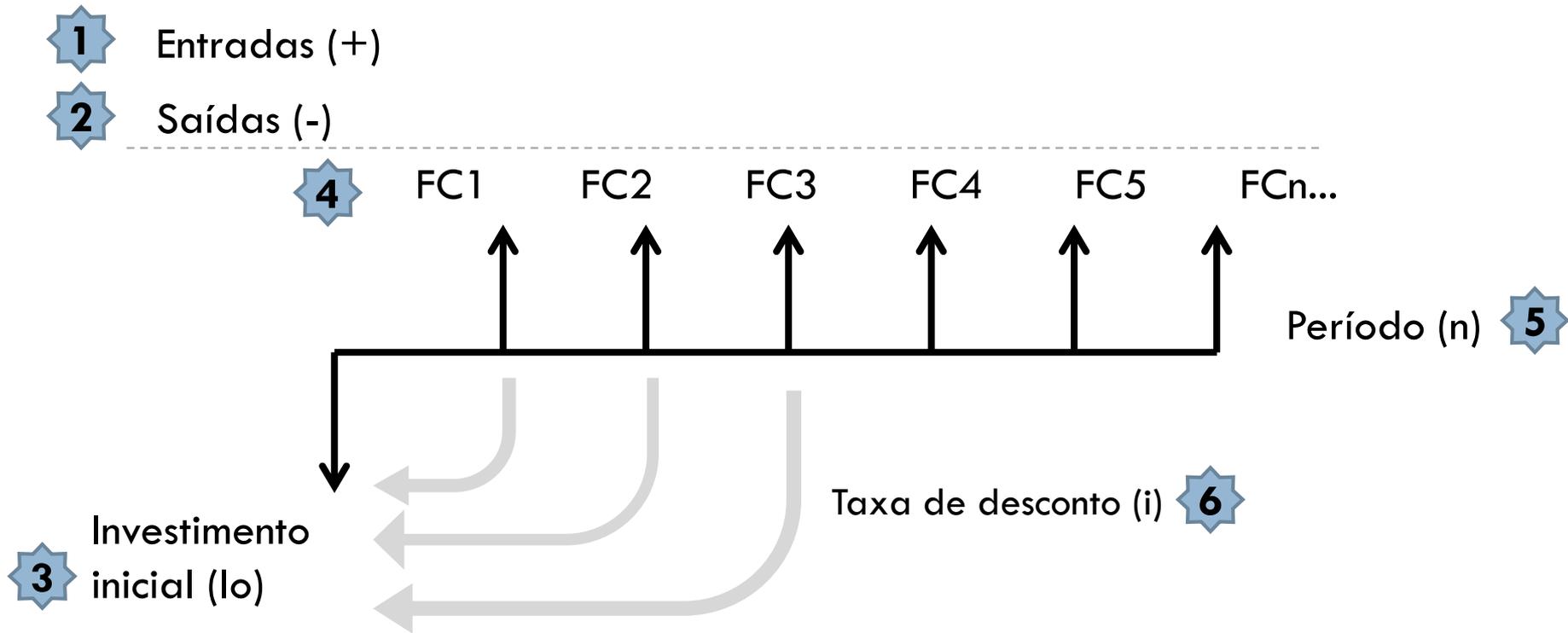


ELABORAÇÃO DE PROJETOS

2023

Perla Calil Pongeluppe Wadhy Rebehy

Componentes



Classificações dos investimentos

1. **Investimentos economicamente independentes**
 - ▣ Possibilidade física de implementação
 - ▣ Benefícios produzidos
2. **Investimentos com restrições orçamentárias**
3. **Investimentos economicamente dependentes**
 - ▣ Aceitação de um exerce influências negativas sobre os resultados líquidos dos demais (substitutos)
 - ▣ Aceitação de um exerce influências positivas sobre os demais (complementares)
 - ▣ Aceitação de um depende rigorosamente da implementação de outro (técnica ou econômica)
4. **Investimentos mutuamente excludentes**
5. **Investimentos com dependência estatística**
 - ▣ Variações conjuntas nos resultados (iates e carros de luxo)

