

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PESSOAIS PARA A CONSTRUÇÃO CIVIL NO RIO GRANDE DO NORTE¹

*Djanilton Henrique Moura Junior*²

*Aluísio Alberto Dantas*³

RESUMO

Os serviços pessoais de construção, reformas, conserto, melhoria e adequações de estruturas físicas, hidráulicas, elétricas, hidro-sanitárias e demais demandas de instalações físicas públicas e privadas vêm apresentando crescimento quantitativo e qualitativo e que motiva o planejamento da oferta em condições de orientar o equilíbrio do mercado. Para tanto, estuda-se a viabilidade econômica de uma empresa de prestação desses serviços, considerando as expectativas de retorno financeiro profissional. O estudo analisa os elementos presentes em plano de negócio que orienta a oferta dos serviços profissionais, cujos indicadores apresentam o *break-even point* de 11,86%; a lucratividade prevista é de 25,45 % e a rentabilidade de 40,55%. Observa-se que o plano de negócios viabiliza a prestação dos serviços cujo investimento é de elevado custo de oportunidade.

Palavras-chave: Construção civil; Serviços; Plano de negócio.

ABSTRACT

Personal services for construction, remodeling, repair, improvement and adaptations of physical structures, water, electric, water and sanitary facilities and other physical demands of public and private have presented a quantitative and qualitative growth and that motivates the design of the offer in terms of guiding market equilibrium. To this end, we study the economic viability of a company providing those services, considering the expectations of professional financial return. The study examines the elements present in the business plan that guides the provision of professional services, where indicators show the break-even point of R \$ 167,661.57; profitability is estimated at 57.53% and return of 5622.87%. It is observed that the business plan enables the provision of services where investment is high opportunity cost.

Keywords: Construction, services, business plan.

¹ Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização MBA em Gestão Estratégica de Negócios da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte (FARN).

² Engenheiro da computação e especialista MBA em Gestão Estratégica de Negócios.

³ Economista, mestre em economia e professor de economia empresarial do MBA em Gestão Estratégica de Negócios da FARN.

1. INTRODUÇÃO

Os serviços relacionados à construção civil normalmente apresentam demandas crescentes em localidades e períodos de crescimento econômico. Esses serviços vêm requerendo várias características de qualidade e preço, considerando o nível de exigência dos consumidores privados e públicos. Vários são os serviços pessoais demandados por proprietários e inquilinos de imóveis, destacando-se a construção, reformas, melhorias, conserto e adequações de estruturas físicas, hidráulicas, elétricas, hidro-sanitárias e demais demandas de instalações físicas públicas e privadas. Os pequenos serviços constituem o maior volume do segmento estudado no presente artigo, os quais podem ser contratados informalmente e envolvem um grande número de trabalhadores e de recursos transacionados com o pagamento dos mesmos.

Objetiva-se com o presente estudo analisar a viabilidade econômica da prestação de serviços pessoais do segmento da construção civil no Rio Grande do Norte. Esse estudo analisa os diversos componentes do plano de negócio elaborado para o respectivo segmento produtivo, tais como a viabilidade de mercado e os planos de marketing, operacional e financeiro do setor. O estudo é encerrado com a análise dos elementos de avaliação econômica e financeira de um plano de negócio voltado para a prestação dos serviços do setor ora estudado.

O crescimento do setor terciário da economia constitui o principal argumento que justifica o estudo, considerando que os serviços são as atividades que mais crescem na atividade econômica, gerando emprego e agregando renda, promovendo a demanda de material de construção e o crescimento da produção e vendas do setor produtivo e comercial do referido setor. O texto foi desenvolvido mediante pesquisa aplicada e documental, cujas informações analisadas foram coletadas do plano de negócios elaborado para o setor e constante do presente estudo. O universo da pesquisa contempla todo o segmento prestador dos serviços autônomos da construção civil no estado do Rio Grande do Norte. O plano amostral foi obtido em pesquisa realizada para a elaboração do plano de negócios em Natal-RN, cujos dados foram coletados diretamente junto a profissionais que atuam no referido setor de prestação de serviços para os setores privados, públicos e autônomos.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Plano de negócio, também chamado "plano empresarial", é um documento que especifica, em linguagem escrita, um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado. Geralmente é escrito por empreendedores, quando há intenção de se iniciar um negócio, mas também pode ser utilizado como ferramenta de marketing interno e gestão. Pode ser uma representação do modelo de negócios a ser seguido. Reúne informações tabulares e escritas de como o negócio é ou deverá ser.

