2012	Linguagem C para sistemas embarcados. (Carga horária: 50h). Microgenios Microcontroladores.
2011 - 2011	Aluno monitor. (Carga horária: 140h). Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia.
2011 - 2011	Curso de Capacitação em Programação Java. (Carga horária: 150h). V.Office Consultores Associados.
2010 - 2010	Programação Java Desktop Básico. (Carga horária: 100h). Centro Nacional de Ensino Tecnológico.
1999 - 2005	Inglês avançado. (Carga horária: 520h). Centro de Comunicação Inglesa.

Atuação Profissional

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, IFSC, Brasil.

Vínculo institucional

2011 - 2012 Vínculo: Colaborador, Enquadramento Funcional: Aluno, Carga horária: 20

Vínculo institucional

2011 - 2012 Vínculo: Bolsista, Enquadramento Funcional: Pesquisador, Carga horária: 40

Outras informações

Research on Development and Implementation of a Web Server on a C.

Projetos de pesquisa

2010 - Atual	<p>Grupo de Modelagem do conhecimento</p> <p>Descrição: Grupo que desenvolve pesquisas aplicadas no que se refere a representação do conhecimento através de ontologias. Os objetivos do grupo são conhecer, desenvolver e aplicar metodologias na construção de modelagem de domínio de conhecimento. Avaliar o grau de contribuição da aplicação de modelos de domínio de conhecimento na educação tecnológica e dar suporte computacional aos modelos de domínio do conhecimento construídos..</p> <p>Situação: Em andamento; Natureza: Pesquisa.</p> <p>Alunos envolvidos: Graduação: (2) .</p> <p>Integrantes: Patrick Pirollo - Integrante / Antônio Pereira Cândido - Coordenador / Lincoln Hawff - Integrante.</p> <p>Financiador(es): Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina - Auxílio financeiro.</p>
---------------------	--

Projetos de extensão

2014 - 2014

Organização da palestra "Crítica à razão acadêmica e a a universidade necessária".

Descrição: Palestra sobre ciência, tecnologia e subdesenvolvimento promovida pelo centro acadêmico do curso de Gestão de TI e patrocinado pela empresa Júnior Brasil TI: <http://www.youtube.com/watch?v=QJziflgyHdk>.

Situação: Concluído; Natureza: Extensão.

Alunos envolvidos: Graduação: (45) .

Integrantes: Patrick Pirolo - Coordenador.

Projetos de desenvolvimento

2011 - 2012

Desenvolvimento de aplicativos de suporte ao desenvolvimento organizacional por meio da gestão por processos.

Descrição: O desenvolvimento de aplicativos de suporte ao desenvolvimento organizacional por meio da gestão por processos terá como locus de experimentação a empresa Júnior Brasil TI. Vale salientar que o modo de formação do conhecimento em uma empresa Júnior é do tipo pensamento/ação e traz um resultado direto na prática para dentro dos cursos na qual ela se vincula..

Situação: Concluído; Natureza: Desenvolvimento.

Alunos envolvidos: Graduação: (2) .

Integrantes: Patrick Pirolo - Integrante / Jorge Luiz Silva Hermenegildo - Coordenador.

Financiador(es): Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina - Auxílio financeiro.

Áreas de atuação

1. Grande área: Ciências Exatas e da Terra / Área: Ciência da Computação.
2. Grande área: Ciências Sociais Aplicadas / Área: Economia / Subárea: Economia Industrial/Especialidade: Mudança Tecnológica.

Idiomas

Inglês	Compreende Bem, Fala Bem, Lê Bem, Escreve Bem.
Alemão	Compreende Razoavelmente, Fala Pouco, Lê Razoavelmente, Escreve Razoavelmente.
Espanhol	Compreende Bem, Fala Razoavelmente, Lê Bem, Escreve Razoavelmente.

Produções

Produção técnica

Redes sociais, websites e blogs

1. ★ **PIROLO, P.** . A xepa da comunidade científica. 2014; Tema: Popularização da política nacional de C&T. (Site).

