



Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Humanidades
Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade
Coordenação de Estágio Supervisionado

**ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA
ADMINISTRADORA DE CONDOMÍNIOS NA CIDADE DE CAMPINA
GRANDE-PB**

LUCAS GALDINO GOUVEIA

Campina Grande - 2016

LUCAS GALDINO GOUVEIA

**ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA
ADMINISTRADORA DE CONDOMÍNIOS NA CIDADE DE CAMPINA
GRANDE-PB**

Relatório de Estágio Supervisionado apresentado ao curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof^ª. Raquel Andrade Barros Ouriques.

Campina Grande - 2016

COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

Lucas Galdino Gouveia
Aluno

Me. Raquel Andrade Barros Ouriques
Professora Orientadora

Kettrin Farias Maracajá
Coordenadora de Estágio Supervisionado

Campina Grande - 2016

LUCAS GALDINO GOUVEIA

**ESTUDO DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA
ADMINISTRADORA DE CONDOMÍNIOS NA CIDADE DE CAMPINA
GRANDE-PB**

Relatório aprovado em ____ / ____ / ____

Raquel Andrade Barros Ouriques, Mestre
Orientadora

Hildegardes Santos de Oliveira, Mestre
Examinadora

Sídia Fonseca Almeida, Doutora
Examinadora

Campina Grande 2016

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que sempre me deram o apoio necessário para alcançar meus objetivos e sonhos.

Aos meus amigos que estão ao meu lado durante quase a minha vida inteira, e aos que fiz na universidade, que me ajudam hoje e que tenho certeza que vão me ajudar durante a minha vida inteira.

A minha orientadora Raquel Andrade Barros Ouriques pela paciência e pelo apoio que sempre teve, e por tudo que me ensinou nesse período de orientação.

Enfim, a todos os professores da UAAC pelo conhecimento passado e por ter ajudado a me transformar em uma pessoa mais capacitada.

GOUVEIA, L. G. **Estudo de viabilidade de implantação de uma administradora de condomínios na cidade de campina grande-pb.** 81 f. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

Resumo

A aglomeração populacional impõe uma vida agitada, com pouca disponibilidade de tempo, e que necessita de vários serviços para manter uma vida mais confortável, fazendo assim com que uma empresa que oferece maior qualidade de vida aos consumidores seja bem aceita em sua implantação. As administradoras de condomínios pesquisadas na cidade de Campina Grande-PB, por oferecerem um serviço relativamente novo, não parecem se preocupar em inovar nos seus serviços. Estas deixam sua prestação mais frágil, sem dar importância à necessidade de inovação nos serviços de condomínio que é importante quando se fala em qualidade de vida dos condôminos e em atender necessidades contemporâneas dos clientes. Isto faz com que empresas com o uso da inovação se destaquem. O objetivo geral desse trabalho é analisar a viabilidade da implantação de uma administradora de condomínios na cidade de Campina Grande-PB, através de um plano de negócio adaptado para a realidade de uma empresa de serviço. Neste plano irá se definir o perfil e os serviços da empresa, estruturar um plano operacional, desenvolver estratégias de marketing, realizar uma análise sobre a viabilidade financeira e verificar a demanda para os serviços que a empresa oferecerá. Para alcançar os objetivos propostos nesse trabalho, optou-se por uma pesquisa quantitativa. Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, a pesquisa bibliográfica foi usada para dar base a todas as ideias expostas no trabalho. Para a elaboração da análise financeira do estudo, foi utilizado como base o *software* do SEBRAE adaptado à realidade de empresa prestadora de serviço. Percebeu-se a importância do plano de negócios ao mostrar a viabilidade de abertura do empreendimento, ajudando o empreendedor a se sentir mais seguro na hora de dar o próximo passo e que a inovação é uma importante ferramenta que diferencia o negócio dos demais, assim fazendo com que ele se destaque. Os indicadores de viabilidade foram positivos, mostrando um ponto de equilíbrio de R\$ 62.498,21, lucratividade de 40,76%, rentabilidade de 127,21% e o prazo de retorno do investimento inferior a um ano.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Inovação; Administradora de Condomínio e Plano de Negócio.

GOUVEIA, L. G. **Estudo de viabilidade de implantação de uma administradora de condomínios na cidade de campina grande-pb.** 81 f. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

Abstract

The agglomeration imposes a busy life, with little time available, and you need multiple services to maintain a more comfortable life, thus making a company that offers better quality of life to consumers to be well accepted in its implementation. Condominiums' managers surveyed in the city of Campina Grande-PB, by offering a relatively new service, do not bother to innovate in their services. These leave their weakest performance, without giving importance to the need for innovation in community services which is important when it comes to quality of life for tenants and to meet contemporary needs of customers. This makes companies using innovation stand out. The aim of this study is to analyze the feasibility of implantation an administrator of condominiums in the city of Campina Grande-PB, through a business plan adapted to the reality of a service company. This plan will define the profile and the company's services, structuring an operational plan, develop marketing strategies, conduct an analysis of the financial viability and check the demand for services that the company will offer. To achieve the objectives proposed in this work, we chose a quantitative research. As for the technical procedures used, the literature was used to underpin all exposed at work ideas. For the preparation of the financial analysis of the study , it was used as the basis SEBRAE software adapted to reality of service provider company . it was realized the importance of a business plan to show the feasibility of opening the project , helping the entrepreneur to feel more secure in time to take the next step and that innovation is an important tool that differentiates your business from others, thus causing he highlighted . feasibility indicators were positive , showing a R\$62,498.21 breakeven , profitability 40.76%, profitability of 127.21% and the payback period of the investment less than one year.

Key words: entrepreneurship; Innovation; condominium administrator and business plan.