De acordo com o pensamento moderno, a utilização de planos estratégicos ou de negócios é um processo dinâmico, sistêmico, participativo e contínuo para a determinação dos objetivos, estratégias e ações da organização; assume-se como um instrumento relevante para lidar com as mudanças do meio ambiente interno e externo e para contribuir para o sucesso das organizações. É uma ferramenta que concilia a estratégia com a realidade empresarial. O plano de negócio é um documento vivo, no sentido de que deve ser constantemente atualizado para que seja útil na consecução dos objetivos dos empreendedores e de seus sócios.

O plano de negócios também é utilizado para comunicar o conteúdo aos investidores de risco, que podem se decidir a aplicar recursos no empreendimento. Para E. Bolson, plano de negócio "é uma obra de planejamento dinâmico que descreve um empreendimento, projeta estratégias operacionais e de inserção no mercado e prevê os resultados financeiros". Segundo o mesmo autor, a estratégia de inserção no mercado talvez seja a tarefa mais importante e crucial do planejamento de novos negócios.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae destaca O plano de negócio como o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio. Portanto, é um roteiro técnico de planejamento e gestão de uma empresa de qualquer ramo de atividade e que visa sucesso no retorno do capital investido (SEBRAE, 2007).

Tratando-se de um documento técnico, o plano de negócio normalmente obedece a roteiros e formulários próprios das entidades financiadoras e de fomento de investimentos. No entanto, todos os roteiros seguem uma estrutura que ressalta o

planejamento estratégico da estrutura da empresa, do mercado, da gestão e, principalmente, dos indicadores de viabilidade do investimento privado que visa lucro.

3. ANÁLISE DO PLANO DE NEGÓCIO

3.1. Sumário Executivo

O plano de negócio constitui um documento técnico dirigido para a análise de investimento empresarial destinado à implantação, modernização, ampliação, realocação e/ou diversificação de empresa. Trata-se de um planejamento estratégico de execução de investimento de curto e médio prazo, o qual orienta a execução e avaliação de desempenho da gestão empresarial.

O presente estudo analisa a viabilidade econômica e financeira de implantação de uma empresa de prestação de serviços na área da construção civil, com características de atender a demandas de mercado realizadas por empresas e proprietários de imóveis, tanto de pessoas físicas quanto pessoas jurídicas privadas e públicas. Nesse sentido, o presente plano de negócio descreve o planejamento estratégico da empresa, cujas características são as seguintes:

- a) Implementação de estratégias de atração de clientes através de divulgação no rádio, jornal, internet, faixas, panfletos, folders e demais meios de comunicação e redes sociais;
- b) Desenvolver ações voltadas para a fidelização dos clientes, prestando um serviço diferenciado, com qualidade, oferecendo preços diferenciados e criando pacotes de serviços compatíveis com as necessidades e exigências do mercado;
- c) Manter um ótimo relacionamento com os colaboradores, permitindo que eles opinem para melhoramento dos serviços prestados. A busca do relacionamento deverá contribuir para o acréscimo de produtividade e de melhorias nos níveis de qualidade dos serviços prestados. Para tanto, serão oferecidos programas de treinamentos e de capacitação profissional.

O sumário executivo do plano de negócio destaca como missão da empresa a prestação de serviços com qualidade no atendimento personalizado e com diferenciais nos serviços demandados pela indústria da construção civil. Trata-se de uma pequena empresa que atuará no setor terciário da economia e que juridicamente enquadra-se na

condição de sociedade limitada, em regime simples e cujo capital social é oriundo de recursos próprios e de terceiros.

O estudo apresenta os seguintes indicadores de viabilidade do investimento:

- a) Índice de lucratividade: 25,45%;
- b) Índice de rentabilidade: 40,55%;
- c) Ponto de Equilíbrio: 11,86%

O estudo mostra, portando, que o empreendimento é viável sob as óticas econômicas e financeiras e que permite a realização do investimento para a implantação da empresa de prestação de serviços no segmento da construção civil para as demandas pessoais, empresariais e públicas da Região Metropolitana de Natal.

