



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
ÁREA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

**OPORTUNIDADES E PROSPECÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS
NO DISTRITO FEDERAL**

VICTOR GUIMARÃES BATISTA RAMOS
RA: 2052359/0

PROFESSOR ORIENTADOR:
Prof. Dr. LUIS ANTONIO PASQUETTI

Brasília-DF, maio de 2008

VICTOR GUIMARÃES BATISTA RAMOS

Oportunidades e prospecção de novos negócios no Distrito Federal

Trabalho apresentado à faculdade de ciências sociais aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de bacharel em administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Orientador: Prof. Luis Antonio Pasquetti

Brasília-DF, maio de 2008

VICTOR GUIMARÃES BATISTA RAMOS

Oportunidades e prospecção de novos negócios no Distrito Federal

Trabalho apresentado à faculdade de ciências sociais aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de bacharel em administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Orientador: Luis Antonio Pasquetti

Brasília, ___ de _____ de 2008

Banca Examinadora:

Orientador.
Prof. Luis Antonio Pasquetti

Prof.
Examinador

Prof.
Examinador

Dedico este trabalho aos professores que estimularam o espírito empreendedor nos seus alunos no decorrer do curso. Transmitiram ensinamentos, compartilharam experiências e despertaram em cada um de nós o desejo de criar, ousar e empreender.

Muito agradeço: ao meu Pai – exemplo de empresário e administrador – que me ensinou o amor ao trabalho e a coragem para empreender; à minha mãe – administradora por formação – pelo carinho, ajuda e dedicação – em todos os momentos; ao meu irmão, Bernardo, pelo exemplo de companheirismo e humildade; à minha namorada, Natália, pelo incentivo e compreensão nos momentos de ausência. Finalmente, os meus sinceros agradecimentos ao meu orientador, Prof. Luis Antonio Pasquetti, por seus ensinamentos, pela paciência e dedicação.

RESUMO

O tema desta monografia é “Oportunidades e prospecção de novos negócios no Distrito Federal”. Este tema foi escolhido com o objetivo de se conhecer melhor os setores que estão em crescimento e, principalmente, aqueles que, diante dos Bons resultados recentes, apresentam prospecção para o futuro. O Processo de Planejamento foi o método teórico utilizado para fundamentar o trabalho, que buscou os resultados econômicos dos setores que estão em expansão. Foram utilizados dados como: características da população, idade média, renda *per capita* grau de escolaridade, tendências culturais e outros dados estatísticos, com a finalidade de se conhecer quais são, os setores econômicos que apresentam boas perspectivas para o futuro. Este trabalho realizou algumas pesquisas exploratórias e descritivas sobre o tema em questão. A intenção foi buscar o melhor segmento para concretização do negócio. Concluiu-se, assim, que apesar das dificuldades encontradas como a amplitude do tema e as dificuldades para a escolha dos negócios, foi possível chegar ao detalhamento de alguns segmentos promissores no DF, assim como as políticas governamentais para essas atividades.

Palavras-chaves: *pesquisa, prospecção, planejamento, oportunidades, detalhamento e implementação.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO I: REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
1.1 PLANEJAMENTO.....	11
1.1.1 Atitude pró ativa.....	11
1.1.2 Atitude reativa.....	12
1.1.3 Equilíbrio de forças.....	12
1.2 PROCESSO DE PLANEJAMENTO.....	12
1.2.1 Aquisição dos dados de entrada.....	12
1.2.2 Processamento dos dados de entrada.....	12
1.2.3 Elaboração de planos.....	13
1.3 TIPOS DE PLANOS.....	14
1.3.1 Planos temporários.....	14
1.3.2 Planos permanentes.....	14
1.4 POLÍTICAS.....	15
1.5 PROCEDIMENTOS.....	15
1.6 TÉCNICAS PARA ESTUDAR O FUTURO.....	15
1.6.1 Lidando com a certeza.....	15
1.6.2 Lidando com a incerteza.....	17
CAPÍTULO II: CARACTERIZAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL.....	18
2.1 A ECONOMIA NO DF.....	20
2.2 BRASÍLIA, CAPITAL DAS OPORTUNIDADES.....	20
2.3 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS.....	21
CAPÍTULO III: O AMBIENTE PARA NEGÓCIOS EM BRASÍLIA.....	24

3.1	COMÉRCIO.....	26
3.2	SERVIÇOS.....	27
3.3	INDÚSTRIA.....	29
3.4	ANÁLISE ATUAL DOS SETORES.....	30
3.5	DEFINIÇÃO DOS SEGMENTOS.....	31
	3.5.1 Informática e tecnologia da informação.....	32
	3.5.2 Setor automotivo.....	34
	3.5.3 Moda e vestuário.....	36
	3.5.4 Construção Civil.....	38
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
	REFERÊNCIAS.....	43

INTRODUÇÃO

O interesse pelo tema surgiu durante o curso de administração, pois a idéia de investir em novos negócios é muito atraente, principalmente, para os alunos deste curso. O atual cenário econômico também é um agente motivador, pois transmite, a curto e médio prazo, solidez e segurança ao investidor.

Após troca de idéias com o orientador foi decidido que o caminho seria aprofundar esta pesquisa com enfoque em Brasília buscando dados de instituições oficiais, como o IBGE e o SEBRAE, por exemplo, e, também, das federações comerciais, a fim de se obter uma base confiável de pesquisa. Diante de tantas oportunidades esta pesquisa poderá auxiliar os futuros empreendedores a definir o seu novo negócio ou setor de investimento. É importante salientar que com o aquecimento do mercado existem vários setores em alta facilitando, assim, a escolha daquele que mais se encaixa com as características do investidor.

O levantamento de dados é fundamental para a realização desta pesquisa e tem como objetivo, ao final do trabalho, apontar qual será o segmento e a melhor oportunidade de investimento. O ponto de partida foram os dados estatísticos, fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a respeito do Distrito Federal, tais como: renda média da população, PIB local, setores que mais se destacam na região, preferências da população (hábitos e costumes), idade média dos habitantes, entre outros parâmetros. Brasília foi a cidade onde, inicialmente, pretende-se começar esse novo empreendimento.

Na pesquisa foram identificadas iniciativas como a criação da Cidade do Automóvel, o Parque Capital Digital e o Pólo de Moda. Estes são alguns exemplos de mercados que estão se abrindo de forma mais consolidada, que oferecem ao empreendedor que chegar à cidade uma ótima infra-estrutura.

O objetivo geral desta monografia é realizar uma prospecção e análise das oportunidades no mercado do Distrito Federal. Como objetivos específicos pretende-se realizar uma análise do contexto empresarial, dos empreendimentos e negócios, levantar os conceitos para a realização do planejamento estratégico, fazer o plano de negócio e analisar os principais setores econômicos que poderão propiciar novas oportunidades de empreendimentos em Brasília. O problema posto para este trabalho foi: “Quais são os segmentos em prospecção, que poderão absorver investimentos no DF?”. A metodologia teve como fontes: Internet, revistas e livros,

para que o trabalho pudesse ser fundamentado teoricamente. A partir daí foi possível identificar os setores econômicos de maior crescimento no Brasil, afunilando a pesquisa para o centro oeste e depois para o DF.

Para a classificação desta pesquisa, utilizou-se o critério apresentado por Vergara (2000), que qualifica segundo dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa foi do tipo exploratória e descritiva.

A investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa (Vergara 2000)

A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação(Vergara 2000).

Este estudo também é caracterizado como uma pesquisa bibliográfica.

Pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com material publicado em livros, revista, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral.(Vergara 2000)

O trabalho tem início com uma introdução sobre o tema e seus aspectos relevantes. Depois vem a metodologia usada para obter o material necessário para a execução do trabalho. O referencial teórico faz todo o embasamento do trabalho dando fundamento ao tema, através da análise técnica. As oportunidades descrevem o DF mostrando estatísticas, características culturais números da população em faixa etária e como funciona a economia local. A análise de dados filtra as informações adquiridas durante o trabalho, e traz dados locais para se definir o setor econômico e segmento que serão escolhidos para concretizar o trabalho. Depois vem a conclusão e o referencial teórico.

CAPITULO I: REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 PLANEJAMENTO

O planejamento é uma ferramenta essencial utilizada para administrar as relações com o futuro. Sua aplicação é fundamental no processo de tomada de decisões, pois são elas que no futuro darão um sentido ao negócio.

Para a moderna psicologia, planejar é uma função cognitiva superior, um tipo refinado de habilidade. A capacidade de lidar com o futuro por meio do planejamento reflete, portanto, uma forma de inteligência. Planejar é o resultado de adotar atitudes favoráveis a mudança, pois reconhece esta necessidade e determina as ações necessárias para fazer a mudança acontecer. De acordo com Maximiano (2005) o tempo é a grande vitrine disso e com o passar dos anos aparecem essas grandes mudanças, quanto maior o intervalo de tempo, maiores elas são. Um exemplo disso: Microsoft e Windows eram nomes desconhecidos nos anos 80, Grupo Matarazzo e outras tantas empresas familiares eram enormes até os anos 60 e pós anos 2000 muitos nunca nem ouviram falar. Portanto, seja pelo crescimento de uma cidade, do país ou das organizações, pelas mudanças na economia, para sobreviver é necessário que as organizações se transformem ao longo do tempo. Aquelas que resistirem as mudanças tendem a desaparecer.