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Qualidade do serviço prestado pelas concorrentes	50
Gráfico 2: Serviços que as administradoras tem mais dificuldades em prestar	51
Gráfico 3: Principais serviços a serem considerados na escolha de uma administradora ...	51
Gráfico 4: Interesse em um aplicativo via <i>smartphone</i>	52
Gráfico 5: Disposição do cliente	53
Gráfico 6: Projeção de receita com crescimento de um prédio a cada três meses	64

Lista de Tabelas

Tabela 1: Especificações de forma de coleta e análise dos dados	43
Tabela 2: Dados do proprietário 1	46
Tabela 3: Dados do proprietário 2	46
Tabela 4: Dados do local da loja	47
Tabela 5: Concorrentes	54
Tabela 6: Necessidade de pessoal	59
Tabela 1: Maquinas e Equipamentos	60
Tabela 2: Móveis e utensílios	60
Tabela 3: Veículos	61
Tabela 4: Computadores	61
Tabela 5: Total dos investimentos fixos	61
Tabela 6: Fontes de recurso	62
Tabela 7: Faturamento mensal	62
Tabela 8: Projeção de receitas sem crescimento	63
Tabela 9: Projeção de receita com crescimento de um condomínio ao mês	64
Tabela 10: Custo com mão de obra	65
Tabela 11: Custos com depreciações	65
Tabela 12: Custos fixos operacionais mensais	66
Tabela 13: Custo do serviço	67
Tabela 14: Demonstrativo de resultados	68
Tabela 15: Demonstrativo de resultado com o aumento de um condomínio a cada três meses	69
Tabela 16: Indicadores de viabilidade	70

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 Contextualização do tema e problemática da pesquisa	10
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo geral	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
1.3 Justificativa.....	14
1.4 Estrutura do trabalho	17
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1 Empreendedorismo.....	19
2.1.2 Empreendedorismo no Brasil	22
2.2 Inovação	25
2.3 Inovação em serviços	28
2.4 Plano de negócio	32
2.5 Setor de administração de condomínio.....	37
3. METODOLOGIA	41
3.1 Caracterização da Pesquisa	41
3.2 Ambiente da pesquisa.....	41
3.3 Coleta, análise e interpretação dos dados.....	42
3.4 Software de plano de negócio do SEBRAE 3.0	44
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	45
4.1 Sumário executivo.....	45
4.2 O Negócio	48
4.3 Estratégia de Marketing (Preço, produto, praça, promoção).....	57
4.4 Plano financeiro.....	59
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
REFERENCIAS	73
APÊNDICE	75

1. Introdução

No primeiro capítulo deste estudo, é elaborada a contextualização do tema juntamente com o problema estabelecido do presente estudo. O mesmo ainda apresenta os objetivos da pesquisa e a justificativa para a sua realização.

1.1 Contextualização do tema e problemática da pesquisa

Acredita-se que o empreendedorismo irá influenciar cada vez mais na maneira de se fazer negócio no mundo. A necessidade de pessoas empenhadas em desenvolver o empreendedorismo nas organizações é essencial para a sobrevivência do negócio. A ênfase em empreender se torna não apenas mais uma forma de modismo, e sim necessária para acompanhar o surgimento das mudanças tecnológicas e a rapidez que estas promovem (DORNELAS, 2008).

No Brasil de vinte anos atrás, não se cogitava um jovem que acabou de sair da universidade ter a coragem de começar o seu próprio negócio. Porém, devido a mudanças de cenários que impulsionaram o país a finalmente começar a tratar o empreendedorismo com o grau de importância que este tem, surgiram diversas oportunidades, fazendo com que aparecessem cada vez mais pessoas empenhadas em abrirem seu próprio negócio, ajudando muito os propulsores da economia do país. Existe a convicção de que os países dependem da competitividade de seus empreendimentos para elevar seu poder econômico (DORNELAS, 2008).

Quintella (2014) afirma que o Brasil se tornou um país com grandes oportunidades de negócios em todos os tipos de setores, e que nas próximas décadas será um campo fértil para investimentos de capitalistas nacionais, estrangeiros e também para empreendedores de pequeno, médio e grande porte. Então, com essas oportunidades o empreendedor precisa analisar qual setor ele pretende atuar, sendo o setor de serviço uma das opções. Por conta

disso é preciso enxergar as necessidades da sociedade, procurando saber o que é necessário para manter uma qualidade de vida alta nos dias atuais, ou ainda problemas enfrentados pela população, fazendo assim com que se obtenham informações para poder abrir um negócio que venha a gerar lucros.

A aglomeração populacional impõe uma vida agitada, com pouca disponibilidade de tempo, e que necessita de vários serviços para manter uma vida mais confortável. A alta competitividade contemporânea dos bens promove muitas opções de compra, preço competitivo e tecnologias similares, fazendo com que seja mais difícil diferenciar produtos tangíveis, com isto o grau de exigência dos consumidores está mais elevado. Desta forma as empresas em busca de se diferenciar, procuram tornar seu negócio inovador (CIERCO *et al.*, 2008).

A inovação precisa ser implementada em todas as áreas das empresas para que elas possam oferecer um serviço que se diferencie dos demais, fazendo assim com que consiga voltar os olhares dos consumidores para seus serviços. Considerando que as inovações são capazes de gerar vantagens competitivas a médio e longo prazo, inovar torna-se essencial para a sobrevivência das empresas, pois aqueles que inovam ficam em posição de vantagem em relação aos demais (TIGRE, 2014).

Diante disso, e do fato de o empreendedor buscar uma posição de vantagem em relação aos seus concorrentes, torna-se interessante que este procure inovar. Além disso, o empreendedor precisa unir essa inovação às oportunidades, com o intuito de atender necessidades contemporâneas. Um ambiente que se mostra propício a um empreendimento inovador é a cidade de Campina Grande-Pb, pois esta, aparentemente, demonstra a necessidade de uma administradora de condomínio.

A criminalidade na cidade de Campina Grande-PB é apontada como acima da média nacional para lugares de mesmo porte populacional, estes normalmente tem a média de 32,3

homicídios por 100mil habitantes, enquanto a cidade de Campina tem a média de 39,6 (NOBREGA, 2011). Esse índice de criminalidade tende a levar a população a buscar um lar e um lazer mais seguro, fazendo com que a procura por lugares que ofereçam essas condições aumente. Os condomínios verticais e horizontais passam certo tipo de segurança, pois neles existem alguns tipos de confortos como: segurança 24h fazendo rondas, acesso restrito e câmeras de monitoramento, além de lazer para seus moradores. Como esses condomínios tendem a ser de um tamanho considerável, a figura apenas do síndico não é suficiente para atender todas as necessidades que essas organizações precisam, gerando oportunidade para a abertura do mercado de administração condominial.

É indiscutível que, com a escolha das pessoas para esse novo tipo de convívio, em condomínios horizontais e verticais, foi estabelecido um novo estilo de vida, aumentando a sofisticação e complexidade dessas novas moradas, exigindo cada vez mais dos seus prestadores de serviço. Graças a esse cenário surgem várias questões referentes às novas necessidades de serviços até então inexistentes ou dispensáveis, que podem ser efetuados por uma administradora de condomínio. Alguns exemplos destes serviços são: orientação e o auxílio ao síndico no exercício das atividades cotidianas do condomínio, auxílio em atividades administrativas, contabilização de receitas e despesas, elaboração de folha de pagamento e realização dos pagamentos, emissão de boletos de pagamento das cotas condominiais, confecção da pasta de prestação de contas mensal, assessoramento pré e pós assembleias gerais, entre outros (PEREIRA, 2011).