3.2. Análise de mercado: clientes e fornecedores

O mercado constitui os segmentos de oferta, demanda e preço dos serviços relacionados à construção, reformas, melhorias, conserto e adequações de estruturas físicas, hidráulicas, elétricas, hidro-sanitárias e demais demandas de instalações físicas públicas, privadas e autônomas de residências e demais imóveis comerciais e industriais; bem como aqueles que necessitam de serviços relacionados à manutenção, prevenção e de reparação em todo o estado do Rio Grande do Norte.

O estudo de mercado analisa a oportunidade em oferecer um serviço especializado e diferenciado no ramo doméstico e onde há demanda. Por ser um negócio e segmento carente de profissionais competentes e com postura ética no uso do tempo e de materiais, pode-se supor que haja resistência dos clientes e dificuldade da empresa em adquirir credibilidade no mercado em curto prazo.

O plano de negócio mostra que a oferta dos serviços exige o suprimento de material, o qual é totalmente disponível em estabelecimentos de Natal e Parnamirim. Os preços desse material são compatíveis com a média de mercado, cujas condições de pagamento são acessíveis em termos de valores, formas e prazos de pagamento. Outra característica importante relaciona-se ao imediato prazo de entrega do material, o que permite a prestação dos serviços de forma ininterrupta e contínua.

3.3. Plano de marketing

Os serviços oferecidos são relacionados ao ramo da construção civil propriamente dita, bem como à prestação de serviços em condomínios residenciais, trabalhando na manutenção de suas respectivas áreas, atendendo à administração condominial e condôminos. Os serviços prestados são: construção de casa, pintura, piso, cerâmica, pavimentação, instalação elétrica, hidráulica e demais serviços relacionados ao campo da construção civil.

Os serviços ofertados pela empresa deverão ser conhecidos pelas pessoas que serão clientes potenciais dos mesmos. As pessoas interessadas na contratação de serviços farão contatos com a empresa e que resultará em visita *in loco* para levantamento de necessidades e elaboração do orçamento detalhado, análise de custos, tempo necessário para a realização dos serviços, prazos e formas de pagamento. Depois de identificados os preços da concorrência, serão definidos os preços dos serviços, os quais estarão compatíveis, e até menores, que os praticados no mercado. Os preços serão diferenciados e regressivos, dependendo do período de contrato, afim de fidelizar o cliente.

As estratégias promocionais que serão utilizadas para a atração dos clientes, são as seguintes:

- a) Criação do site da empresa e divulgação em blogs e redes sociais;
- b) Colocação de faixa e distribuição de panfletos em pontos específicos da cidade;
- c) Divulgação em programas de rádio, mais ouvida pelo público alvo, televisão e jornal de circulação local.

A fim de estabelecer uma estrutura de comercialização sólida e diversificada, a venda será feita por intermédio de profissionais experientes, com conhecimento de mais de 30 anos no ramo da construção civil, junto a prefeituras e a condomínios. A localização do negócio se faz importante, dependendo do público que se deseja atender. O canal de distribuição será em San Vale, onde funcionará o escritório da empresa.

3.4. Plano operacional

A empresa dispõe de logística produtiva e operacional com estrutura física e variável. Prestando serviços de construção e reforma, dispondo de mão-de-obra qualificada. A capacidade máxima de prestação de serviços e comercialização será a

construção de duas casas a cada seis meses; e o volume de serviços iniciais serão reformas mensais em condomínios e casas.

Em relação aos processos operacionais, as atividades serão feitas com base no conhecimento do engenheiro civil responsável pelas obras, com experiência de 30 anos no ramo da construção civil; a empresa contará ainda com a participação de profissional que atua há anos como mestre-de-obra em diversos tipos de construção e reformas de prédios. Esses profissionais contam com equipes específicas, habilitadas e competentes para cada tipo de serviço a ser contratado.

A empresa tem necessidade de pessoal fixo para a manutenção e prestação dos serviços contratados, para tanto tem uma estrutura física com servente, pedreiro, eletricitista e encanador, todos profissionais com larga experiência profissional. Para os serviços sazonais poderá contratar pessoal extra para suprir a demanda de serviços eventuais e sazonais, dependendo da necessidade do cliente.