Demais tipos de produção técnica

Eventos

Participação em eventos, congressos, exposições e feiras

1. Critical discourse analysis and qualitative methods in the study of public policy. 2014. (Seminário).
2. IV seminário do NECAT -Planejamento e descentralização administrativa em Santa Catarina. 2014. (Seminário).
3. 1º Seminário/Workshop Nacional de Governança Pública do Governo de Santa Catarina. 2014. (Seminário).
4. Jornadas Bolivarianas - A América Latina e os 40 anos da teoria da dependência. 2014. (Seminário).
5. Perspectivas contemporâneas sobre a sociedade civil. 2014. (Seminário).
6. Simpósio: TIC, software e bases de dados. 2014. (Simpósio).
7. Aspectos monetário-financeiros da integração da América Latina. 2014. (Oficina).
8. Encontro Ibero-americano de governo eletrônico e inclusão digital. 2014. (Encontro).
9. XIX Encontro Nacional de Economia Política - (Neo)desenvolvimentismo em questão. 2014. (Encontro).
10. 8º Fórum da Associação Mundial de Economia Política (WAPE) - Desigualdade e Capitalismo Mundial: análises, política e ação. 2013. (Congresso).
11. Política Institucional de Propriedade Intelectual e Inovação da Universidade Federal de Santa Catarina. 2013. (Seminário).
12. Curso Intermediário de Extensão em Propriedade Industrial do INPI. 2013. (Seminário).
13. Filmes de economia - Sessão: Margin Call. 2013. (Seminário).
14. Jornadas Bolivarianas - Megaeventos esportivos: impactos, consequências e legados para o continente latino-americano. 2013. (Seminário).
15. Os limites do capital e o direito à cidade. 2013. (Seminário).
16. SIIPE - Simpósio Internacional sobre Interdisciplinaridade no Ensino, Pesquisa e Extensão - Região Sul. 2013. (Simpósio).
17. Oficina de busca. 2013. (Oficina).
18. Expo Money - Educação Financeira e Investimentos. 2012. (Congresso).
19. XII Conferência Anpei de Inovação Tecnológica - Competição Global e Sobrevivência Local. 2012. (Congresso).
20. II Fórum Mundial de Educação Profissional e Tecnológica. 2012. (Congresso).
21. Processo de pré-incubação de negócios inovadores - SEPEX. 2012. (Congresso).

22. A Profissão do Economista - Rubens Sawaya. 2012. (Seminário).
23. VIII Saeco - Semana Acadêmica de Economia - Conjecturas Acerca da Economia Global. 2012. (Seminário).
24. Jornadas Bolivarianas: O Caribe: Espaço Estratégico na América Latina. 2012. (Seminário).
25. Aula Magna - O Economista Pós Universidade - Perspectivas e Dilemas da Profissão. 2012. (Seminário).
26. Social Good Brasil. 2012. (Seminário).
27. I Seminário de Avaliação e Resultados do Programa Geração Tec. 2012. (Seminário).
28. Semana Acadêmica de GTI.Mesa redonda - Discussão do Curso Superior de Tecnologia em GTI e sua projeção. 2012. (Seminário).
29. Semana Acadêmica do curso de GTI.Processo de Concepção e Consolidação de projeto Empresa Júnior no IF-SC. 2012. (Seminário).
30. A Falência do euro, Ingovernabilidade imperialista e possibilidades de guerra civil na união européia. 2012. (Seminário).
31. SEPEX - Processo de pré-incubação de negócios inovadores. 2012. (Simpósio).
32. SNCT - Semana Nacional de Ciência e Tecnologia.Projetos e atividades desenvolvidas na Empresa Júnior do CST em GTI. 2012. (Simpósio).
33. Produção textual e acadêmica - REUNI. 2012. (Oficina).
34. Encontro da Qualidade e produtividade em Software. 2012. (Encontro).
35. Expo Money - Educação Financeira e Investimentos. 2011. (Congresso).
36. Ciclo mpe.net - Comércio eletrônico para micro e pequena empresa. 2011. (Seminário).
37. Mídia, educação e subjetividade. 2011. (Seminário).
38. Jornadas Bolivarianas - Imperialismo e Cultura na América Latina. 2011. (Seminário).
39. Workshop Gestão e Sustentabilidade (Open University e EGC). 2011. (Seminário).
40. Semana Acadêmica de Economia (SAECO). 2011. (Seminário).
41. IVª - Semana Acadêmica da Engenharia de Produção (SAEP) - World Class Manufacturing. 2011. (Oficina).
42. APF - Análise e Planejamento Financeiro. 2011. (Outra).
43. IEL - Marketing pessoal. 2011. (Outra).
44. 11º FISL (Fórum Internacional Software Livre). 2010. (Congresso).
45. VIIº Latinoware (Conferência Latino-Americana de Software Livre). 2010. (Congresso).
46. IIIª Semana Acadêmica de Engenharia de Produção (IIIª SAEP) Gerenciamento de projetos (PMI). 2010.