Segundo Menezes (2010), os condomínios agora estão ganhando aspectos de empresas, portanto é muito importante que se procure uma gestão profissional. É por meio dessa busca de mão de obra especializada, que os condomínios necessitam a contratação de uma administradora de condomínio. O papel do síndico é limitado, ele é apenas o representante legal do condomínio, e isso não dá a certeza de que o condomínio será bem

administrado. Já com a contratação de uma administradora de condomínio se pode esperar uma administração mais profissional, que gera vantagens como: maior economia e organização financeira. Por isso o síndico e os moradores precisam dessa assessoria para alguns segmentos relativos à área, como por exemplo: administração financeira, controle de saldo bancário, aplicação e pagamento de despesas, entre outras.

Também é importante ressaltar que como este é um mercado relativamente novo, no qual existem poucas empresas do ramo na cidade, torna-se aparente a escassez de serviços inovadores relacionados à administração de condomínio dentro de Campina Grande. Com isto, este trabalho acadêmico terá como foco buscar resolver o problema da introdução da inovação no setor de administração condominial, mostrando assim a importância e as vantagens que as empresas têm de se manter inovadoras, observando sempre as necessidades e mudanças de comportamento dos seus consumidores.

Portanto, acredita-se que seja de grande importância a implantação de uma administradora de condomínio com todos os componentes necessários para fornecer um serviço de qualidade, diferenciado e inovador na cidade de Campina Grande-PB, com isso formula-se a seguinte questão:

Qual a viabilidade de implantação de uma Administradora de Condomínios na cidade de Campina Grande-PB?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral desse trabalho é estudar a viabilidade da implantação de uma administradora de condomínios na cidade de Campina Grande-PB.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos desse trabalho são:

- Definir o perfil e os serviços da empresa
- Estruturar um plano operacional
- Desenvolver estratégias de marketing
- Realizar um estudo sobre a viabilidade financeira
- Verificar a possível demanda para os serviços a serem ofertados pela empresa

1.3 Justificativa

A gestão empresarial feita com profissionalismo tende a oferecer serviços de qualidade mais elevada. Por isto, é importante que se procure manter um nível de excelência em gestão empresarial em todas as áreas e processos de um negócio, buscando com isto não correr o risco de que este seja inferior aos concorrentes, devido à falta de conhecimento por partes dos seus gestores. Estes por sua vez, precisam utilizar-se dos aspectos da administração para por em prática o seu empreendimento.

Além do profissionalismo, uma empresa também precisa estar apta tanto a atender todos os tipos de clientes, como a resolver quaisquer problemas que possam surgir, porém, para isto, é preciso incorporar a inovação em seu empreendimento. Seus serviços precisam está sempre inovando, pois as dificuldades que surgem nem sempre são as mesmas. Sem essa procura de está sempre se diferenciando, o empreendimento pode ser deixado para trás pelos seus concorrentes. Então, fatores como: necessidade de se manter diferenciado, atender qualquer tipo de pedido dos seus clientes e resolver qualquer tipo de problema contemporâneo que possa surgir, mostram a importância da empresa manter sempre uma visão inovadora.

Para isto, se deve ter um entendimento dos conceitos de inovação, pois para por em prática o modo inovador do negócio é preciso estar embasado em conceitos que levarão ao

melhor entendimento da ideia inovadora. Também é interessante entender questões como: qual tipo de inovação, intensidade e abrangência que a empresa se enquadra, facilitando assim, no momento da aplicação da inovação no negócio, tornando-se uma empresa diferenciada.

Dentro dos conceitos de inovação, é relevante destacar que também é possível se entender por inovação quando há uma introdução de algo novo em alguma variável do empreendimento. Mesmo diante de um negócio já existente, quando se acrescenta algo novo, como por exemplo: um novo mercado, uma adaptação ao produto ou um novo jeito de fornecer o serviço, este já pode ser considerado inovador. A sua diferenciação com os demais é que vai fazer com que a empresa se destaque (SILVA; MONTEIRO, 2014).

Como já foi destacado, o setor de administração de condomínio necessita desta diferenciação, e para que se coloque em funcionamento uma administradora de condomínio de qualidade, que possa oferecer todo esse auxílio e qualidade de vida, é necessário um plano de negócio para que se concretize um investimento mais seguro. Segundo Rosa (2007, p.8)

“Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo o risco e as incertezas.”

Portanto, o plano de negócio ajuda na diminuição de incertezas que podem surgir quando o negócio está sendo projetado, faz com que as ideias sejam colocadas em um papel e que seja feita a análise dos processos que vão ser postos em prática. Esta observação é necessária, para que o risco diminua, tornando assim o empreendimento mais sólido para a abertura. Esse ajuda a novos empreendimentos a terem menos chances de fracassar, pois as análises que são feitas a partir da sua elaboração, ajudam a diminuir este problema. Também é relevante destacar, a importância da inovação relacionada á criação de um plano de negócio.

O presente estudo busca atender a um mercado que aparenta estar necessitado e foca no sentido de que a inovação influenciará no sucesso do novo negócio. Isso vai demonstrar

que a influência, do uso da inovação, na hora de fazer um plano de negócio não pode ser descartada, ajudando assim, no processo de modernização do seu negócio, podendo resolver problemas contemporâneos.

Então, quando se pensa em um empreendimento, é importante ter essa ideia de inovação e organização, mesmo que se observe certo potencial de negócio em alguma área de mercado, torna-se relevante organizar essas ideias em um plano de negócio. Com a descrição dos objetivos e a análise dos passos que devem ser abordados, além de se colocar em prática e fortalecer a ideia de um novo empreendimento, ajuda a perceber inovações que podem ser inseridas no novo negócio, e outras formas de expandi-lo.

O estudo da inovação já enfatizado por Schumpeter (1942) analisa a “destruição criativa” e faz com que os empreendedores busquem inovar trazendo assim inovação para o mercado por meio de novos produtos e serviços, e também fazem mudanças significativas e proporcionam até o surgimento de novos mercados. Isso mostra que a inovação precisa ser levada em consideração quando se pensa em abrir um novo negócio. Este trabalho está sendo realizado, pois, pretende além de demonstrar como se produz um plano de negócio específico para uma empresa voltada a prestação de serviço, todos os seus passos, e a importância que essa ferramenta tem quando se fala em organização para a abertura de um novo empreendimento, vai também incrementar a inovação na sua ideia de negócio, mostrando assim, a importância que o assunto tem quando se é inserido à realização de um plano de negócio.