Etapas do Projeto

□ Etapas

1. Identificar o projeto e as oportunidades
 - Análise superficial da situação
 - Estimativa de investimento
 - Estimativa de geração de caixa
 - Análise superficial de viabilidade
 - Garantias
2. Mapear possíveis financiadores
 - Bancos de fomento (BID, BIRD, BNDES, FINEP)
 - Bancos comerciais
 - Fundos de investimentos
 - Bancos de investimentos
 - Sócios atuais
 - Investidores
3. Contratação e execução do projeto
 1. Elaboração do material
 2. Discussão com agentes financiadores / investidores
 3. Contratação do financiamento/investimento

Quadro 1.2. *Distribuição porcentual dos custos de investimento.*

ITEM	PORCENTAGEM DO INVESTIMENTO TOTAL		
● Estudos de viabilidade	0,3%	a	1%
● Engenharia e imprevistos	8%	a	12%
● Supervisão e gastos gerais da construção	9%	a	12%
● Construção da fábrica (Mão-de-obra inclusa)			
– Preparação e estruturas do terreno	12%	a	20%
– Equipamento e instalação	45%	a	52%
● Gastos pré-operacionais e início de operação	3%	a	7%
● Juros durante a construção	4%	a	6%
● Capital de giro	5%	a	13%

II. DEMANDA

(objetivo: determinar a Q)

□ II.1) Tipo de produto

■ Bens de consumo

- bens de consumo não-duráveis (alimentação, vestuário..)

- Bens de consumo duráveis (eletrodoméstico, eletroeletrônicos, veículos)

■ Bens de produção

- Bens intermediários (insumos e matérias-primas)

- Bens de capital (máquinas e equipamentos)

□ II.2) Estrutura do mercado

□ II.3) Ciclo de vida

- Introdução (demanda baixa, preço baixo ou alto)

- Crescimento (variação da demanda, entrada de novos concorrentes)

- Maturidade (lançamento de novos modelos)

- Declínio (queda da demanda, produtos substitutos, obsolescência tecnológica, diminuição da necessidade, queda de preços)

□ II.4) Canais de distribuição

- II.4) CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
- Escolha do canal afeta decisões de demanda?
Estoques intermediários são importantes na projeção
 - ▣ Cimento: varejista 60%, industrial 10%, empreiteiras 30%
 - ▣ Azulejo: varejista, grandes atacadistas
 - ▣ Franquias
 - ▣ Concessionárias (bebidas, automóveis)

Técnicas de projeção

□ Técnicas de análise quali e quanti

Pré-produto: P&D	Desenvolvimento: design e estratégia	Introdução: vendas baixas, lucro baixo	Crescimento: lucro sobe, concorrentes, preços caem	Maturidade e saturação: lucros caem, compete preço	Declínio: mercado restrito e especializado
Método delphi	Método delphi	Pesquisa direta	Técnicas estatísticas	Análise de séries de tempo	Analogia histórica
Painel de especialistas	Painel de especialistas	Testes de mercado	Pesquisa de intenção de compras	Modelos econométricos	Análise de regressão
Analogia histórica	Analogia histórica			Análise do ciclo de vida	Pesquisa de mercado

Técnicas de projeção

□ Técnicas

- Taxa aritmética
- Média geométrica
- Regressão

□ Cuidados

- Estabelecer hipóteses (hipóteses incorretas é a maior causa de erros)
- Julgamento humano não deve ser subestimado
- Tempo e recurso

Técnicas de previsão

PRINCÍPIOS DE PREVISÕES

1. AS PREVISÕES CONTÊM ERROS!
 - . ENVOLVIMENTO HUMANO / COMPORTAMENTO DA ECONOMIA / FUTURO
2. CADA PREVISÃO DEVE INCLUIR UMA ESTIMATIVA DE ERRO
 - . ESTATÍSTICA: VARIABILIDADE DA DEMANDA EM TORNO DA MÉDIA
3. AS PREVISÕES SÃO MAIS PRECISAS PARA FAMÍLIAS OU GRUPOS DE P/S
 - . “O COMPORTAMENTO DE ITENS INDIVIDUAIS DE UM GRUPO É ALEATÓRIO MESMO QUANDO O GRUPO TEM CARACTERÍSTICAS MUITO ESTÁVEIS”.
4. AS PREVISÕES SÃO MAIS PRECISAS PARA PERÍODOS MAIS PRÓXIMOS
 - . “O FUTURO PRÓXIMO IMPÕE MENOS INCERTEZAS QUE O DISTANTE”;
 - . ESPERA-SE QUE AMANHÃ TUDO SEJA MUITO IGUAL AO QUE É HOJE!
JÁ, PARA DAQUI A UM ANO, ALGO DEVERÁ MUDAR!