O planejamento entra nessa história toda antes das mudanças. É ele que dará a linha de base para que os processos aconteçam. A capacidade de sobrevivência é explicada também pela atitude dos administradores em relação ao futuro. A Atitude pode ser proativa ou reativa. Para Maximiano, existem três atitudes em relação ao Planejamento:

1.1.1 Atitude pró ativa

Pode ser representada pela atitude dos administradores que processam de maneira positiva os *inputs* que vem do ambiente e de dentro da organização. As informações, utilizadas proativamente, provocam mudanças que permitem a organização alterar seus sistemas internos e suas relações com o ambiente. São atitudes proativas: entendimento das forças do ambiente, impulso e desejo de mudança e antecipação aos eventos. O tempo de aplicação também é determinante para se distinguir uma empresa proativa de uma reativa. Quanto maior for o tempo de reação a administração torna-se reativa.

1.1.2 Atitude reativa

Estabilidade é a palavra chave para descrever essa atitude. É a reação dos administradores que processam negativamente as informações que vem do ambiente externo e de dentro da própria organização. São atitudes reativas: rejeição das informações do ambiente, tendência para a estabilidade e reação aos eventos (MAXIMIANO: 2005).

1.1.3 Equilíbrio de forças

Os dois tipos de força – pró ativa e reativa - estão presentes e são necessários. As organizações de grande porte não podem alterar seus objetivos ou mesmo um programa de trabalho a todo momento. É necessário que se tenha uma certa permanência. As forças variam de organização para organização algumas são mais conservadores e preferem a estabilidade e outras mais arrojadas e empreendedoras. O fato é que ter uma atitude pro ativa é importante para o crescimento e para mudança; a reativa é importante para manter o equilíbrio e impedir as mudanças desnecessárias.

1.2 PROCESSO DE PLANEJAMENTO

1.2.1 Aquisição dos dados de entrada

São informações sobre o presente, passado ou futuro do ambiente externo e dos sistemas internos da organização. Esses dados de entrada mostram necessidades, ameaças, oportunidades ou uma situação com a qual o, administrador, devera lidar.(MAXIMIANO: 2005)

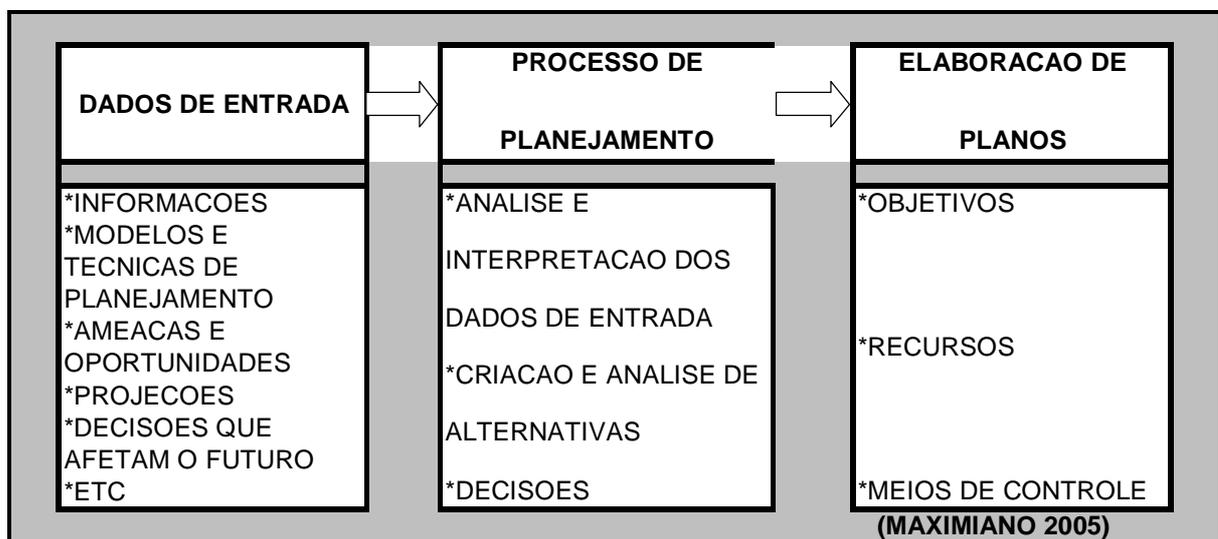
1.2.2 Processamento dos dados de entrada

Significa interpretar o significado das informações, identificar as alternativas para lidar com as necessidades, ameaças, oportunidades ou situações previsíveis do futuro, avaliar as alternativas e escolher um curso de ação ou objetivo. É um processo que trabalha a informação de forma a produzir novas informações e decisões.

1.2.3 Elaboração de planos

É o resultado do processo de planejamento. Um plano é o registro das decisões resultantes do processamento dos dados de entrada. Um plano tem que ter, pelo menos, o objetivo, os meios de realização e de controle. O resultado dos três é o plano da empresa. O meio de definir os objetivos chama-se planejamento estratégico e o de definir os meios de realização e de controle chama-se planejamento operacional. (MAXIMIANO: 2005)

Figura 1: Fases do Processo de Planejamento.



Fonte: Maximiano, 2005

Para Maximiano (2005), o plano estabelece, também, que situação deverá ser alcançada, os meios necessários para alcançá-la e os recursos que serão aplicados nesse esforço. Também devem incluir uma previsão dos meios de controle de ação e do consumo dos recursos, para assegurar a realização dos objetivos.

1.2.3.1 Objetivos

São os fins, propósitos, intenções ou estados futuros que as pessoas e as organizações pretendem alcançar, por meio da aplicação de esforços e recursos. Objetivos são os resultados desejados, que orientam o intelecto e a ação. São os fins, os estudos futuros que as pessoas e as organizações pretendem alcançar por meio da aplicação de esforços e recursos à realização das atividades. Apesar de nem sempre estarem explícitos, os objetivos são a parte mais importante dos planos. São exemplos de objetivo: fazer parte de uma grande empresa, lançar um novo produto, criar um novo serviço, entre outros. Os objetivos podem ser

associados a indicadores específicos e mensuráveis de desempenho, como quantidade, data, nível de qualidade ou ordem de grandeza dos recursos empregados.

1.2.3.2 Meios de realização

Definem o caminho a ser seguido. Um plano deve conter uma definição dos cursos de ação, das atividades operacionais e dos recursos necessários para realizar os objetivos. As ações ou atividades envolvem o dispêndio de energia física, intelectual e social: fazer, elaborar, desenvolver. Em determinados casos as atividades cessam quando o objetivo é atingido. Em outros as atividades são permanentes como ocorre na bolsa de valores por exemplo. (MAXIMIANO: 2005)

1.2.3.3 Meios de controle

São informações a respeito da execução de atividades para realizar os objetivos. Servem para avaliar até que ponto eles estão sendo atingidos e se os cursos de ação escolhidos são apropriados. Ao preparar um plano, é desejável que se estabeleça, também, as formas de controlar a execução, a fim de assegurar a realização dos objetivos.

1.3 TIPOS DE PLANOS

Os planos podem ter diferentes graus de formalidade, extensão, periodicidade de preparação, entre outros atributos. Podem, ainda, ser classificados como temporários e permanentes. Os permanentes são: definição da visão, missão (ou negócio) políticas, procedimentos, objetivos permanentes e vantagens competitivas. Os temporários ou singulares são: cronogramas, calendários orçamentos e projetos.

1.3.1 Planos Temporários

Chamados de plano de finalidade singular, acabam quando os objetivos são realizados. Por exemplo: o cronograma de construção de um prédio, orçamento de uma campanha política. (MAXIMIANO: 2005)

1.3.2 Planos Permanentes

São decisões programadas, que devem ser usadas em situações predefinidas.

1.4 POLÍTICAS

A política são decisões programadas que orientam outras decisões, no dia a dia da administração. As estratégias relacionam a empresa com o ambiente, enquanto as políticas coordenam as pessoas, atividades e decisões dentro da organização. As políticas fazem o papel de elo de ligação entre as estratégias, de um lado e as pessoas, atividades e decisões do outro. As políticas refletem os objetivos estratégicos e orientam os dirigentes e demais empregados em situações que exigem decisão e julgamento. (CHIAVENATO: 2000)

A política ou diretriz são linhas gerais do curso de ação a ser seguido. A política orienta no processo se tomada de decisões na medida que determina um caminho a ser seguido por determinada área da organização. Um exemplo seria a empresa que só contrata pessoa negras. Essa foi a política da empresa ela colocou um foco e suas particularidades para que fossem concretizados ou seja a política dela. As políticas são determinadas pelas áreas da empresa (política de finanças, políticas de RH foi o exemplo visto acima).

1.5 PROCEDIMENTOS

Segundo Maximiano (2005), procuram reduzir ao mínimo as possibilidades de erro, para isso definem com precisão o comportamento a ser seguido. São também caracterizados por rotinas e normas e descrições detalhadas de seqüências de atividades, que devem ser realizados para que um objetivo possa ser cumprido.