(Seminário).

47. Semana Acadêmica de Economia (SAECO). 2010. (Seminário).
48. 10º FISL (Fórum Internacional Software Livre). 2009. (Congresso).
49. VIº Latinoware (Conferência Latino-Americana de Software Livre). 2009. (Congresso).
50. IIª Semana Acadêmica de Engenharia de Produção (IIª SAEP) Introdução ao Mercado de Capitais. 2009. (Seminário).
51. Semana Acadêmica do CMN 2009.2 - O Primeiro Movimento da Crise e seus Impactos na América Latina. Prof. Dr. Plínio de Arruda Sampaio Júnior. 2009. (Seminário).
52. Semana Acadêmica do CMN 2009.2 - A Crise, que Crise?. Prof. Dr. Immanuel Wallerstein. 2009. (Seminário).
53. Semana Acadêmica do CMN 2009.2 - O Campo das Relações Internacionais no Brasil. Profª. Dra. Flávia de Campos Mello.. 2009. (Seminário).
54. Gestão de processos: Da avaliação de desempenho a TI. 2009. (Oficina).
55. Sistema de gestão da qualidade no mini-cursos PET. 2009. (Oficina).
56. IIº Workshop de Educação Financeira. 2009. (Encontro).
57. IIª Semana Acadêmica de Engenharia de Produção (IIª SAEP) Transformando Conflitos em Produtividade. 2009. (Outra).

Inovação

Projeto de extensão

Educação e Popularização de C & T

Redes sociais, websites e blogs

1. ★ **PIROLO, P.** . A xepa da comunidade científica. 2014; Tema: Popularização da política nacional de C&T. (Site).

APÊNDICE 03 – CONTATOS PARA PROSPECÇÃO DE CLIENTES

Alimentação	Bares e restaurantes	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes	http://www.abrasel.com.br/
	Café	Associação Brasileira da Indústria de Café	http://abic.com.br/
	Leite	Milknet	http://www.milknet.com.br
	Leite	<u>Associação Brasileira dos Produtores de Leite</u>	http://www.leitebrasil.org.br/
	Pães e massas	Associação Brasileira de Massas Alimentícias, Pães e Bolo Industrializado	http://www.abima.com.br/
	Trigo	Associação Brasileira da Indústria de Trigo	http://www.abitrigo.com.br/
Agronegócio	Adbos	<u>Associação Nacional para Difusão de Adubos - ANDA</u>	http://www.anda.org.br/
	Agricultura	Ministério da Agricultura	http://www.agricultura.gov.br/
	Agronegócios em geral	<u>Associação Brasileira do Agronegócio - ABAG</u>	http://www.abag.com.br/
	Agronegócios em geral	MF Rural	http://www.mfrural.com.br
	Agricultura e pecuária	Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil	http://www.canaldoprodutor.com.br
	Avicultura	<u>União Brasileira de Avicultura - UBABEF</u>	http://www.abef.com.br/ubabefnovo/index.php
	Carne Suína	<u>Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína - ABIPECS</u>	http://www.abipecs.org.br/
	Citricultura	<u>Associação Brasileira de Citricultores - ASSOCITRUS</u>	http://www.associtrus.com.br/
	Óleos vegetais	<u>Associação Brasileira das</u>	http://www.abiove.org.br/site/i

		<u>Indústrias de Óleos Vegetais - ABIOVE</u>	ndex.php
Aeroespacial	Aeroespacial	Associação das Indústrias Aeroespaciais no Brasil	http://www.aiab.org.br
Automotiva	Autopeças	Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores	http://www.sindipecas.org.br
	Veículos	Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores	http://www.anfavea.com.br/index.html
Eletroeletrônica	Eletroeletrônica em geral	Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica	www.abinee.org.br/abinee/
	Produtos eletroeletrônicos	<u>Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos - ELETROS</u>	http://www.eletros.org.br/
Marketing	Marketing	Associação Brasileira de Marketing e Negócios	http://www.abmn.com.br/menu/index.asp
	Marketing digital e mídia	Emarketer	http://www.emarketer.com/Welcome.aspx
	Mobile marketing	Latam	http://mmaglobal.com/region/latam
Vestuário e calçados	Calçados	<u>Associação Brasileira das Indústrias de Calçados - Abicalçados</u>	http://www.abicalcados.com.br/index.html
	Calçados	Associação Brasileira de Estilistas de Calçados e Afins	http://www.abeca.org/institucional3.php
	Couro	<u>Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos - ASSINTECAL</u>	http://ww3.assintecal.org.br/
	Estilistas	Associação Brasileira da Estilistas	http://www.abest.com.br/