3.5. Plano financeiro

O planejamento financeiro constitui uma das mais importantes ações do plano de negócio, considerando que o sucesso de sua execução resultará na obtenção dos lucros programados e do adequado retorno dos investimentos realizados. O sucesso desse planejamento exige uma boa previsão de receitas e o adequado controle de custos, no sentido de maximizar os lucros e de manter a empresa em condições de competitividade no mercado e de aceitabilidade dos serviços ofertados (BRUNSTEIN, 2006).

A grande maioria dos negócios de construção civil exige o investimento em capital fixo e variável; embora o preço dos serviços seja, via de regra, superior aos custos, a receita entra no caixa bem depois da necessidade de pagamentos de despesas, sendo necessária a disponibilidade de capital de giro para fazer face às despesas a serem pagas antes do recebimento de recursos financeiros correspondentes ao pagamento dos serviços contratados. Os contratos de prestação de serviços de construção civil por empreitada e incorporações imobiliárias quase sempre exigem que se coloque antecipadamente uma quantidade de recursos para alavancar a sua produção.

Seguindo essa premissa, o planejamento da receita é o ponto mais importante de todo estudo de viabilidade econômica. Para tanto será descrito todo o portfólio financeiro da empresa. Primeiramente descreve-se o total de recursos a ser investido,

para que a empresa comece a funcionar. O investimento total é formado pelas seguintes rubricas orçamentárias (SEBRAE, 2007):

- a) Investimento fixo;
- b) Capital de giro;
- c) Investimentos pré-operacionais.

A empresa fez investimentos fixos em veículo, computador, impressora, móveis e utensílios. Em relação ao capital de giro, a empresa não necessita de estoque inicial; é necessário, assim, um capital de giro igual ao caixa mínimo, que representa o valor em dinheiro que a empresa precisa ter disponível para cobrir os custos, até que as contas a receber de clientes entrem no caixa (Sebrae, 2007). Esse capital de giro corresponde a uma reserva inicial de caixa e correspondente aos custos variáveis durante 45 dias e destinado ao pagamento de salários e fornecedores. O único investimento pré-operacional feito pela empresa foi para a legalização da mesma.

As fontes de recursos foram dividas, para financiar os investimentos iniciais: 50% de recursos próprios e 50% de terceiros. Os recursos próprios serão disponibilizados pelos sócios da empresa e em proporções definidas posteriormente; os recursos de terceiros serão oriundos de financiamento descrito a seguir.

O próximo passo será definir o faturamento e os custos mensais da empresa, cuja metodologia obedece ao processo convencional de quantidades x preços; ou seja, multiplicando-se os serviços oferecidos pelo seu respectivo preço de venda.

Os custos totais da empresa são constituídos de custos fixos e custos variáveis:

- a) Insumos ou aquisição de mercadorias;
- b) Comercialização;
- c) Mão de obra;
- d) Depreciação;
- e) Custos fixos operacionais.

O faturamento mensal da empresa é constituído pelos serviços abaixo, os quais têm os custos associados com materiais e insumos e os percentuais de serviços oferecidos por mês. As projeções de receitas destes serviços são fixas durante os 12 meses do ano.

Descrição dos serviços	Percentual dos serviços	Percentual dos custos
Construção de casa	83%	35,95%

Pintura	3%	38,50%
Pavimentação	11%	38,50%
Elétrica	2%	38,50%
Hidráulica	1%	35,95%

O percentual de custos é o quanto é gasto com insumos ou com aquisição de mercadorias para executar os serviços descritos, que variam de acordo com a quantidade.

O custo com comercialização da empresa em questão é de 3% sobre o faturamento mensal para o pagamento do imposto do simples; e 2% de ISS.

Os custos com mão de obra são:

Função	Percentual dos custos
Servente	27,27%
Pedreiro	45,45%
Eletricista	9,09%
Encanador	9,09%
Contador	9,09%

Os custos com depreciação são:

Ativos fixos	Percentual dos custos
Equipamentos	1,11%
Móveis	3,26%
Veículos	86,94%
Computadores	8,69%

Os custos fixos operacionais são:

Descrição	Percentual dos custos
Energia elétrica	1,18%
Telefone	1,18%
Honorários do contador	6,00%
Salários+encargos	78,71%
Material de escritório	1,18%

Depreciação	5,30%
Internet	1,18%
Vale transporte	1,76%
Combustível	3,53%

4. ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA

O estudo da viabilidade econômico-financeira é tal que pretende caracterizar um empreendimento que proporcione um lucro aos investidores ao final do negócio, bem como ser capaz de evitar saldos negativos proporcionando, conseqüentemente, um fluxo de caixa positivo em qualquer momento do empreendimento.