1.6 TÉCNICAS PARA ESTUDAR O FUTURO

Algumas das diversas técnicas de estudo do futuro destinam-se a lidar com o futuro conhecido, são técnicas que seguem um processo decisório de base predominantemente racional, processa informações concretas para produzir novas informações. Outras tratam das incertezas e com um futuro desconhecido, são técnicas predominantemente intuitivas e dependem de opiniões e imaginação, além é claro das informações para produzir cenários.

1.6.1 Lidando com a certeza

Muitos acontecimentos futuros são possíveis de serem detectados no presente. Aumento da capacidade de memória e velocidade dos computadores,

substituição dos meios eletrônicos de pagamento são tendências que já eram previstas, pois já existiam laboratórios de pesquisas das empresas. Mais esse futuro conhecido pode gerar ou revelar outras novas tendências que podem interferir ou altera-las mais tarde, como por exemplo a compra via internet usando cartão de crédito, tiveram de ser criados mecanismos para impedir copia de informações e dados. As técnicas de análise do futuro baseiam-se por um fato que esta ocorrendo no presente. Existem quatro técnicas principais para lidar com o futuro (mais ou menos) previsível: análise de séries temporais, projeções derivadas, relações causais e pesquisas de opiniões e atitudes. (MAXIMIANO: 2005)

1.6.1.1 Análise de séries temporais

E o estudo de dados ao longo de determinados períodos, como venda diárias de motos, número de nascimentos mês a mês nos últimos dez anos. Esses dados estão de modo geral expostos em gráficos e estatísticas de maneira a possibilitar a identificação de tendências e flutuações. Exemplos são taxa de crescimento ou diminuição da população. A análise de séries temporais baseia-se que o futuro é continuação do passado. Entretanto esse método nem sempre é seguro e muitas projeções acabam não se confirmando.

1.6.1.2 Projeções derivadas

Conforme Maximiano (2005), são estudos que procuram associações entre o comportamento de duas variáveis. Através de um acontecimento prevê associações que dão continuidade ou agregam valores ao sucesso de determinado produto, por exemplo. O aumento na venda de motos e a venda de acessórios para os motociclistas, seguros e outros. A renda da população aumentou o consumo de determinados produtos (eletrodomésticos e roupas).

1.6.1.3 Relações causais

Procura determinar o que provoca determinados acontecimentos. Por exemplo a cada dois clientes que decidem fazer um teste “driver” no carro Y um deles fecha negocio, ou seja, a loja pode planejar que sejam feitos ao menos 10 testes por semana no carro e assim criar metas, comissões e outros.

1.6.1.4 Pesquisa de opinião e atitudes

São úteis para a compreensão das tendências no presente e também para fazer projeções. Através da pesquisa de opinião e atitudes pode-se medir a qualidade dos produtos, ou os consumidores potenciais que preço se disporiam a pagar usando escalas ou outros tipos de indicadores de julgamento. Pesquisa de opinião tem alta probabilidade de acerto. É o método utilizado nas eleições.

1.6.2 Lidando com a incerteza

Por muitas vezes visionários e escritores de ficção científica tem a capacidade de prever o futuro, não que tudo o que prevêm acontece mais existem fatos históricos que foram previstos anteriormente por essas pessoas. As técnicas de prospecção baseiam-se na tentativa de entender o futuro desconhecido, que não é mostrado pela análise da situação no presente. Duas técnicas de prospecção são analisadas a seguir: o método Delfos e a construção de cenários. (MAXIMIANO: 2005).

1.6.2.1 Método Delfos

Forma de pesquisa de opinião, focalizada num assunto específico, em que se fazem perguntas a um grupo de especialistas, em geral por meio de questionários. A pesquisa é realizada em varias rodadas, sendo que a cada rodada os especialistas são informados sobre o resultado da rodada anterior. O fato de serem informados sobre os resultados anteriores pressupõe que o conhecimento da opinião dos colegas ajuda a aprimorar o grau de acertos. Muito usada para previsão tecnológica e identificação de tendências.

1.6.2.2 Construção de Cenários

Baseia-se em perguntas do tipo “ e se...? são possibilidades de possíveis acontecimentos futuros, muito mais de especulações intuitivas do que de informações concretas. Em linhas gerais, um cenário consiste em especulações sobre eventos possíveis, mas que não tem base em nenhuma tendência do presente. Exemplo: E se o presidente tentasse se candidatar novamente, e se o governo aumentar o salário mínimo para mil reais. São exemplos de possibilidades que são levantadas para se planejar o futuro.

CAPITULO II: CARACTERIZAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL

O Distrito Federal tem uma área de aproximadamente 5.801,937km², com apenas um município e uma população estimada em 2.333.108 (estimativa em 2005), possui em torno de 339 unidades de agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal. Tem aproximadamente 79 indústrias extrativas, 3.948 indústrias de transformação, 19 unidades de negócios direcionados a pesca, 42 unidades entre produção e distribuição de eletricidade, gás e água, 2025 construtoras, 38.666 pontos comerciais de reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos, 6.357 alojamentos e alimentação, 2.764 empresas de transporte e armazenagem e comunicação, 1.835 intermediações financeiras, seguros, previdência complementar e serviços relacionados, 17.592 empresas de atividades imobiliárias, aluguéis e prestadores de serviços na área, 306 administrações públicas, defesa e seguridade social, 1.981 empresas na área de educação, 4.003 unidades em saúde e serviços sociais, 9.554 outros serviços coletivos, sociais e pessoais¹.

Em Brasília 32,52% da população tem computador com acesso a internet, se comparada com toda a região Centro Oeste essa porcentagem é de 49% em relação aos outros estados. Ainda, baseado nas estatísticas, a renda média das mulheres está em R\$ 973,38 e a dos homens R\$1.396,92 (conforme censo realizado em 2001 IBGE). Brasília tem em torno de seus 88% de habitantes residentes (tem um local para dormir, por mais que não lhe pertença). Cerca de 4,35% da população é analfabeta e o índice de crescimento/ano da população é de 2,82%. Brasília possui em torno de 1.518.437 eleitores. Brasília possui a maior renda per capita do país, de R\$ 14.405 por ano, mais que o dobro da renda nacional. O rendimento médio do trabalhador é de R\$ 1.264 mensais. Um quinto da população ocupada tem remuneração acima de R\$ 2.400 mensais.

¹ Os dados estatísticos contidos neste trabalho, especificamente das páginas 18 a 21, foram retirados dos sites do IBGE e do Governo do Distrito Federal.

Tabela 1: Setores de Negocio no Distrito Federal

EMPRESAS	QUANTIDADE	% SOBRE O
		TOTAL
AGRICULTURA, PECUÁRIA, SIVICULTURA E EXPLORAÇÃO FLORESTAL	339	0,38%
INDÚSTRIAS EXTRATIVAS	79	0,09%
INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	3948	4,41%
PESCA	19	0,02%
PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ELETRICIDADE, GÁS E ÁGUA	42	0,05%
CONSTRUTORAS	2025	2,26%
COMÉRCIO DE REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES, OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS	38666	43,20%
ALOJAMENTOS E ALIMENTAÇÃO	6357	7,10%
EMPRESAS DE TRANSPORTE, ARMAZENAGEM E COMUNICAÇÃO	2764	3,09%
INTERMEDIACÕES FINANCEIRAS, SEGUROS, PREVIDÊNCIA COMPLEMETAR E SERVIÇOS RELACIONADOS	1835	2,05%
ATIVIDADES IMOBILIÁRIAS, ALUGUÉIS E SERVIÇOS PRESTADOS ÀS EMPRESAS	17592	19,65%
ADMINISTRAÇÕES PÚBLICAS, DEFESA E SEGURIDADE SOCIAL	306	0,34%
EDUCAÇÃO	1981	2,21%
UNIDADES DE SAÚDE E DE SERVICOS SOCIAIS	4003	4,47%
OUTROS SERVIÇOS COLETIVOS, SOCIAIS E PESSOAIS	9554	10,67%
TOTAL	89510	100%

Fonte: IBGE, senso realizado em 2001

Existe em Brasília 1,5 milhão de telefones fixos. Também há 500 mil residências com televisão e 288 mil com DVD. E mais: 500 mil lares contam com microcomputadores. Para se locomover, um milhão de brasilienses usam automóveis particulares. Aos 43 anos, a capital ainda chama a atenção pela presença de população jovem: 48,6% dos brasilienses têm entre 0 e 24 anos. O percentual de jovens adultos (entre 20 e 34 anos) é de 45%. O número de idosos (acima dos 60 anos) não chega a 6%, quase a metade da média nacional.

2.1 A ECONOMIA NO DISTRITO FEDERAL

Em 2008, mais de 40% do dinheiro que circula na cidade vem da iniciativa privada, proveniente das mais de 79 mil empresas que atuam no DF. São pequenas, médias e grandes companhias, especialmente do setor de serviços, que levaram o Produto Interno Bruto (PIB) local aos R\$ 30 bilhões.

De acordo com levantamento realizado pelo IBGE em conjunto com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE), o PIB de Brasília entre 1994 e 2000 cresceu mais que o Produto Interno Bruto nacional: 19,9%, contra 16,3%.