E como o referido trabalho pode ser publicável, podendo ser visto por outras empresas empreendedoras, é importante deixar claro o objetivo, as mudanças e as vantagens da inovação no novo empreendimento para que essas empresas possam buscar esse espírito inovador, fazendo assim com que possam ter outra visão, e implantar algum tipo de mudança inovadora no seu negócio.

O empreendedorismo faz aumentar a geração de empregos, dando assim suporte para que a geração de renda de um determinado local aumente e ajudando no fortalecimento do desenvolvimento econômico da região. Além disso, esse trabalho mostra a importância da excelência em gestão empresarial, a introdução do empreendedorismo inovador, além da importância da elaboração de um plano de negócio para a diminuição de riscos da abertura de um novo empreendimento, procurando sempre entender os conceitos de inovação e colocando em prática as temáticas da administração para a abertura de uma empresa que possa ter em seu planejamento a adição de empreendedorismo, inovação e formalizar esse empreendimento em um plano de negócio. Por isso diante dos argumentos apresentados o estudo torna-se justificável.

1.4 Estrutura do trabalho

Buscando o melhor entendimento deste trabalho, ele é composto por cinco capítulos, onde são descritos a seguir:

Introdução- onde estão as considerações iniciais sobre o tema que será abordado, sendo apresentados também as definições do problema, a justificativa que norteia a realização do trabalho e os objetivos que se pretende alcançar.

Fundamentação Teórica- nessa parte, são expostas as revisões teóricas necessárias para o fundamento e compreensão do estudo, compreendendo os seguintes tópicos: Empreendedorismo, Empreendedorismo no Brasil, Inovação, Inovação em serviços, Plano de negócio, Setor de Administração de condomínio.

Metodologia- na qual são relatados os métodos e técnicas de pesquisa que foram utilizados, além do modo de realização de pesquisa.

Apresentação dos resultados- neste capítulo estão apresentados os resultados, e suas respectivas análises.

Conclusão- ultimo tópico onde mostra as conclusões do estudo, e também suas constatações, limitações e sugestões.

2. Fundamentação teórica

No segundo capítulo desse estudo, serão expostas as bases teóricas referentes à área do estudo, para isso, foram exploradas as temáticas do empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, inovação, inovação em serviços, plano de negócio e sobre o setor de administração de condomínio. Expondo proporcionalmente os objetivos do trabalho, dando suporte ao alcance dos mesmos.

2.1 Empreendedorismo

A primeira vez que o termo empreendedorismo foi usado, aconteceu quando Marco Pólo, preocupado em vender mercadorias de um homem que as possuía, procurou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Assim fazendo com que Marco Pólo se submetesse aos riscos físicos e emocionais, enquanto o homem “capitalista” apenas corria o risco de forma passiva. No século XVII o empreendedor já realizava alguns serviços ou fornecia produtos para o governo em detrimento de um acordo contratual (DORNELAS,2008).

No século XVIII foi quando finalmente diferenciou o capitalista do empreendedor, devido à industrialização que ocorria no mundo. Já nos séculos XIX e XX os empreendedores eram confundidos com administradores, eram vistos como aqueles que organizavam a empresa, planejavam, dirigiam, e controlavam. Porém sempre focado na ideia de que o capitalista era quem mandava o que deveria ser feito (DORNELAS, 2008).

Julien (2010) analisa que, o empreendedorismo se distingue em quatro tipos: o que cria nova empresa, o que retoma uma empresa já existente, o que visa a um mercado existente e o que visa a um novo mercado. Como diz o mesmo autor, a criação de um novo empreendimento, mesmo sendo pequeno ou de grande complexidade, parte de uma intuição ou ideia. Já Dornelas (2008, p.23) diz que:

“Em primeiro lugar o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o

esforço necessário para fazer a empresa crescer. Em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas sejam tomadas; é preciso ousadia e animo apesar de falhas e erros”.

O empreendedorismo também pode requerer aplicações comerciais em algo novo. Essa nova aplicação pode assumir algumas formas, porém, ter a ideia de uma nova tecnologia, produto ou serviço, ou simplesmente pensar em algo novo, não é suficiente por si só. Não basta somente inventar uma coisa e conseqüentemente essa invenção se tornará um produto real com benefícios comerciais, enfatizando assim, que apenas a “ideia” não pode servir de base para uma empresa nova ser lucrativa. O empreendedorismo não precisa reconhecer apenas oportunidades de criar algo novo, pode se tratar também de reconhecer novas oportunidades para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção (BARON; SHANE, 2007).

Baron e Shane (2005, p. 6) dizem que “O processo não termina com o lançamento de novo empreendimento; ele também envolve a capacidade de administrar uma nova empresa com sucesso após a sua criação”, então além da transformação de ideias em oportunidades, o empreendedorismo capacita o empreendedor a manter sua empresa em destaque.

Segundo Dornelas (2008, p. 22) “O empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades” por isso é uma peça muito importante no que diz respeito à geração de riquezas dentro de qualquer país. Por meio deste pode-se obter alguns tipos de crescimentos econômicos, como por exemplo, o seu impacto no crescimento do PIB, as ações de responsabilidade social que um empreendimento pode gerar, e a geração de emprego, além de que, em grande parte dos casos, quanto maior a atividade empreendedora do município menor a taxa de desemprego.

Schumpeter (1926) analisa que, o empreendedorismo juntamente com a inovação, conseguem resultados de desenvolvimento econômico. Com a combinação mais eficiente de meios de produção, ou a aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica, o

crescimento e a diferenciação da sua empresa vai ser percebida, a tornando mais estável no mercado. Já o empreendedorismo sendo utilizado para a procura de novos mercados, utilizando o produto como instrumento de desenvolvimento econômico, fazendo com que os consumidores sejam ensinados a desejar novas coisas, ou a consumirem produtos que não tem hábitos de consumir. Isso faz com que a economia se movimente não se estagnando em consumidores ter apenas aquilo que acham que é necessário, e sim procurando adquirir novos produtos e novos hábitos de consumo.

Porém para que o empreendedorismo, de uma forma geral, seja colocado em prática, é preciso que se tenha o empreendedor, que segundo Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008, p. 2) “O empreendedor está continuamente em busca de novos métodos, tecnologia e filosofias que tornem seu negócio mais sólido e competitivo nos mercados em que atua”, portanto, o empreendedor com sua visão e seu perfil, é quem vai direcionar o empreendedorismo no negócio.

Então o empreendedor precisa ser uma pessoa diferenciada, ativa, disposta a ajudar e que seja alguém apaixonado pelo que faz. Um empreendedor precisa tomar a iniciativa, e se utilizar de todos os artifícios possíveis para que sua atuação seja favorável, pois ele precisa assumir o risco do sucesso ou do fracasso.