Técnicas de previsão

➤ **MÉTODOS QUALITATIVOS**

□ **BASEADOS NA OPINIÃO E EXPERIÊNCIAS DE ESPECIALISTAS**

- **VENDEDORES / GERENTES / EXECUTIVOS**
- **PESQUISA DE MERCADO / CONSUMIDORES**

□ **CASOS DE APLICAÇÃO**

- **TENDÊNCIAS GERAIS DOS NEGÓCIOS**
- **DEMANDA POTENCIAL FUTURA**
- **DEMANDA DE NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS**
- **ANALOGIA HISTÓRICA**
- **TESTES DE PROTÓTIPOS**
- **MÉTODO DELPHI**

Técnicas de previsão

□ MÉTODOS QUANTITATIVOS

□ a) TÉCNICAS EXTRÍNSECAS

- BASEADAS EM INDICADORES EXTERNOS RELACIONADOS À DEMANDA DOS PRODUTOS
 - “A DEMANDA DO PRODUTO É FUNÇÃO DE OUTRAS ATIVIDADES”
 - VENDAS DE TIJOLOS x NÍVEL DA CONSTRUÇÃO CIVIL
 - VENDAS DE PNEUS x CONSUMO DE GASOLINA
 - VENDAS DE ITENS DA CESTA BÁSICA x NÍVEL DA RENDA FAMILIAR
- “DEMANDA DE PRODUTOS x INDICADORES ECONÔMICOS”
- “DEMANDA DE PRODUTOS x PREVISÕES (GOVERNO/ORGANIZAÇÕES)”
 - TRATA-SE DE UMA PREVISÃO COM BASE EM OUTRA PREVISÃO
- TÉCNICA UTILIZADA NA PREVISÃO TOTAL DOS PRODUTOS DE EMPRESA OU DE FAMÍLIAS DE PRODUTOS
- PLANEJAMENTO DE NEGÓCIOS E PLANEJAMENTO DA PRODUÇÃO

Técnicas de previsão

□ MÉTODOS QUANTITATIVOS

□ A) TÉCNICAS INTRÍNSECAS

- BASEADAS EM DADOS INTERNOS RELACIONADOS À DEMANDA DOS PRODUTOS DE UMA EMPRESA
- UTILIZAM DADOS HISTÓRICOS – REGISTRADOS E DISPONÍVEIS
- O QUE ACONTECEU NO PASSADO IRÁ SE REPETIR NO FUTURO!
- “O MELHOR GUIA PARA O FUTURO É O QUE ACONTECEU NO PASSADO”
- APLICADAS PARA PREVISÃO DE DEMANDA DE IDI

- EXEMPLOS DE TÉCNICAS INTRÍNSECAS
 - A DEMANDA DESTE MÊS SERÁ IGUAL À DO MÊS PASSADO
 - A DEMANDA DESTE MÊS SERÁ IGUAL À DO MESMO MÊS DO ANO PASSADO
 - MÉTODO DAS DUAS GAVETAS
 - MÉDIAS MÓVEIS: SIMPLES / PONDERADA / SUAVIZAÇÃO EXPONENCIAL
 - SÉRIES TEMPORAIS E REGRESSÃO LINEAR (MÉTODOS CAUSAIS)

LOCALIZAÇÃO

2020

LOCALIZAÇÃO

- Etapas anteriores:
 - ▣ O que comercializar? características do produto
 - ▣ Quanto comercializar? análise da demanda (consumo duráveis, não duráveis, intermediários e bens de capital)
- Hoje
 - ▣ Onde comercializar?
 - ▣ A quem comercializar?

LOCALIZAÇÃO

- “Uma das mais importantes decisões de longo prazo sobre custos e receitas de uma empresa é sobre **onde localizar suas operações**. Custos de transporte podem alcançar até 25% do preço de venda do produto. Uma boa escolha de localização pode reduzir os custos totais em até 10%”.