O Distrito Federal já é a oitava economia brasileira, à frente de estados economicamente fortes, como Pernambuco, Espírito Santo, Goiás, Ceará, Pará, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. É o que mostra a última pesquisa sobre Produto Interno Bruto (PIB), realizada por técnicos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Distrito Federal, em conjunto com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

O PIB do DF registrou crescimento expressivo no período de 1994 a 2001, passando de R\$ 6,7 bilhões para R\$ 30 bilhões, com participação de 2,7% na economia nacional. O que mais contribuiu para esse crescimento, segundo a pesquisa, foi a ampliação da rede bancária, o aumento da produção agropecuária e o surgimento de novas empresas no DF, graças aos programas de incentivo implantados nos últimos anos.

O PIB per capita do Distrito Federal também teve um aumento significativo nos últimos anos, pulando de R\$ 3.902,00, em 1994, para R\$ 14.405 anuais, em 2000. Chegando ao patamar de R\$16.920 (IBGE: 2003), mais que o dobro da média nacional, que ficou em R\$ 6.473,00.

Esses números favoráveis ao DF servem como atrativo para que novas empresas se instalem na região.

2.2 BRASÍLIA, CAPITAL DAS OPORTUNIDADES

A capital do Brasil, situada no Planalto Central do país, conta com moderna infra-estrutura de estradas, metrô e ferrovias ligando-a às principais regiões e portos do Brasil. Possui o terceiro maior aeroporto do país, em número de passageiros, e sistemas de telecomunicações utilizando fibras óticas. O Distrito Federal foi apontado como a décima melhor localidade para se investir na América Latina, superando tradicionais pólos industriais do Mercosul, como Córdoba, na Argentina, e

todas as grandes cidades do Nordeste e Centro-Oeste do país, em pesquisas elaboradas pelas revistas *Fortune* e *American Economic*, ambas realizadas em 2001. Entre os critérios utilizados pela *American Economic* figuraram indicadores tais como: índices de custo de vida, criminalidade, ação da Internet e poder de compra da população.

O DF é uma cidade-estado, com pouca população rural, quase nenhuma favela e características diferentes do restante do país, onde as condições de vida para as comunidades mais pobres são melhores do que nos demais centros urbanos.

O IDH alto, segundo as mais recentes avaliações técnicas, é resultante, principalmente, das condições de vida desfrutadas pela base da pirâmide social.

O índice de escolarização (que tem peso de 51,8% no cálculo do IDH) é o maior do Brasil. O número de crianças entre sete e 14 anos matriculadas nas escolas chegou a 98,7%. No serviço público, responsável por quase metade da economia local, 50% dos funcionários têm nível universitário, 30% nível médio e só 20% ficaram no básico. Também há postos de saúde, coleta de lixo, água potável e esgoto sanitário para quase 100% da população do DF, incluindo as cidades-satélites mais pobres.

Tudo isso transforma o Distrito Federal num lugar ideal para a implantação de novos empreendimentos, pois as condições de segurança estão muito acima da média nacional e a população está mais preparada para enfrentar novos desafios.

2.3 OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

Em termos nacionais, em 2007 o PIB cresceu cerca de 5% e os indicadores é de que este crescimento é sustentado, o que favorece muito a abertura de novos negócios. A elevação do PIB sobre o mesmo período do ano anterior indica uma manutenção do bom desempenho nos próximos anos. Conforme reportagem “a economia esta aquecida e os pequenos negócios são os grandes beneficiados nessa historia”, os especialistas dizem que quando a demanda cresce, as grandes companhias não conseguem contratar e formar mão-de-obra em tempo hábil para atender aos novos pedidos. O resultado é a terceirização dos serviços que favorece os negócios menores.”(PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS – JANEIRO 2008).

O acesso ao crédito é um fator importante no aumento do poder de compra da população, e que para 2008 provavelmente será maior que no ano anterior. Os setores que mais se beneficiam desse bom momento econômico brasileiro são: bens de consumo durável, construção habitacional principalmente em decorrência da forte expansão do crédito imobiliário.

Com base no estudo “Situação da População Mundial 2007” da ONU estima-se que o número de habitantes no planeta deve chegar a 8,3 bilhões em 2030, o que significa quase 02 bilhões de pessoas a mais na terra em menos de 30 anos. De todos os habitantes, 85% estarão na Ásia e na África considerados atualmente continentes pobres. Só que a perspectiva é que a renda da população pobre cresça mais que a dos ricos nos próximos 10 anos - 4,8% contra 2,6% - “é quando os mais pobres começam a ter dinheiro e compram produtos de primeira necessidade, como alimentos e roupas” (citação do ex-ministro da agricultura, Roberto Rodrigues). O que tornam esses continentes citados um mercado potencial para os Brasileiros que exportam ou pretendem fazê-lo. De acordo com o Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, as exportações para Ásia, excluindo o Oriente Médio, cresceram 22,06% em 2007 (até outubro). Para África, também descontando o Oriente Médio, subiram 16,98% no mesmo período (PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS, 2008).

Outro Dado importante levantado pela Organização das Nações Unidas (ONU) mostra que, no ano de 2000, 61% das pessoas viviam no campo. Em 2030 essa situação vai se inverter. Estarão morando nas cidades 62% da população mundial. Já em 2008, pela primeira vez na história, haverá mais gente morando nos centros urbanos do que campo. Uma das mudanças que essa migração provoca é que quando as mulheres vivem na cidade, elas acabam integrando a força de trabalho, o que impulsiona todo tipo de prestação de serviço, que agilize a vida, incluindo entregas a domicílio e as vendas pela internet. Na medida que elas trabalham fora cresce a necessidade por alimentos preparados, semi prontos e aumenta a demanda pela alimentação fora do lar. “Há um espaço monumental para as pequenas empresas nesse mercado, pois é preciso agregar valor aos produtos rurais” (ex-ministro da agricultura Roberto Rodrigues).

Segundo a ECD, consultoria especializada em *food service* a gasto com alimentação fora do lar cresceu 15% a mais do que no ano anterior.

Abaixo, alguns setores da economia (Brasil) que cresceram acima do Produto Interno Bruto (PIB) nacional:

Figura 2: Setores da economia brasileira com crescimento acima do PIB nacional – 2006/2007

SETORES	2006	2007
Alimentação	12,30%	15,00%
Beleza	14,00%	13,00%
Comércio Eletrônico	<u>80,00%</u>	<u>48,50%</u>
Computadores	10,10%	14,60%
Construção Civil	6,40%	12,00%
E-Learning	<u>54,00%</u>	<u>100,00%</u>
Esportes	7,40%	10,00%
Eventos/Turismo de Negócios	7,00%	10,00%
Motos	16,40%	16,70%
Pet	14,00%	12,00%
Segurança Eletrônica	14,00%	15,00%
MÉDIA NACIONAL (PIB)	3,70%	5,00%

Fonte: Pequenas Empresas & Grandes negócios Janeiro de 2008

CAPITULO III: O AMBIENTE PARA NEGÓCIOS EM BRASÍLIA

Conforme pesquisa realizada pelo Sebrae 2006, as MPEs (Micro e pequenas empresas) representam 98% do total dos estabelecimentos o que significa 5.028.318, contra 2% das MGEs (médias e grandes empresas) com um número de 81.967 dados estes referentes ao ano de 2004.

O estudo foi realizado baseado nos três setores econômicos: Comércio, Serviços e Indústria. Tanto para as MPEs quanto para as MGEs. O Comércio corresponde por 56%, o setor de Serviços por 30% e o Industrial por 14% no que se refere as MPEs. Já nas médias e grandes empresas, este numero fica: 14%, 72% e 14% conforme os respectivos setores acima descritos. Na variação 2004/2000 as MPEs alcançaram um crescimento de 22% contra 19,5% das MGEs. O Setor de Comércio teve uma alta 21,5%, o de Serviços 28,4% e o de Indústria 12,9% para as MPEs e 36,9%, 18,0% e 12,7% de alta conforme a respectiva ordem acima para as MGEs.

Ainda baseado na última variação/ano visto acima, naquele período foram criados 924.117 novos estabelecimentos dos quais cerca de 99% correspondem as MPEs e cerca de 1% para as MGEs. No que se refere ao Centro-Oeste esse crescimento foi de 27,2% alcançando a marca de 359.619 MPEs, ficando atrás apenas do Norte com 29,1% (167.507), e a região sudeste responsável por mais de 50% das MPEs no Brasil teve um crescimento de 20,5% (2.559.259). O Centro-Oeste e hoje a quarta colocada em MPEs no Brasil com 7,2%, atrás das Regiões sudeste 50,9%, Sul 24,0% e Nordeste 14,6%.

Os seguimentos que mais apresentaram crescimento no setor do comércio, baseado na variação/ano/Brasil foram: o varejo de materiais e equipamentos de escritório e informática (expansão de 60,2%), o varejo de eletrodomésticos (expansão de 40,5%), o comércio de veículos (expansão de 35,3%), o comércio de auto peças (expansão de 34,3%), o segmento de livrarias, papelarias e banca de jornal (expansão de 33,6%) e as quitandas, avícolas, peixarias e sacolões (expansão de 31,4%).