Portanto, pode se pensar que, o empreendedorismo não é apenas o aparecimento de novas ideias, e sim que precisa está acompanhando cada passo do empreendimento, fazendo parte da capacitação do empreendedor, o tornando capaz de administrar um negócio de sucesso. Como foi analisado, o empreendedorismo é uma peça fundamental para o desenvolvimento econômico e geração de renda em um país, com ele uma nação pode se beneficiar de aumento de PIB, geração de emprego além de ações de responsabilidade social. Por isso um país como o Brasil não pode descartar a possibilidade de utilizar o empreendedorismo em todas as áreas de ação que pode ser aproveitado. Fazendo assim, com

que o país ganhe com o desenvolvimento que pode receber advindo de uma preocupação maior do pensamento empreendedor.

2.1.2 Empreendedorismo no Brasil

Em 2014, foi analisado que, no Brasil em todas as suas regiões o empreendedorismo por oportunidade estava predominante. Os empreendedores por oportunidade são aqueles que conseguem identificar uma chance de negócio e decidem por empreender mesmo possuindo outro meio de se ter renda, diferente do empreendedor por necessidade, que se decidem por abrir um negócio por não possuir outro meio de renda para si nem para sua família. A maior participação de empreendedores por oportunidade sinaliza que o ambiente econômico está favorável para o início de novos empreendimentos. Com isso se pode deduzir que o Brasil, nos últimos anos, em todas as regiões, um país onde oportunidades de empreender surgem sem ser uma necessidade, e simplesmente por ser um bom negócio. Um país que oferece um empreendedorismo de oportunidade maior do que um por necessidade seria um lugar propício a se abrir o negócio que se tanto almeja (GEM, 2015).

Já Degen (2009, p.11) diz que:

“A constante instabilidade da indústria brasileira e suas repetidas ‘crises’, consequência direta da falta de uma política econômica consistente, não são mais do que um acelerado processo de destruição criativa de Schumpeter, obsoletando produtos e serviços mais caros e menos eficientes por produtos e serviços mais baratos e mais eficientes.”

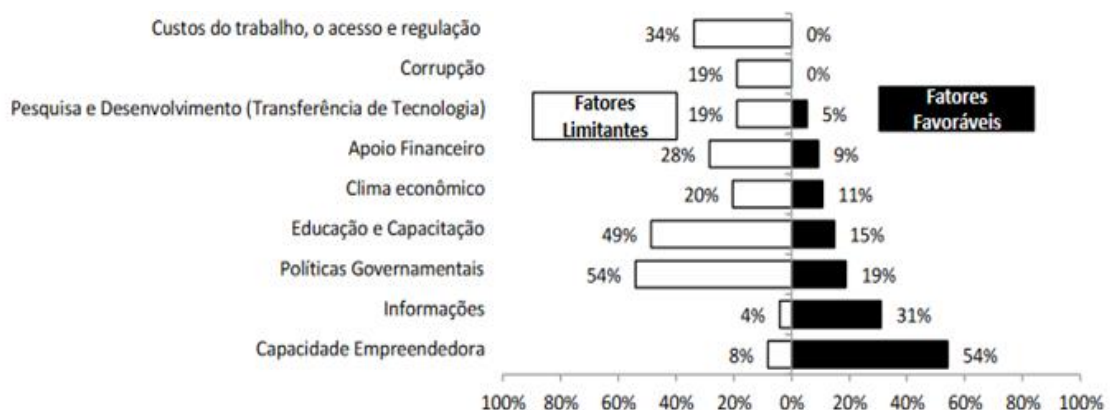
Isso mostra que, o Brasil é um país onde se tem a necessidade constante do desenvolvimento de novas ideias, isso faz com que o surgimento de novos produtos e novos serviços sejam vistos com bons olhos pelos consumidores, porém como esse processo é acelerado, é preciso que além de criar algo, é preciso que seja consistente, e que possa estar sempre inovando, para que não se torne obsoleto.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM), no seu relatório executivo sobre o empreendedorismo no Brasil, analisa as taxas específicas de empreendedorismo, e conclui que

homens e mulheres, 51% e 49% respectivamente, são ativos em termos de atividade empreendedora inicial. Indivíduos entre 18 e 34 anos, com escolaridade de primeiro grau incompleto até o nível superior completo com renda familiar acima de três salários mínimos são os que representam maior atividade em termos de empreendedorismo inicial (GEM, 2015).

O GEM (2015) analisa também as condições para empreender no Brasil, ele mostra a visão geral das respostas dos especialistas para os fatores limitantes e para os fatores favoráveis. Eles dizem que os fatores favoráveis para essas condições foram: capacidade empreendedora, políticas governamentais e educação e capacitação. Já os fatores limitantes são: políticas governamentais, educação e capacitação e apoio financeiro. A disseminação da cultura empreendedora e a aceitação do empreendedorismo fizeram com que as avaliações do fator “capacidade empreendedora” fossem positivas, mostrando que isso se aproxima mais do cotidiano da população. Já o governo apesar da ajuda nas leis e estruturas criadas para a micro e pequenas empresas limita elas quando se fala em impostos, burocracia e complexidade em processos.

Figura 1: Avaliação dos especialistas sobre o Brasil segundo os fatores limitantes e favoráveis á atividade empreendedora



Fonte: GEM (2015)

As principais recomendações para melhorar as condições de empreender no Brasil são: inserir conteúdo empreendedor e mostrar sua importância nas instituições de ensino,

consequentemente capacitar os professores para o ensino do empreendedorismo; As políticas governamentais precisam se adequar a realidade dos pequenos e médios negócios do Brasil; Adequação da legislação para ajudar as empresas nos seus primeiros anos de vida; Diminuir a burocracia; Facilitar linhas de créditos para pessoa jurídica; Aperfeiçoar na eficiência os órgãos que atendem os empreendedores; Mais esforço nos três níveis de governo, de forma coordenada e extensiva em relação a “medidas governamentais”; Avançar mais em relação a melhoria do ambiente institucional ao desenvolvimento de empreendedorismo no Brasil, como facilitar o processo de abertura, alteração e baixa de empresas; Estímulos á criação de cooperativas de crédito; Desenvolvimento do mercado de capitais. Todas essas medidas precisam ser tomadas para que o Brasil possa continuar nessas condições favoráveis para o desenvolvimento do empreendedorismo, pois ele é uma ferramenta muito valiosa no que se diz respeito ao crescimento econômico de um país (GEM, 2015).