	Fornecedores	Associação Nacional dos Fornecedores da Indústria Calçadista e Afins	http://www.afic.com.br/
	Gemas e metais preciosos	Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos	http://www.ibgm.com.br/
	Jóias e semi-jóias	Portal Joia Br.	http://www.joiabr.com.br/associacoes.html
	Maquinário	<u>Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os Setores do Couro, Calçados e Afins - ABRAMEQ</u>	http://www.abrameq.com/
	Shoppings	Associação Brasileira de Shopping Centers	http://www.portaldoshopping.com.br/
	Shoppings	Shopping Brasil	http://www.shoppingbrasil.com.br/portal/index.php
	Têxtil	Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção	http://www.abit.org.br/site/
	Vestuário	<u>Associação Brasileira do Vestuário - ABRAVEST</u>	http://www.abraviest.org.br/
Tecnologia da informação	Consultoria TI	E-Consulting	www.e-consultingcorp.com.br
	Informática	<u>Sociedade de Usuários de Informática e Telecomunicações de São Paulo - SUCESU-SP</u>	http://www.sucesusp.org.br/portal/installation/index.php
	Internet	Seattle Times	http://blog.seattletimes.nwsour ce.com/brierdudley/Convo.jpg
	Internet	Secundados	http://www.secundados.com.br/
	Negócios online	<u>E-business Brasil</u>	http://www.ebusinessbrasil.com.br/
	Tecnologia	Tech Church	http://techcrunch.com/
	TI	Grupo Série Estudos	http://www.serieestudos.com

			br
	TI	<u>Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação - ASSESPRO</u>	http://assespro.org.br/
Brinquedos	Brinquedos	Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos	http://www.abrinq.com.br/
Indústria de base	Aço	<u>Instituto Aço Brasil</u>	http://www.acobrasil.org.br/site/portugues/index.asp
	Energia Elétrica	Agencia Nacional de Energia Elétrica	http://www.aneel.gov.br/
	Energia Elétrica	Câmara de Comercialização de Energia Elétrica	http://www.mae.org.br/
	Ferroviário	Revista Ferroviária	http://www.revistaferroviaria.com.br/pagina_catalogo_busca.asp?TxTipo=E&todos=1
	Óleo e Gás	Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustível	http://www.ibp.org.br/
	Saneamento	IBGE - Atlas do Saneamento (Pago)	http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/atlas_saneamento/default_saneamento.shtml
Borracha	Artefatos de borracha	<u>Associação Brasileira das Indústrias de Artefatos de Borracha - ABIARB</u>	http://www.borracha.com.br/
Cerâmica	Cerâmica em geral	<u>Associação Brasileira de Cerâmica - ABC</u>	http://www.abceram.org.br/site/index.php
Embalagem	Embalagem	<u>Associação Brasileira de Embalagem - ABRE</u>	http://www.abre.org.br/
	PET	<u>Associação Brasileira da Indústria do PET - ABIPET</u>	http://www.abipet.org.br/index.html
Madeira e mobiliário	Alta decoração	Associação Brasileira da Indústria de Móveis de Alta	http://www.abimad.com.br/