O segmento de Minimercados e Mercadorias apresentou queda de 12,1% de 2000 para 10,8% em 2004 sendo, ainda, apesar do declínio o segmento com maior número de estabelecimentos no comércio brasileiro. No setor serviços esses números ficaram: serviços de informática (expansão de 57,1%), serviços de transportes terrestres (expansão de 38,1%) e atividades recreativas (expansão de 32,2%). E, por último, no setor industrial: indústrias de máquinas e equipamentos (expansão de 33,7%), edição e gráfica (expansão de 24,3%) e a indústria de confecção (expansão de 21,4%). (SEBRAE: 2006.)

O Distrito Federal tem atualmente a menor taxa do setor Industrial no Brasil: 9%, contra 20% de Santa Catarina a maior do País. Isso se deve à falta de planejamento desde sua criação, por não ter havido uma preocupação maior com o setor industrial na época, já que a capital foi criada para ser uma unidade marcadamente administrativa, o que acabou inibindo o crescimento do setor. Na área de serviços a cidade tem uma taxa de 37% das MPEs, sendo a segunda maior do Brasil neste Setor, atrás do Rio de Janeiro com 40%.

No que diz respeito ao Comércio 54% das MPEs da capital atuam nesta área. O que representa, em relação ao Brasil, uma taxa abaixo da média se comparada com os outros estados, já que grande parte deles está na casa de 61% com exceção do Piauí, que tem a maior do Brasil com 72%. Coincidência ou não o Rio (antiga capital do Brasil) tem percentuais muito semelhantes ao Distrito Federal. (FIBRA: 2008)

No DF as MPEs estão distribuídas da seguinte maneira:

3.1 COMÉRCIO

Tabela 2: Setor Comercial no Distrito Federal

Segmentos de atividade	2000		2004		Variação DF	Variação Brasil
	MPEs	%	MPEs	%	2004/2000	2004/2000
1) Varejo de Vestuário	3077	9,00%	3929	10,10%	27,70%	21,90%
2) Varejo de Mat. De Construção	2323	6,80%	2918	7,50%	25,60%	27,30%
3) Manutenção e Rep. de veículos	2277	6,70%	2256	5,80%	-0,90%	12,00%
4) Minimercados e Mercarias	2063	6,10%	1942	5,00%	-5,90%	9,00%
5) Farmácia e Perfumarias	1425	4,20%	1823	4,70%	27,90%	28,00%
6) Comércio de Autopeças	1242	3,70%	1589	4,10%	27,90%	34,30%
7) Varejo de Moveis e Art.de Iluminação	1415	4,20%	1501	3,90%	6,10%	29,80%
8) Varejo de Mat. De Escritório e Informática	914	2,70%	1462	3,80%	60,00%	60,20%
9) Livrarias, Papelaria e Bancas de Jornal	1040	3,10%	1373	3,50%	32,00%	33,60%
10) Varejo de Bebidas	1163	3,40%	1363	3,50%	17,20%	12,60%
11) Outras Classes	17081	50,20%	18643	48,10%	9,10%	20,00%
Total	34020	100,00%	38799	100,00%	14,00%	21,50%

Fonte: "Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil" 1.Ed. – SEBRAE, 2006

Observações: A classificação das MPEs/Brasil, muda por conta da quantidade. Sendo por exemplo os Minimercados e Mercarias o segmento com mais MPEs no Brasil.

Comércio: Brasília tem a maior renda per capita do Brasil, aliado a isto o País está crescendo, o crédito esta mais acessível e os juros mais baixos. Fatores estes que vem somando para o crescimento e concretização dos segmentos de vestuário, materiais de construção, farmácia e perfumaria, comércio de auto-pecas e veículos, Brasília tem atualmente a maior numero de veículos por habitantes do País, entre outros. Como aspectos relevantes da capital que provavelmente irão influenciar alguns destes segmento podemos apontar também, o alto índice de construção em toda capital como Águas Claras (segundo maior canteiro de obras do mundo), o Setor Noroeste que esta prestes a ser licitado, o que resultará na vinda de mais

construtoras de todo o Brasil, aquecendo o setor de construção e o mercado imobiliário. A criação da capital digital promete ser um marco na economia local e segundo estudos irá dobrar o setor e TI (tecnologia da Informação) e comunicação no DF até 2014 o que aquece ainda mais o segmento de informática da capital. (Governo do Distrito Federal) (Revista da Federação das Indústrias do Distrito Federal - DF Industrial, Ano I N. 1 Março de 2008).

3.2 SERVIÇOS

Tabela 3: Setor de Serviços no Distrito Federal

Segmentos de atividade	2000		2004		Variação DF	Variação Brasil
	MPEs	%	MPEs	%	2004/2000	2004/2000
1) Serviços Prestados as Empresas	6556	32,10%	8903	33,30%	35,80%	27,30%
2) Alojamento e Alimentação	4997	24,50%	5732	21,40%	14,70%	18,20%
3) Serviços Pessoais	2432	11,90%	3153	11,80%	29,60%	18,30%
4) Informática	1573	7,70%	2792	10,40%	77,50%	57,10%
5) Transporte Terrestre	1417	6,90%	1644	6,10%	16,00%	38,10%
6) Atividades. Recreativas, culturais e Desportivas	1243	6,10%	1541	5,80%	24,00%	21,60%
7) Atividades Imobiliárias	692	3,40%	901	3,40%	30,20%	31,40%
8) Agencias de Viagens e movim. De Cargas	562	2,80%	703	2,60%	25,10%	31,20%
9) Aluguel de Veículos, Maq. E Equip.	287	1,40%	539	2,00%	87,80%	55,50%
10) Atividades. Auxiliares. Da Intermediação Financeira	323	1,60%	505	1,90%	56,30%	38,00%
11) Outras Divisões	334	1,60%	344	1,30%	3,00%	11,00%
Total	20.416	100,00%	26.757	100,00%	31,10%	28,40%

Fonte: "Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil" 1.Ed. – SEBRAE, 2006

Observações : A classificação das MPEs/Brasil, muda por conta da quantidade: Transporte Terrestre, Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas e os Serviços Pessoais ocupam o terceiro, quinto e sexto lugares respectivamente.

Serviços: “Elas já ganham mais do que os homens no DF” matéria publicada por uma revista local mostra que a mulher esta em forte ascensão no mercado local. O setor alimentício e um dos beneficiados com isso já que, esse fator significa uma quebra nos “costumes”, onde a mulher era a responsável pela casa, o que não e mais realidade na grande maioria dos domicílios urbanos atualmente, pois alem de ajudar nas contas de casa, elas impulsionam todo o tipo de prestação de serviço, que agilize a vida, incluindo entregas a domicilio e as vendas pela internet. Na medida que elas trabalham fora cresce a necessidade por alimentos preparados, semi-prontos e aumenta a demanda pela alimentação fora do lar. De acordo com o Ministro Roberto Rodrigues (2008): “há um espaço monumental para as pequenas empresas nesse mercado elas buscam comidas prontas ou de fácil preparo, fast food, enlatados e produtos que possibilitem a essa independência feminina”.

A capital atrai muitas MPEs na área de serviços já que existe uma concentração de secretarias, entidades, ministérios e demais órgãos públicos que utilizam material alugado/terceirizado (computadores, equipamentos de escritório, máquinas, carros e até a mão de obra, que é terceirizada). Colocando, assim, o segmento de informática como um dos mais fortes em expansão no mercado, tão expressivo como o comércio. A atividade imobiliária também e uma promessa no mercado da capital, já que existe um déficit habitacional na cidade. Estão previstos para os próximos anos a construção de milhares novos domicílios na capital. (FIBRA: 2008; PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS, 2008).

3.3 INDÚSTRIA

Tabela 4: Setor Industrial no Distrito Federal

Segmentos de atividade	2000		2004		Variação DF	Variação Brasil
	MPEs	%	MPEs	%	2004/2000	2004/2000
1) Construção	2360	41,90%	2610	42,10%	10,60%	7,00%
2) Edição e Gráfica	568	10,10%	698	11,20%	22,90%	24,30%
3) Fabricação de Alimentos e bebidas	580	10,30%	573	9,20%	-1,20%	7,50%
4) Confeção de Artigos do Vestuário	458	8,10%	543	8,70%	18,60%	21,40%
5) Fabricação de Produtos de Metal	428	7,60%	426	6,90%	-0,50%	16,70%
6) Fabricação de Moveis e Indústrias. Diversas	332	5,90%	336	5,40%	1,20%	9,60%
7) Fabricação de Produtos de Madeira	152	2,70%	156	2,50%	2,60%	----
8) Produtos de Minerais não-Metálicos	117	2,10%	143	2,30%	22,20%	10,20%
9) Fabricação de Produtos Químicos	63	1,10%	73	1,20%	15,90%	----
10) Indústria Têxtil	53	0,90%	70	1,10%	32,10%	----
11) Outras Divisões	521	9,30%	578	9,30%	10,90%	15,80%
12) Total	635.449	100,00%	717.549	100,00%	12,90%	12,90%

Fonte: "Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil" 1.Ed. – SEBRAE, 2006

Observações: Na distribuição das MPEs/Brasil os segmentos 07, 09 e 10 não aparecem, pois estão divididos dentro de outros segmentos, sendo alguns deles: Indústria de couro e calçados (com 3,4% do mercado e variação de 16,8%), Fabricação de Maquinas E Equipamentos (com 2,8% do mercado e variação de 33,7%) e por ultimo os Produtos de minerais não-metálicos (com 5,1% do mercado e variação de 10,2%).