Figura 2: Percentual de especialistas que citaram a recomendações para melhorar as condições de empreender no Brasil:

Recomendações	Brasil
	2015
Educação e Capacitação	48,6
Políticas Governamentais	40,5
Apoio Financeiro	24,3
Pesquisa e Desenvolvimento	23,0
Custos do Trabalho, Acesso e Regulamentação	20,3
Programas Governamentais	16,2

Fonte: GEM (2015)

Com isso, analisou-se que o Brasil é um país que além de dar chances de ter um empreendimento por oportunidade, mostra também que, em decorrência de algum tipo de “crise”, o país precisa sempre está acelerando o processo de destruição criativa, fazendo assim que novas oportunidades surjam para os empreendedores, mesmo existindo ainda algumas mudanças a serem feitas. E para que esse empreendedorismo possa se efetivar de forma mais

segura, é necessário á implantação da inovação em todos os processos empreendedores, para que possa atender melhor as demandas contemporâneas.

2.2 Inovação

Em busca de maior competitividade, as empresas procuram saber como inovar. A inovação no meio empresarial é a sondagem de novas ideias para melhorar o empreendimento, fazendo com que ele crie vantagem competitiva e gere sucesso no mercado que se estabeleceu. Todo negócio pode inovar, não está restrito apenas a empresas grandes com muito desenvolvimento tecnológico. Para inovar é necessário apresentar uma diferenciação pratica nos processos e métodos, onde resulte em novos produtos ou processos, assim se tornando inovadores (MBC, 2008)

A inovação é definida também, segundo o manual de Oslo (2006) como, a implementação de um produto novo ou o melhorado de uma forma significativa, ou a mudança de um processo, uma modificação no método de marketing, um novo método organizacional nas práticas da empresa, na organização do local de trabalho ou em relação externa.

Como existem diversas formas de inovar na empresa, é preciso exemplificar cada uma delas. Mesmo sabendo que inovar às vezes leva a ter maiores custos, sem a inovação as consequências podem ser críticas em relação ao seu negócio ficar obsoleto. Por conta disso é preciso saber os tipos de inovação que podem existir nas empresas.

Os tipos de inovação são: A Inovação em produto (bens ou serviço) é quando se desenvolve novo produto, ou quando existe um melhoramento significativo nos que já existem, procurando atender as necessidades de mercado. A Inovação em Processos é quando se procura novas formas de fabricar os produtos e de distribuí-los, visando o melhoramento dos processos de produção e a redução de custos. A Inovação organizacional, é quando se

adota novos métodos de gestão organizacional, seja nas relações internas da instituição ou externas com o mercado, fornecedor, ou distribuidores (MBC, 2008).

O manual de Oslo (2006) explica as Inovações em Marketing como as que são voltadas para o melhoramento no atendimento das necessidades dos consumidores, procurando abrir novos mercados, com o objetivo de reposicionar o produto no mercado, sempre visando aumentar as vendas e utilizando-se de um método de marketing que não tenha sido usado previamente pela empresa.

A inovação no produto no setor de serviço é a inclusão de melhoramento no modo de como ele é oferecido, pode ser em relação à eficiência ou velocidade. Está inclusa quando novas funções ou características são adicionadas em algum serviço já existente, segundo o manual de Oslo (2006). Portanto para a implementação de uma administradora de condomínio na cidade de Campina Grande-Pb, considera-se que a inovação proposta por este trabalho adequa-se à inovação em produto no setor de serviço. A empresa propõe se diferenciar dos seus concorrentes com a adição de um aplicativo via smartphone no pacote de serviço oferecido, que facilitará a comunicação e agilidade no atendimento dos seus clientes. Assim fazendo com que exista uma mudança significativa no serviço já oferecido, isso também faz com que o empreendimento possa atender melhor a necessidade de mercado, atendendo os consumidores contemporâneos.

A inovação, mesmo que variavelmente, tem sua intensidade e sua abrangência. Quando se fala em intensidade, ela pode variar em incremental, radical ou revolucionária. No sentido de abrangência, ela pode ser para a empresa, para o mercado ou para o mundo. Da mesma forma que a inovação pode estar inserida em vários aspectos do negócio, pode-se também observar sua intensidade e sua abrangência em relação ao mercado, podendo ser maior ou menor (MBC, 2008).

A administradora de condomínio na cidade de Campina Grande-Pb, no que se diz respeito à intensidade, ela se classifica como uma “inovação incremental”, quando existem melhorias e aperfeiçoamento do modo como se faz ou se presta um serviço, tornando um processo já anteriormente existente mais prático, ou até acrescentando utilidades diferenciadas ou algum tipo de melhora evidente que tornam o serviço ou produto mais desejados pelos clientes, fazendo assim com que ele fique mais competitivo. No que se refere a abrangência ou alcance, a administradora se introduz na “inovação para o mercado”, que é quando a empresa é a primeira a introduzir a inovação no seu mercado, seja regional ou setorial (MBC, 2008).

A administradora de condomínio oferece um serviço inovador, pois ela melhora e aperfeiçoa o modo que será prestado o serviço, deixa o processo mais rápido com a ajuda de mensagens instantâneas e fotos que são enviadas por condôminos ou síndicos. Essa melhora é evidente, a rapidez e a diminuição de burocracia torna o serviço mais atraente para os clientes e o tornando mais competitivo. Em relação à abrangência, o aplicativo irá ajudar em mudanças do modo de atender o cliente, com mudanças dentro da empresa para fazer essa prestação, tornando seus serviços diferenciados da maioria, pois na cidade de Campina Grande-PB as concorrentes oferecem apenas serviços básicos de administradoras de condomínios, enquanto está inclui em seus serviços uma interação maior com a empresa com a ajuda de um aplicativo para *smartphone*.

Drucker (2001, p. 220) diz que, “O objetivo da inovação é aquela pelo qual uma empresa operacionaliza sua definição de qual deveria ser o nosso negócio”. Drucker explica que o problema para estabelecer esses objetivos é a dificuldade de medir o impacto e a importância relativos das diversas inovações, é preciso que tenha essa noção para que se foque nesses objetivos, ele explica que cada empresa vai decidir por um rumo, uma pode ter um interesse maior em pequenas mudanças onde possam ser aplicadas imediatamente no

produto, e outra pode decidir por uma mudança crítica de modo que possa mudar totalmente o caráter da empresa. O mesmo autor diz que a discursão da prática da inovação deve ser voltada para a intencional, a que resulta de trabalho de análise, árduo e sistemático, onde se e não apenas no que se diz respeito a ter uma “ideia genial”.

Desde o século XX sucessivas inovações organizacionais vêm permitindo o avanço da produtividade, Tigre (2014) diz que:

“Uma inovação organizacional pode ser definida como implementação de um novo método organizacional na rotina operacional de uma empresa, na organização do trabalho ou em suas relações externas.”