Heizer e Render (1990)

Objetivo da localização

- Objetivo: encontrar localização ótima
 - ▣ Maior diferença entre receitas e custos
 - ▣ Ou o maior lucro
 - ▣ Compatível com a vida útil do negócio no local
- Processo de aproximações sucessivas
- Decisões de investimento periódicas
 - ▣ Expandir o que existe
 - ▣ Reter a fábrica ou implantar outra
 - ▣ Relocalizar a fábrica atual



Objetivo da localização

- Escala regional (setor industrial)
 - Custos de transporte
 - Diferenciais de custo de suprimentos e mod
 - Acesso aos mercados
- Escala urbana (comércio e serviços)
 - Regulamentação do uso do solo
 - Aluguel da terra
 - Vias de acesso
 - Tempo de deslocamento
 - Plano diretor das cidades

Abordagem dinâmica

- Imperfeições no mercado: custos de implantação
 - Custo de aquisição
 - Custo de distribuição
 - Custos de transformação

Fábrica única ou multiplanta

- Situações de fábrica única:
 - ▣ Processo com economias de escala
 - ▣ Mercados locais com demandas pequenas
 - ▣ Valor adicionado ao produto é grande e o frete é uma parcela pequena deste valor
 - Economias de escala com custo de distribuição

Métodos de análise

- 1. Teoria da localização
- 2. Orçamentos comparados

1. Teoria da localização

- Problema da macrolocalização
- Oneroso no levantamento das informações (porém projetos de grande porte absorvem)

2. Orçamentos comparados

- Considera os fatores mais influentes na escolha – fatores locacionais quantitativos
 - a) Dependente das entradas (mp volumosa ou pesada)
 - b) Dependentes das saídas (mercado, margem baixa)
 - c) Dependentes do processo (condições atmosféricas, vias, mo especializ, água)
 - d) Impostos, fatores legais e incentivos
 - e) Meio ambiente
- fatores locacionais qualitativos
 - Preferências pessoais

2. Orçamentos comparados

□ Etapas do modelo

1. Seleção dos fatores locacionais importantes
2. Escolha de zonas
3. Pesquisas locais nas zonas pré-qualificadas (geográfica, mp, tarifas transporte, mo, pesquisa de mercado)
4. Atribuição de pesos aos fatores escolhidos
 - Peso de acordo com participação no custo de produção
 - Peso de acordo com particip no custo de invest
5. Comparação final
 - Macrolocalização
 - Microlocalização (bairro, subúrbio, zona rural...)

2. Orçamentos comparados

<u>Fatores de localização</u>	<u>Peso</u>	<u>Pontos (0 a100)</u>		
		<u>Local 1</u>	<u>Local 2</u>	<u>Local 3</u>
Sindicatos e clima	.30	80	65	90
Proximidade de fornecedores	.20	100	91	75
Taxas sobre salários	.15	60	95	72
Ambiente da comunidade	.15	75	80	80
Proximidade dos clientes	.10	65	90	95
Modos de transporte	.05	85	92	65
Serviço de publicidade	.05	50	65	90

2. Orçamentos comparados

<u>Fatores de localização</u>	Valores com pesos		
	<u>Local 1</u>	<u>Local 2</u>	<u>Local 3</u>
Sindicatos e clima	24.00	19.50	27.00
Proximidade de fornecedores	20.00	18.20	15.00
Taxas sobre salários	9.00	14.25	10.80
Ambiente da comunidade	11.25	12.00	12.00
Proximidade dos clientes	6.50	9.00	9.50
Modos de transporte	4.25	4.60	3.25
Serviço de publicidade	<u>2.50</u>	<u>3.25</u>	<u>4.50</u>
Total de pontos	77.50	80.80	*82.05

2. Orçamentos comparados

- Microlocalização
 - Custo do terreno
 - Transporte de mão-de-obra (ex. Petrobras 300 km da costa)
 - Proximidade de rodovias e terminais
 - Topografia
 - Tipo de solo
 - Comunicações
 - Matérias-primas e insumos locais
 - Possibilidades de ampliações
 - Limitações para edificações
 - Poluição ambiental

Outras técnicas (fonte: Prof. Marcio Mattos)

- Carga-distância
- Centro de gravidade