Indústria: A tendência deste setor econômico e crescer bastante nos próximos anos, tendo em vista ser o DF o estado menos industrializado do País. A capital foi planejada para ser uma cidade marcadamente administrativa na época, o que resultou na falta de incentivos para trazer novas industrias para o local. O que

acontece e que este setor é de extrema importância para a economia local além de gerar muitos empregos. A criação da Capital Digital promete ser um dos primeiros passos rumo a esta mudança, já que a intenção do governo local é trazer empresas de fora, para que possam desenvolver soluções em TI e produzir ou terceirizar a produção de componentes eletrônicos. A Capital Digital tem uma previsão de receber R\$1 bilhão em investimento até 2014, conforme dados do GDF.

3.4 – Análise Atual dos Setores

Conforme dados do SEBRAE 2006 entre 2000 e 2004 os setores de serviços de informática e comércio de materiais e equipamentos de escritório e informática tiveram um crescimento de 57,1% e 60,2% respectivamente. O varejo de eletrodomésticos cresceu 40,5%. Se comparados com os dados apresentados pela revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios de Janeiro de 2008, pode-se observar que estes setores seguem um crescimento paralelo e constante quando comparados com o crescimento/Brasil, o que demonstra um aumento no consumo nacional ocasionado pelo aumento da renda e pelas facilidades de compra através das inúmeras opções de financiamentos.

Os computadores e todos os seus segmentos terão incremento ainda maior nos próximos anos, em razão do grande crescimento no DF, já que a capital é hoje a terceira maior produtora de softwares do Brasil. A criação da capital de digital, que promete ser um grande pólo de desenvolvimento tecnológico e de produção de componentes eletrônicos, deverá aquecer acentuadamente o setor.

As MPEs entre 2000 e 2004 tiveram um crescimento de 22% contra 19,5% das MGEs no DF. Conforme reportagem “a economia está aquecida e os pequenos negócios são os grandes beneficiados nessa história”, os especialistas dizem que quando a demanda cresce, as grandes companhias não conseguem contratar e formar mão-de-obra em tempo hábil para atender aos novos pedidos. O resultado é a terceirização dos serviços que favorece os negócios menores. (PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS – JANEIRO 2008)

O Distrito Federal teve, no período de 2000 a 2008, uma mudança significativa na distribuição de renda, já que as mulheres passaram a integrar ainda mais a mão de obra local. Esta mudança se deve tanto ao fato do DF ser uma capital que necessita de muitos servidores públicos como, também, pela mudança cultural que vem acontecendo ao longo dos anos com a inserção das mulheres no mercado de trabalho. Este novo posicionamento, que remete as projeções derivadas de Maximiano, resultam em uma maior procura pela prestação de outros serviços, que facilitam a vida desta nova mulher. Entre eles estão o aumento do serviço de entregas em domicílio e as vendas pela internet. Ambos evidenciam a tendência já consolidada de alimentos preparados, semi prontos e da alimentação fora do lar.

O PIB per capita do Distrito Federal, também, teve um aumento significativo nos últimos anos, pulando de R\$ 3.902,00, em 1994, para R\$ 14.405 anuais, em 2000. Chegando ao patamar de R\$16.920 (IBGE: 2003), mais que o dobro da média nacional, que ficou em R\$ 6.473,00.

O PIB do DF registrou crescimento expressivo no período de 1994 a 2001, passando de R\$ 6,7 bilhões para R\$ 30 bilhões, com participação de 2,7% na economia nacional. Nesse período PIB da Capital cresceu mais que o Produto Interno Bruto nacional: 19,9%, contra 16,3%. Em 2005 o PIB chegou a R\$ 80 bilhões, com participação de 3,75% na economia nacional.

3.5 Definição dos Segmentos

Após os estudos realizados foi constatado que alguns segmentos no Distrito Federal se mostraram mais atrativos para futuro investidores e empreendedores. Para tanto foram analisados dados estatísticos, observadas as tendências do mercado e os melhores indicadores de crescimento.

No caso específico do DF, onde o Governo direta ou indiretamente é um cliente potencial, foram pesquisadas também as áreas de maior interesse e a política de incentivos para instalação de novas empresas, como isenção de impostos, facilidades de acesso à linhas de crédito específicas e outros benefícios.

Entre as áreas pesquisadas identificamos alguns segmentos com grande potencial:

- a) **Informática e Tecnologia da Informação**, nos setores da indústria, comércio varejista/atacadista e serviços.
- b) **Setor automotivo**, nos setores de comércio varejista/atacadista e serviços.
- c) **Vestuário e Moda**, comércio varejista e serviços.
- d) **Construção civil**, indústria e comércio.

3.5.1 Informática e Tecnologia da Informação

Brasília é a terceira cidade que mais vende softwares no Brasil, ficando atrás apenas de São Paulo e Campinas. Com a implantação da cidade digital a meta é dobrar a exportação de programas de computadores em apenas dois anos. Em 2008, as empresas do segmento exportam R\$ 4,7 milhões. A expectativa é alcançar R\$ 10 milhões em vendas para outros países e gerar entre 20 e 25 mil novos postos de trabalho.

Depois de implantado o novo Parque Capital Digital, Brasília será a primeira cidade digital do país. O projeto prevê o oferecimento de bolsas a universitários para atrair pessoal qualificado.

De acordo com a Federação das Indústrias de Brasília (Fibra), o setor de softwares é o que mais cresce no Brasil e no mundo, gerando recursos, empregando milhares de pessoas e impulsionando o desenvolvimento de mercados. Analistas garantem que, em Brasília, o mercado é altamente promissor.

Uma das vantagens que o Distrito Federal tem, em relação às outras cidades produtoras de bens de informática, é a proximidade com o maior consumidor dessas mercadorias. O governo federal, sozinho, é responsável por cerca de 30% da demanda do setor. Cálculos do Fundo de Apoio à Pesquisa estimam que o mercado do Distrito Federal chegue a movimentar R\$ 7,5 bilhões. A maior parte desses recursos, no entanto, acaba em outros estados brasileiros que cediam as empresas ganhadoras das licitações do governo federal. Desse montante, apenas 10% ou R\$ 750 milhões ficam realmente para o comércio local.

As fábricas de softwares e de hardwares são uma indústria não poluente, de alta tecnologia, grande capacitação e, acima de tudo, politicamente corretas, já que

não acarretam danos à natureza. Além disso, a cidade conta com várias faculdades de ciência da computação (aproximadamente 36 escolas) e os melhores cursos no segmento. Todos os anos esses cursos formam, em média, 100 alunos especializados na área.

a) Vantagens do DF:

- I) Proximidade com mercado consumidor (Governo Federal);
- II) Perfil não poluente do setor;
- III) Experiência reconhecida das 700 empresas;
- IV) Mão-de-obra em processo constante de qualificação.

Da maior parte das 700 empresas instaladas no DF, cerca de 90% atuam no segmento software. Entre as grandes empresas do Distrito Federal que são consideradas referência no segmento de Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC) está a CTIS, que conta com 2,2 mil colaboradores e tem 20 anos de atuação no mercado.

O faturamento da CTIS em 2002 foi de R\$ 254 milhões. Desse total, 60% oriundos de negócios com governos e 40%, com a iniciativa privada.

Outro caso de sucesso é o Grupo TBA, holding formada por cinco empresas de TIC que atuam em nichos de segurança da informação, gerenciamento de redes, licenciamento e desenvolvimento de software e treinamento. O faturamento da empresa é dividido da seguinte forma: o mercado financeiro, bancos e instituições são responsáveis por 37% das vendas do grupo; a área governamental, por 30%; o setor de telecomunicações, por 15%; outros clientes que demandam soluções personalizadas, por 11%; e empresas de manufatura, por 7%.

O Grupo TBA nasceu em Brasília, em 1992, como uma pequena loja de informática. Em 11 anos, transformou-se no maior revendedor de softwares da América Latina e hoje conta com 580 funcionários. Em 2002, a empresa formou uma *joint venture* com a indiana Tata, criando a TCS Brasil. Em abril de 2008 conta com clientes de grande porte, como a Petrobrás e a Renault, entre diversos outros nas áreas que vão da aviação a telecomunicações.

A Poliedro Informática é outra empresa de destaque no Distrito Federal. Fundada em 1986, atualmente gera 1,9 mil empregos diretos. Em 2002, seu faturamento foi de US\$ 26,6 milhões. A empresa tem clientes em todo o território nacional e mantém acordos de cooperação técnico-científica com instituições consagradas como Unicamp, Fundação Getúlio Vargas, Fundação Athec, UnB e Universidade Católica de Brasília. Certificada com o selo ISO 9001, tem destaque no mercado nacional em GED (tecnologia para gerenciamento eletrônico de documentos).