Isso mostra que a inovação modifica a rotina da empresa, tanto internamente, quanto externamente, fazendo com que possa mudar a essência da empresa, porém sempre buscando que essa mudança seja para o aperfeiçoamento de processos, para tornar seu produto ou serviço diferenciado dos demais, melhorando o preço de venda e a qualidade.

Portanto, quando se pensa em colocar em prática um novo negócio, mesmo ele sendo um empreendimento que já existe no mercado, é necessário utilizar-se das vantagens que a inovação oferece. Com ela se adquire vantagem competitiva, e faz com que sua empresa fique diferenciada das concorrentes. É preciso identificar em que ramo sua empresa está, no ramo de produção de bens, onde existem várias opções de inovação relacionada a sua produção e redução de custos, ou no setor de serviço, onde procura o aperfeiçoamento do modo que ele é oferecido. Procurando aperfeiçoar essa inovação em serviços, sua empresa ficará diferenciada dos demais, utilizando-se disso para ter a chance de ser uma das líderes de mercado.

2.3 Inovação em serviços

Hoje em dia observa-se que o consumidor vem desmaterializando o que costumavam adquirir, utilizando-se menos produtos tangíveis e procurando adaptar as necessidades para produtos que não precisam ser materializados em um bem, fortalecendo assim a importância do setor de serviço (TIGRE, 2014).

Cierco *et al.* (2008) explica alguns aspectos absolutamente específicos do “produto serviço”, os autores mostram que a intangibilidade, a variabilidade, precibilidade, inseparabilidade, mostram as diferenças que existem entre um bem de produção fabril e um de serviço, pois o serviço não pode ser tocado, a variedade que ele oferece é bem maior, a percepção do cliente é feita na hora prestam, e as que o recebe e os outros clientes que também compartilham do mesmo, esse envolvimento direto do consumidor com o prestador, é uma das maiores diferenças do serviço para a produção de bens.

Bessant e Tidd (2009), explicam que a inovação em serviços é mais do que a aplicação da tecnologia nos serviços. Para fazer diferença significativa nas formas que os clientes utilizam e percebem o serviço, é exigido grande investimento tecnológico e inovação nos processos sim, porém também é necessário investimentos em perícia e métodos de trabalho, além de algumas mudanças de marketing. Apesar dessas mudanças em TI serem caras, quando combinadas com mudanças na organização e no gerenciamento, o retorno nos investimentos chega a ser de 25%. No setor de serviços o impacto da inovação é, geralmente, positivo e contínuo.

Diante disso, Tigre (2014, p.131) diz que “Os serviços vêm crescendo não apenas como setor da atividade econômica, mais também em associação com a produção de bens industrializados” se identifica aí um tipo de inovação, onde os empreendedores estão se tornando mais flexíveis e capazes de lidar com as turbulências dos mercados, uma das funções de ser inovador é essa, tornar seu negócio mais adepto a mudanças contemporâneas. O mesmo autor fala sobre atividades de processamento e distribuição de informação, que são inovadores pela possibilidade de ser puramente informacional, podendo ser prestado a distância sem envolver movimento de nenhum bem tangível. Entende-se inovação em serviços não somente tecnológica, mas a criação de um novo conhecimento ou informação.

Existem tipos de inovação de serviços nas quais a tecnologia não desempenha um papel tão importante. O exemplo da *McDonald's* onde os métodos padronizados de produção tipicamente fordista, desde a montagem dos hambúrgueres em uma operação por lotes, até o uso de pás para embalar batatas fritas em porções fixas, mostram a importância que a inovação desempenha em todos os setores de serviços. Portanto observa-se a influência da inovação em todas as áreas de empreendimento, não importa a mudança que ela faça, se são mínimos detalhes ou mudanças complexas. O importante é sempre esta buscando melhorias e novas formas de se trabalhar (TIGRE, 2014).

São expostas duas linhas distintas sobre as abordagens teóricas, a primeira é a assimilação, que diz que toda inovação em serviço deriva de adoção de tecnologias existentes, e a segunda que é a demarcação, que em vez de generalizar como a primeira, ela analisa as características da demanda, demarcando a especificidade do serviço. Essa análise enfatiza o papel do cliente na inovação, a forma como ele interage no processo e sua capacitação, precisa convergir para agregar valor a prestação de serviço. Bem, isso mostra que o consumidor é uma peça essencial, pois além dele participar e fazer com que seu serviço seja prestado com maior excelência, ele também precisa fazer parte da inovação que se pretende ter em relação a alguma área do seu negócio (GALLOUJ; DJELLAI 2010).

Existem algumas tipologias das inovações em serviços, a primeira é a radical, que tem como característica principal a criação de um novo conjunto de características, onde a modificação vai ser bem notória; A inovação pela melhoria acontece quando se aumenta a qualidade de alguma característica sem modificar sua estrutura; A incremental, adiciona, suspende ou substitui características, mas mantém a estrutura geral do serviço; Existe a *ad hoc*, que é a resposta para um problema que é em parte inédito, por exemplo, soluções originais de ordem estratégica, jurídica, fiscal, social, humana etc. Pela recombinação, associação e dissociação de características finais e técnicas; Pela formalização, padronizar e

formatar as características do serviço, fazendo com que o conhecimento tácito fique codificado (GALLOUJ; DJELLAI, 2010).

Existe também a inovação do produto-serviço, onde capta ao mesmo tempo bens materiais e imateriais; Por processo, é a tipologia que inova no sistema técnico ou processo imaterial; Organizacional (interna), onde se estrutura o atendimento das atividades e dos processos, por exemplo, em rotinas e hierarquias, e por último a organizacional (externa) que é a implantação de relações particulares com parceiros da empresa, que seria o atendimento online (GALLOUJ; DJELLAI, 2010).

O manual de Oslo (2006) diz que, as atividades de inovação em serviços propendem a ser um processo contínuo, equivalendo em uma série de mudanças incrementais em produtos e processos. Isso pode atrapalhar na identificação das inovações em serviço em termos de eventos isolados. Porém a importância delas nesse setor é crescente e reconhecida quando se diz respeito a crescimento econômico.

Pode-se observar que existem algumas inovações que são reconhecidas para produtos. Algumas são consideradas inovações resultantes do envolvimento do produto tangível com o intangível, e mostra que pode ter modificações em variadas áreas de empresas de vários setores, é preciso que tenha uma análise criteriosa das inovações apresentadas, precisa combinar as duas abordagens teóricas, usar tipologias sem perder o foco na especificidade do serviço.