		Decoração	
	Indústrias de móveis	Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário	http://www.abimovel.com/
	Mobiliário corporativo	Associação Brasileira de Mobiliário Corporativo	http://www.abramco.org.br/duvidas.php
Máquinas e equipamentos		<u>Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos - ABIMAQ</u>	http://www.abimaq.org.br/
Metalurgia	Alumínio	<u>Associação Brasileira do Alumínio - ABAL</u>	http://www.abal.org.br/
	Fundição	<u>Associação Brasileira de Fundição - ABIFA</u>	http://www.abifa.com.br/
	Metalurgia	<u>Associação Brasileira de Metalurgia, Materiais e Mineração- ABM</u>	http://www.abmbrasil.com.br/
	Tubos e acessórios	<u>Associação Brasileira da Indústria de Tubos e Acessórios de Metal - ABITAM</u>	http://www.abitam.com.br/
Papel e celulose	Celulose	<u>Associação Brasileira de Celulose e Papel - BRACELPA</u>	http://www.bracelpa.org.br/br a2/index.php
	Celulose	<u>Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel - ABTCP</u>	http://www.abtcp.org.br/Home.aspx
Produtos químicos	Defensivos genéricos	<u>Associação Brasileira dos Defensivos Genéricos - AENDA</u>	http://www.aenda.org.br/
	Indústria	<u>Associação Brasileira da Indústria Química - ABIQUIM</u>	http://www.abiquim.org.br/home/associacao-brasileira-da-industria-quimica
	Polímeros	<u>Associação Brasileira de Polímeros - ABPol</u>	http://www.abpol.com.br/

	Química fina	<u>Associação Brasileira das Indústrias de Química Fina, Biotecnologia e suas Especialidades - ABIFINA</u>	http://www.abifina.org.br/
	Resinas plásticas	<u>Sindicato da Indústria de Resinas Plásticas - SIRESP</u>	http://www.siresp.org.br/
Construção e atividades imobiliárias	Atividades imobiliárias	Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis	http://www.abadi.com.br/
	Construção	IBGE - SINAPI	http://www1.caixa.gov.br/gov/gov_social/municipal/programa_des_urbano/SINAPI/saiba_mais.asp
	Construção civil	Câmara Brasileira da Construção Civil	http://www.cbic.org.br/
	Mercado imobiliário	Associação Brasileira de Mercado Imobiliário	http://www.abmi.org.br/
	Mercado imobiliário	Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis	http://www.abadi.com.br/
Plástico	Plástico	Associação Brasileira da Indústria do Plástico	http://www.abiplast.org.br/
Saúde	Equipamentos médicos e odontológicos	Associação Brasileira de Indústria de Artigos e Equipamentos Médicos	http://www.abimo.org.br/
	Hospitais	Federação Brasileira de Hospitais	http://fbh.com.br
	Saúde	Confederação Nacional de Saúde	http://www.cns.org.br/links/DADOS_DO_SETOR.htm
Educação	Estatísticas Educação	GEPE - Gabinete de Estatística e Planejamento da Educação	http://www.gepe.min-edu.pt/np4/estatisticas
	Educação	UNESCO	http://www.unesco.org/new/pt/brasil/brasilia/about-this-office/unesco-resources-in-

			brazil/statistics/
Logística	Logística	Associação Brasileira de Logística	http://www.aslog.org.br/novo/
	Transporte, armazenagem e correio	Ministério dos Transportes	http://www.transportes.gov.br/
Dados gerais		Ernst & Young Terco	www.ey.com/BR/pt/Industries/
		Euromonitor internacional	http://www.euromonitor.com/brazil
		IEMI	http://www.iemi.com.br/
		IPEA - Institutos de Pesquisa Econômica Aplicada	http://www.ipea.gov.br/portal/
		GEP - Gabinete de Estratégia e Planejamento	http://www.gep.msss.gov.pt/estatistica/be/indicebe.php
		Online Marketing Trends	http://www.onlinemarketing-trends.com/p/infographic-data.html#.UP0niSdJMug
		Compilado de estatísticas governamentais	http://dados.gov.br/
		Investe São Paulo - Associações Empresariais	http://www.investe.sp.gov.br/guia/guia_associacoes-empresariais
Turismo	Turismo em geral	Ministério do Turismo - Dados e fatos	http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html
	Turismo em geral	Brasil Turismo	http://www.brasilturismo.com/
Entretenimento	Cultura	Ministério da Cultura	http://www.cultura.gov.br/site/
	Eventos	Associação Brasileira de Empresas de Eventos	http://www.abeoc.org.br/
Cosméticos	Cosméticos	ANVISA - Cosméticos	http://www.anvisa.gov.br/cosmeticos/banco.htm

	Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos	http://www.abihpec.org.br/
Esporte	Artigos esportivos	Associação Brasileira da Indústria do Esporte	http://www.abriesp.com.br/index.asp
Call center	Tele serviços	Associação Brasileira de Tele serviços	http://www.abt.org.br/

Fonte: *Endeavor* Brasil. Curso Bota pra Fazer.