Desde 1993, quando foi criado o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Tecnologia da empresa, a Poliedro destina cerca de 30% de seus lucros à pesquisa científica. Uma das mais recentes soluções desenvolvidas é o WebAula, ferramenta de e-learning (ensino através da internet) para o mercado corporativo. .

Os Programas locais de apoio do Governo de Distrito Federal visam fornecer instrumentos para que o segmento de Tecnologia da Informação do DF se consolide como instrumento do desenvolvimento regional, gerando empregos e renda, bem como contribuindo para aumentar a exportação de produtos de TI. O objetivo do Programa é elaborar estratégias e identificar projetos para o desenvolvimento do Pólo.

3.5.2 Setor Automotivo

O Distrito Federal destaca-se das demais unidades federativas por razões muito peculiares. Dentre elas, o fato de possuir a maior renda per capita do país. O PIB do DF, no censo de 2001, subiu para 30 bilhões (IBGE) para uma população de aproximadamente 2.455.903 habitantes, segundo o censo do IBGE de 2007. O mesmo censo informa que a população masculina residente é de 876.023 e a feminina 782.708.

Brasília possui outra característica positiva que foi determinante na escolha do negócio: é uma cidade tipicamente automotiva. O mercado cresce cerca de 10% a.a. A frota de veículos leves e de passeio é de aproximadamente 800.000 veículos.

Teoricamente, toda população do Distrito Federal caberia dentro dos carros. Está previsto que em junho próximo chegue a 1.000.000 unidades.

As razões para o “boom” automobilístico da cidade passam pelo poder aquisitivo da população, pelas características geográficas da cidade, cultura local, preço e dificuldades dos transportes coletivos, entre outros.

Segundo o Sindicato das Concessionárias e Distribuidoras de Veículos Autorizados no DF, o mercado automotivo da região vive um dos melhores momentos de sua história. Nos primeiros meses de 2007, as vendas cresceram 34,46% em relação ao mesmo período de 2006. A média mensal de emplacamento de carros novos atualmente é de 8.000 e a de transferência de carros usados está em torno de 10.000.

Segundo informações da Associação das Empresas Revendedoras de Veículos do DF (AGENCIAUTO-DF), o valor médio dos carros usados adquiridos fica entre 12 mil a 15 mil reais. Este segmento movimenta cerca de 1bilhão e 500 milhões de reais ao ano. Outra característica é que 90% dos carros são financiados. O mercado aquece na medida que a taxa de juros diminuem e os prazos de pagamento aumentam.

A criação da cidade do automóvel foi uma das experiências mais bem sucedidas de Brasília. Historicamente, as revendedoras de veículos foram se instalando em áreas centrais da Capital Federal, gerando problemas de relacionamento com os moradores dessas regiões, pelos transtornos operacionais causados. Era preciso abrigá-las em setor destinado especificamente a essa atividade.

Em 2002, começou a ser implantado o pólo especializado, para o qual foram transferidas cerca de 110 empresas do ramo. O novo endereço de compra e venda de veículos é o maior centro automotivo do país, transformando-se em programa de passeio para as famílias, pelas condições ideais de instalação. Nos finais de semana, cerca de cinco mil pessoas visitam os 280 mil metros quadrados do empreendimento.

Distante apenas 10 quilômetros do centro de Brasília, a Cidade do Automóvel fica na chamada Via Estrutural mantendo permanentemente cerca de seis mil veículos em exposição.

Na Cidade do Automóvel são vendidos cerca de 3.000 veículos por mês, com faturamento bruto mensal de quase R\$ 40 milhões. A estrutura de marketing desse empreendimento coletivo é uma das mais expressivas de Brasília e o novo pólo tornou-se um fator de orgulho para a população

Inaugurada oficialmente em 27 de novembro de 2002 e instalada às margens da Via Estrutural, em frente ao Setor de Indústria e Abastecimento, a Cidade do Automóvel é a concretização do sonho de concorrência perfeita entre empresas do mesmo segmento de mercado. O novo endereço de compra e venda de veículos no Distrito Federal é hoje o maior centro automotivo do país.

Levantamento da Secretaria de Desenvolvimento Econômico/GDF mostra que a Cidade do Automóvel deverá gerar 13,1 mil empregos diretos. Com a expansão dos negócios, ainda poderá alavancar mais 11 mil. Já está prevista a construção da segunda cidade dos automóveis, próxima a Taguatinga, para o 2º semestre de 2008. A proposta é abrigar as revendas que atualmente estão no pistão sul.

O resultado prático é que, em direção a Brasília, consumidores de toda a região Centro-Oeste começam a criar o hábito de visitar a Cidade do Automóvel quando querem vender ou comprar um carro.

Os empresários do mercado de veículos fazem uma avaliação positiva da setorização do comércio num só lugar. Segundo eles, a criação da Cidade do Automóvel criou facilidades para os clientes, o que aumentou o fluxo de pessoas e conseqüentemente as vendas. A estrutura de marketing da Cidade do Automóvel é hoje uma das mais expressivas de Brasília.

3.5.3 Moda e Vestuário

O Distrito Federal possui 1.000 empresas que geram 15 mil empregos formais. Grande parte das confecções procedem de micro empresas em crescimento.

O centro de modas e vestuário que obteve o maior incremento foi o Pólo de Modas do Guará, onde cerca de 150 empreendedores dessa indústria foram beneficiados com incentivos fiscais e lotes apropriados para a atividade.

Quando o setor estiver completo, serão 460 empresas do segmento de moda, trabalhando para colocar o DF como um dos grandes exportadores do país nessa área. Na verdade, Brasília já se destaca como centro exportador para a Comunidade Européia, graças ao trabalho do consórcio “Flor Brasil”, com faturamento de R\$ 1,5 milhão em 2003, vendendo biquínis e outros itens da moda praia.

Com o Pólo do Guará, outros produtores terão abertura de mercado para os estados e para o resto do mundo. Nessa nova área, não só galpões estão sendo preparados para as fábricas. O projeto prevê que os prédios em construção servirão também de vitrine para o contato direto dos produtores com a população de maneira geral.

Para atrair e receber bem os clientes e novos investidores foram projetados itens como praças, quadras de esporte e até mesmo um pequeno parque ecológico. A idéia é que não só compradores atacadistas recorram ao centro de modas, mas também os consumidores do DF e de outros pontos do país desenvolvam o hábito de comprar roupas produzidas no DF.

As empresas instaladas no Pólo de Modas são responsáveis por cerca de mil vagas diretas de trabalho. A expectativa é de que, com todas as empresas funcionando, surjam outros 1.720 postos diretos de trabalho. O investimento inicial para a preparação dos 37,5 mil metros quadrados destinados a receber os empreendimentos foi de R\$ 23 milhões.

Quando todas as lojas previstas estiverem em funcionamento, o fluxo de negócios pode chegar a R\$ 35 milhões. “O Pólo de Modas é uma cadeia produtiva e um projeto grandioso”, comenta. E não só galpões estão sendo preparados para as fábricas. Os prédios construídos servirão também de vitrine para os produtores. O Guará vem se notabilizando como o carro-chefe dessa cadeia produtiva de moda.

Ao almejar e trabalhar em prol do desenvolvimento do mercado de moda brasiliense, a Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra) apóia, também, a iniciativa do Sindicato das Indústrias do Vestuário do Distrito Federal (Sindiveste-DF) em organizar viagens de pesquisas para relevantes profissionais do setor e que integram o Grupo Brasília de Moda.

Em 1996, o grupo realizou a sua primeira viagem ao exterior. Juntos, empresários e criadores passaram a trocar experiências. O segmento cresce em maior velocidade e, certamente, com muito mais qualidade. Os empresários retornaram em abril de 2008. Os objetivos da missão contemplaram muito mais do que pesquisas de tendências. Foi pesquisado: pesquisa da concorrência internacional, inovação da empresa e do produto por meio de novas tecnologias, pesquisa de mercado para internacionalização de empresas, ampliação de conhecimento da base produtiva internacional para adequar as iniciativas às potencialidades e características das empresas brasileiras, os atributos de excelência das empresas e de centros de tecnologia europeus para desenvolver programas de apoio e preparação das contrapartes brasileiras, possibilidade de intercâmbio e transferência de tecnologia, entre outras possibilidades.

3.5.4 Construção Civil

Após o Governo desonerar 45 itens da construção civil e implementar medidas de estímulo ao crédito imobiliário, as entidades do setor apresentaram os resultados alcançados pelo segmento e os seus reflexos na economia.

Além do aumento expressivo no PIB, segundo a FGV, o Índice Nacional de Custo da Construção Civil (INCC) não tem exercido pressão sobre os índices da inflação, apresentando o menor índice dos últimos quatro anos (14,7% em 2003 ante 4,4% até outubro de 2006). Há previsão de aplicação de R\$ 19 bilhões em financiamento habitacional este ano. Esse número, 90% maior em relação a 2005, segundo o ministro Furlan, do Ministério do Desenvolvimento e Indústria e Comércio, “vem para mostrar que as medidas estão dando resultado e que o setor andou e agora tem condições de continuar crescendo, e ainda dar previsibilidade aos investimentos”.