Parte-se do pressuposto de que a viabilização de qualquer negócio começa sempre pelo aspecto econômico. Busca-se inicialmente o lucro, o benefício projetado para o futuro e alguma garantia de que ele será realmente obtido.

Nos resultados de um fluxo de caixa podem ser admitidos diferentes indicadores alinhados, com objetivo do diagnóstico avaliado. Contudo, dois indicadores usualmente utilizados nas análises de viabilidade econômica de empreendimentos imobiliários são o Valor Presente Líquido (VPL) e a Taxa Interna de Retorno (TIR). (Heineck, 1989 apud Greer e Kolbe, 2003).

A NBR 14653-4 relaciona, além das rubricas orçamentárias anteriormente citadas, outros indicadores de viabilidade econômica (ABNT, 2002):

- a) Tempo de retorno do capital investido (payback), cujo cálculo mostra o período no qual o VPL do fluxo de caixa é nulo; ou seja, o tempo necessário para que o projeto atinja seu ponto de equilíbrio (recupere os investimentos realizados), e que são índices auxiliares na interpretação do VPL;
- b) Índice de Lucratividade (IL), que é medido pela relação entre o valor presente do fluxo de encaixes e o valor presente do fluxo de desencaixes;
- c) Taxa de Rentabilidade (TR), que consiste na relação entre o VPL, determinado a partir da taxa de atratividade, e o valor presente dos desencaixes de capital;
- d) Método do Benefício Líquido Anual Uniforme (MBLAU);
- e) Método na determinação do Custo Anual Uniforme Equivalente (CAUE) do ativo.

O texto descrito por Gartner ressalta a importância dos índices para a avaliação econômica e financeira de uma empresa, no curto, médio e longo prazos (GARTNER, 1998, p. 58):

A utilização dos índices de uma empresa pode ser feita de duas formas: comparando-os aos índices de outras empresas individualmente ou agregadas no setor de atuação, ou analisando-se sua evolução temporal. A comparação com os índices de outras empresas permite traçar um paralelo em reação à concorrência, estabelecendo os pontos fortes e fracos e orientando, assim, as ações necessárias para melhorar ou manter o desempenho da empresa. A evolução temporal dos índices, de um lado, serve para identificar o desempenho da empresa no decorrer dos anos e, de outro lado, serve como forte referencial para analisar as projeções de resultados futuros (análise de índices aplicada às projeções de resultados).

O presente estudo analisa o PAYBACK, a TR e o IL, conforme o modelo de plano de negócio adotado no presente estudo (Sebrae, 2007). Esses indicadores permitem avaliar o desempenho econômico e financeiro da empresa, os quais constam do quadro do demonstrativo de resultado projetado para a empresa, mostrando a previsão de faturamento, custos, lucro ou prejuízo.

Discriminação	Percentual
Receita Operacional Bruta	100,00
Custos Variáveis	71,12
Margem de Contribuição	28,88
Despesas Fixas Operacionais	3,43
Resultado Operacional	25,45
Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido	-
Imposto de Renda	-
Adicional de Imposto de Renda	-
Resultado Líquido	25,45

Esse quadro demonstra se a empresa está operando com lucro ou prejuízo. Os dados previstos mostram que a empresa tem um lucro de 25,45%.

O quadro abaixo demonstra os índices comentados acima, que servirão como balizadores para as comparações com outros índices financeiros, a fim de verificar se o empreendimento é viável ou não.

Discriminação	%
Ponto de equilíbrio	11,86
Rentabilidade	40,55
Lucratividade	25,45

Numa breve análise feita no quadro acima, observa-se que a empresa só precisa de 11,86% do seu faturamento para pagar todos os seus custos e obter lucro; obtém também uma lucratividade de 25,45% sobre os serviços vendidos; e por último, analisando a rentabilidade, que será comparada com índices praticados no mercado financeiro. Essa rentabilidade indica que em menos de 3 meses todo o investimento feito será recuperado.

Comparando-se a TR com a Selic, que é a taxa básica de juros, cuja meta anual atual é de 10,75% a.a.; a taxa selic anual medida pela taxa diária é de 10,66% ao ano. Observa-se que o retorno do investimento supera o custo do capital financeiro calculado pela taxa selic e juros. Portanto, a comparação dessas duas taxas mostra um indicador favorável ao investimento ora programado (IBGE, 2010).

Outra análise financeira importante é dada pela taxa real de rentabilidade, a qual é obtida pela diferença entre a taxa nominal e a taxa de inflação, medida por qualquer indicador de medição de preços, principalmente o IPCA (Índice de Preços ao Consumo Amplo) que é publicado pelo IBGE. As diferenças entre taxas de juros nominais e taxas de juros reais merecem uma atenção especial, pois elas têm implicações nas decisões de investimento.

As taxas de juros nominais constituem-se em um pagamento expresso em porcentagem, mensal, trimestral, anual etc., que um tomador de empréstimos faz ao prestador, em troca do uso de determinada quantia de dinheiro. Se não houver inflação no período, a taxa de juros nominal será igual à taxa de juros real desse mesmo período de tempo. Contudo, quando há inflação, torna-se importante distinguir a taxa de juros nominal da taxa de juros em termos reais.

Assim, enquanto a taxa de juros nominal mede o preço pago ao poupador por suas decisões de poupar, incluindo a perda que sofre por efeito da inflação, ou seja, de transferir o consumo presente para o consumo futuro, a taxa de juros real mede o retorno de uma aplicação em termos de quantidades de bens, isto é, já descontada a taxa de inflação. Tratando-se de rentabilidades futuras, costuma-se usar a taxa de inflação esperada (VASCONCELLOS, 2007).

Considerando que a inflação acumulada medida pelo IPCA é de 5,63%, o estudo identifica uma taxa real de 34,92%, que constitui um bom rendimento financeiro. Observa-se ainda outro caminho de avaliação, comparando-se o rendimento com uma taxa média anual de crescimento do índice Bovespa (Bolsa de Valores de São Paulo) e verificada no período de 2000 a 2010, que foi de 16,1%. Logo, o estudo mostra uma rentabilidade bem superior aos índices citados, indicando a viabilidade econômica e financeira do empreendimento. (BOVESPA, 2010).

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O plano de negócio constitui um estudo técnico de planejamento e avaliação das condições que orientam a viabilidade econômica e financeira de um investimento privado previsto para a implantação, ampliação, modernização, realocização e diversificação de uma empresa, em qualquer ramo de atividade e qualquer condição jurídica. É um instrumento que identifica a estratégia de funcionamento do mercado e as atitudes do empreendedor que busca sucesso do seu empreendimento.

O presente plano de negócio de implantação de uma pequena empresa prestadora de serviços na área da construção civil na Região Metropolitana de Natal – RN orienta os empreendedores com informações detalhadas sobre o ramo de atividade, os produtos e serviços que irá oferecer a seus clientes, que são pessoas físicas, jurídicas, públicas e privadas. O estudo descreve os concorrentes, fornecedores e os indicadores de viabilidade do investimento privado.

Os indicadores revelam que o investimento da empresa é rentável, superando alguns índices financeiros utilizados com balizadores para o cálculo da viabilidade econômica. Portanto a implementação e o investimento futuro para o crescimento do atendimento ao mercado é bastante viável e justifica a execução do plano de negócio.

6. REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 14653-4: Avaliação de bens – empreendimentos, Rio de Janeiro, 2002.

BOVESPA. BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO. <www.bovespa.com.br> Acesso: em 30/12/2010.

BRUNSTEIN, Israel. **Economia de Empresas: Gestão Econômica de Negócios.** – São Paulo: Atlas, 2006.

GARTNER, Ivan Ricardo. **Análise de Projetos em Bancos de Desenvolvimento.** – Florianópolis: Ed.UFSC, 1998.

GREER, G. E.; KOLBE, P. T. **Investment analysis for real estate decisions.** 5.ed. [S.l.]: Dearborn Financial Publishing, 2003.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. <www.ibge.gov.br> Acesso: em 30/12/2010.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como elaborar um plano de negócio.** Brasília : SEBRAE, 2007. <www.sebraemg.com.br> Acesso: em 30/12/2010.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia: Micro e Macro.** – 4. ed. – 2. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.