Durante a apresentação dos trabalhos dos vários segmentos da cadeia, o ministro Furlan adiantou que sua equipe está propondo novas medidas de desoneração em máquinas e equipamentos para reduzir ainda mais os custos. “Há um olhar, desta vez, nas questões de obras públicas e de infra-estrutura”. Um exemplo citado por Furlan foi o Repes, regime especial de tributação editado na MP do Bem que permite aquisição de bens e serviços com suspensão do PIS/PASEP e

da Cofins. Segundo ele, os técnicos estão tentando reduzir a percentagem mínima de 80% e incluir obras de construção civil na questão da suspensão do PIS/Cofins. “Isso é uma novidade para investimentos voltados para exportação”, concluiu.

Com relação aos empreendimentos previstos no plano de infra-estrutura do Governo do Distrito Federal, o setor tem grandes expectativas. Serão investimentos acima de R\$ 1,5 bilhão em obras importantes para a região.

Dentre os mais significativos estão os hospitais do Recanto das Emas e de São Sebastião, trezentos postos policiais, estação de metrô na SQS 108 Sul e Ceilândia, projeto Brasília Integrada, seis vilas olímpicas, programa Pró-moradia I e II, nova rodoviária, Ceilambódromo, novo centro administrativo próximo à estação Ceilândia e infra-estrutura em Vicente Pires, Estrutural, Itapuã, Sobradinho e Gama. Na área da incorporação, as notícias também são muito boas. A Caixa Econômica anunciou, na segunda quinzena de fevereiro, a redução dos juros para financiamento da casa própria.

Para imóveis no valor até R\$ 130 mil, com recursos da poupança, a taxa anual caiu de 9% para 8,4% mais a TR. Nos financiamentos de imóveis até R\$ 200 mil, a Caixa diminuiu os juros de 10,5% para 9,5%. Na faixa que vai até R\$ 310 mil, a taxa baixou de 11,8% para 10%. E por fim, para imóveis acima de R\$ 350 mil, a taxa caiu de 12,5% para 11% – para todos é preciso adicionar a TR.

O mercado imobiliário em Águas Claras continuará muito aquecido com diversos empreendimentos e preço de metro quadrado em torno de R\$ 3 mil. Águas Claras contará ainda com obras importantes tais como três viadutos interligando avenidas Araucária e Castanheiras, abertura e asfaltamento das avenidas Boulevard, passeios e iluminação pública.

As cidades satélites da Ceilândia, Gama e Sobradinho também terão fortes investimentos das incorporadoras com diversos projetos e empreendimentos do porte de Águas Claras.

O consumidor e as incorporadoras estão aguardando com grande expectativa o lançamento do Setor Noroeste, que está previsto para o segundo trimestre deste ano. O Noroeste tem um projeto urbanístico moderno, com idéia de se transformar no bairro verde e ecologicamente correto e com soluções viárias para resolver os graves problemas de trânsito que hoje atingem boa parte do Distrito Federal.

Sem dúvidas, estamos em um ano que promete bastante. Por isso as empresas e o governo devem estar preparados para enfrentar o forte volume de obras que desenha-se no horizonte.

Da parte das empresas, é necessário preparar-se, equipando-se e adquirindo mão-de-obra qualificada suficiente para atender à demanda que será volumosa. Para tanto, contarão com o apoio do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Distrito Federal (Sinduscon-DF) e do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai).

O Executivo local tem buscado também agilidade na administração, sendo mais eficiente na parte burocrática que envolve análise de projetos, alvarás, liberação de Habite-se, licença de obra, dentre outros trâmites. E ainda resolvendo, junto à Companhia Energética de Brasília (CEB) e Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb), os atendimentos necessários à demanda que se efetivará neste ano.

No curto prazo a perspectiva é de um período bastante promissor para o Distrito Federal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como principal objetivo o estudo das oportunidades de negócio no Distrito Federal. Foram analisados os aspectos teóricos dentro de processo de planejamento que puderam ser aplicados na pesquisa em questão: aquisição e processamento dos dados de entrada e as técnicas para estudar o futuro.

Na aquisição dos dados de entrada foram colhidas informações do presente, passado e o futuro do ambiente externo no Brasil e no Distrito Federal. A técnica do processamento de dados foi utilizado para se chegar a decisão dos segmentos mais promissores. Pelas características do trabalho foram utilizadas as seguintes técnicas para estudar o futuro:

- **análise de séries temporais:** utilizada na coleta de dados estatísticos dos institutos oficiais - sites do GDF, Sebrae, IBGE, sindicatos, associações e entidades classistas.
- **Projeções derivadas:** São encontradas em vários pontos dos segmentos identificados. Como os exemplos que se seguem. Na área de informática, a proximidade de um grande consumidor - Governo Federal - aumenta a oferta de cursos superiores na área. A criação do pólo de modas induz à formalização das atividades e ao aumento da carga tributária. No setor automotivo, o aumento da renda da população e a estabilidade das taxa de juros impactam, diretamente, as vendas. No segmento da construção civil o crescimento da atividade alavanca diversos setores diretos e indiretos.
- **Pesquisa de opiniões a atitudes:** foram realizadas entrevistas com presidentes de associações e funcionários dos sindicatos com a finalidade de identificar as tendências dos segmentos escolhidos.

Brasília apresenta características muito distintas em relação aos demais estados: foi criada para ser uma cidade administrativa e hoje tem características próprias. É a segunda maior fornecedora de serviços do país, apesar do baixo número de indústrias.

A população, por sua vez, refletindo as características locais, tem suas peculiaridades, que foram detalhadamente analisadas no decorrer da pesquisa para

que pudessem, ao final desta etapa do trabalho, apresentar os aspectos mais importantes e menos explorados pelas empresas locais.

Dando continuidade às áreas em crescimento, os três setores econômicos - comércio, serviço e indústria - foram divididos por segmentos e quantidades no DF. Para tanto, foram consideradas as taxas de crescimento de cada um levando em consideração a relação: taxa Brasil x taxa DF. Por meio deste estudo detalhado é que se chegou aos temas: informática, vestuário e moda, automotivo e construção civil.

Foram levantadas os dados e as políticas governamentais para cada setor, incentivos e características da população local, a fim de se obter uma visão de futuro destas atividades no Distrito Federal. Concluiu-se então que estes segmentos tiveram tanto a nível nacional, como no Distrito Federal a mesma tendência de crescimento. Brasília se destacou em alguns índices em razão dos incentivos do Governo local previstos para estas áreas, como isenção e/ou incentivos fiscais, linhas de crédito específicas, facilidades na aquisição do terreno, entre outros.

Em que se pese a amplitude do tema, cumpriu-se o objetivo do trabalho, fornecendo uma análise e informações a respeito das áreas mais promissoras para investimento no Distrito Federal.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L.C.G, **Teoria geral da administração**: aplicação e resultado nas empresas, São Paulo: Atlas, 2004

CHIAVENATO, I, **Administração nos novos tempos**, São Paulo: Campus, 2000

DF INDUSTRIAL. Revista da Federação das Indústrias do DF. ano I n. 1 Brasília: Federação das Indústrias do Distrito Federal, mar/2008

DRUKER, P, **Administrando em tempo de grandes mudanças**. São Paulo: pioneira ,1995.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL (GDF). Contém informações institucionais sobre o Distrito Federal e seu governo. Disponível em: <<http://www.districtofederal.gov.br>> Acesso em: 23.04.2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Contém informações institucionais, estatísticas e geográficas sobre o Brasil, sua economia, suas cidades e sua população. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>> acesso em: 25.03.2008

____. Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 2001-2002. Brasília.

MAXIMIANO, A. C. A., Introdução à administração, 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. São Paulo. Globo, Janeiro/2008 , n. 209. São Paulo. Globo, jun/2006.

REVISTA FECOMERCIO-DF. ano XI, n 115. Brasília: Sistema Fecomércio-DF,

____. ano 2007, n. 119. Brasília: Sistema Fecomércio-DF,

____. ano XI n. 124. Brasília: Sistema Fecomércio-DF, nov/2007.

____. ano XII n. 125. Brasília: Sistema Fecomércio-DF, dez/2007 e jan/2008.

____. ano XII n. 126. Brasília: Sistema Fecomércio-DF, fev/2008

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Onde estão as micro e pequenas empresas no Brasil**. Brasília: SEBRAE, 2006.

SILVIO, O. **Como planejar sua empresa**, vol. 2, Brasília: Sebrae, 2003.

SINDICATO DO COMÉRCIO DE VESTUÁRIO NO DF(SINDIVESTE), informações obtidas por email.

Sindicato da Indústria da Construção Civil no Distrito Federal (SINDUSCON/DF), site www.sinduscondf.org.br, acesso em 10.05.2008

Sindicato das Concessionárias e Distribuidoras de Veículos Autorizados no DF, (SINCOVID-DF), informações obtidas por email.

Federação das Indústrias do Distrito Federal (FIBRA/DF), informações obtidas no site: www.fibra.org.br, acesso em 11.05.2008

Associação das Empresas Revendedoras de Veículos do DF (AGENCIAUTO-DF), entrevista com o Presidente. 02 de maio de 2008.