É necessário manter-se inovador nos serviços da sua empresa, pois é através deles que você tem contato direto com seus clientes, uma parte importante da imagem da sua empresa esta em como ela presta seus serviços, se eles se mantem inovadores, e assim pode-se se manter diferenciado diante dos concorrentes. Portanto essas inovações precisam está inseridas na ideia do negócio que se pretende abrir, conseqüentemente deve está inserida no Plano de Negócio que servirá para colocar no papel essa ideia, tornando-a inovadora.

2.4 Plano de negócio

O plano de negócio é um documento, que descreve uma oportunidade de negócio que o candidato a empreendedor pretende desenvolver. Nele contém a descrição do conceito do negócio, os atributos de valor de oferta, os riscos, a forma como administrar esses riscos, o potencial de lucro e crescimento do negócio, a estratégia competitiva, bem como o plano de marketing e de vendas, o plano operacional e o plano financeiro. Contém também a projeção de fluxo de caixa e o cálculo de uma remuneração esperada, além da avaliação de risco e o plano para superá-lo (DEGEN 2009).

O empreendedor que se utiliza de um plano de negócio feito seguindo todos os passos de maneira correta, tem mais chances que seu empreendimento tenha sucesso do que empreendedores que não o fazem. Elaborar um plano de negócio também reduz de forma significativa à chance de falir, além de aumentar as taxas de novos negócios e do desenvolvimento de novos produtos. Quando é bem elaborado, ajuda no momento do processo de planejamento. Então não se pode negar a importância que essa ferramenta tem na hora de colocar sua ideia em prática (BARON; SHANE, 2007).

Ele vai servir para que o empreendedor possa colocar suas ideias em um documento, e através de algumas análises de risco, possam assegurar mais se seu empreendimento pode dar certo. A importância do plano precisa ser ressaltada, como a reunião ordenada de todas as informações e ideias sobre o novo negócio, facilitando assim a visualização, pois ninguém é capaz de armazenar ordenadamente na memória todas as informações necessárias para desenvolver um negócio e com isso fazendo com que não se esqueça de nenhum aspecto vital para o sucesso, escrever também força o empreendedor a analisar, formalizar e justificar todos os aspectos críticos. Vender o negócio para si mesmo, permitindo que se faça a avaliação pessoal sobre se realmente é o negócio que quer para si, e se está disposta a fazer de tudo para que se consiga ter sucesso. Simular as consequências de diferentes estratégias competitivas,

oferta de valor, de planos financeiros etc. Essas avaliações são feitas através de simulações e pesquisa com consumidores, fornecedores, especialistas, consultores etc. Essas avaliações permitem encontrar formulas para seu negocio ter maior chance de sucesso (DEGEN, 2009).

Testar também a oportunidade, o conhecimento a motivação e a dedicação do empreendedor. Serve também para ter melhores chances de convencer alguns candidatos a sócios, investidores, financiadores, fornecedores e futuros clientes do empreendimento que pretende abrir e assim obter recursos necessários para poder realiza-lo. Tem a vantagem de orientar a montagem e a operação de novo negócio no primeiro ano e controlar o investimento da montagem e os recursos da operação por meio da projeção do fluxo de caixa do novo negócio no primeiro ano. Todas essas vantagens e benefícios só reforçam a ideia de que se é necessário um plano de negocio para poder ter uma certeza maior de sucesso do seu novo empreendimento (DEGEN, 2009).

O plano de negócio não possui uma estrutura única, pois cada empreendimento tem suas particularidades, dificultando assim que exista um modelo padrão universal, onde se poderia ser aplicado em qualquer negócio. Porém, todos possuem um mínimo de seções com sequencias lógicas, que proporcionam um entendimento completo para qualquer leitor do negócio. Mas existem algumas possíveis estruturas para a confecção de um plano de negócio (DORNELAS, 2008).

Todas essas estruturas visam à objetividade, porém não perdem a essência e os aspectos mais relevantes a ela relacionados. São sete tipos de plano de negocio sugeridos, a estrutura que é sugerida para pequenas empresas em geral que será mostrada, é a mais genérica, e os demais tipos seguem um roteiro similar, porém se adaptando para cada objetivo.

Sumário Executivo Estendido

É a parte onde se explica de uma maneira geral e concisa, clara e persuasiva sobre o que é o novo empreendimento. Tem que ser um texto onde se estimula o interesse de outras pessoas, fazendo com que elas queiram saber mais, com respostas curtas das principais dúvidas sobre o negócio. Além de conter a missão, visão, objetivos e metas da empresa (BARON; SHANE 2007).

Produtos e Serviços

A explicação do que é o negócio é fundamental no seu plano, Dornelas (2008) explica que é necessário a descrição do negócio, dos serviços, do produto, dando suas características e seus benefícios, analisar o mercado que ele será implantado, como é feita a produção, quais tecnologias são usadas neste processo. Além da previsão de lançamento de novos produtos ou serviços no negócio.

Análise da Indústria

Nesse ponto, Dornelas (2008) diz que é feito uma análise do setor do negócio, que pode ser através de uma pesquisa de mercado, definir o nicho de mercado, além de fazer uma análise da concorrência e observar e mostrar o que a empresa tem como diferencial competitivo.

Plano de Marketing

É onde será definida a estratégia de marketing que atenda os 4p's (preço, produto, praça, promoção), além de definir os canais de venda e distribuição, as projeções de venda, principais clientes, e o diferencial que o negócio terá em relação aos concorrentes (DORNELAS 2008).

Plano Operacional

Nessa fase, é feita uma análise das instalações, descrever os equipamentos e máquinas necessárias para o funcionamento, os funcionários e os insumos que serão precisos para abrir o negócio, além de apresentar o processo de produção e a terceirização necessária para o processo produtivo (DORNELAS, 2008).

Plano Financeiro

Este se baseia na projeção de vendas que é obtida no plano de marketing e vendas e na estrutura de preços e custos. Nessa parte de finanças, deve conter a projeção resumida do fluxo de caixa, a remuneração e o tempo de recuperação do investimento e a análise do ponto de equilíbrio do negócio. É importante que nela contenha explícita as necessidades financeiras do novo negócio e as fontes desses recursos. É necessário que o candidato a empreendedor explicita os recursos financeiros próprios que irá investir, as necessidades de recursos financeiros de terceiros e a alavancagem financeira que pretende utilizar. Por fim, o plano de crescimento do novo negócio, por ele, se deverá mostrar como vai ser aproveitado o potencial de lucro e o crescimento do negócio. Deve-se explicitar a estratégia de crescimento do empreendimento baseado na conquista de novos clientes, lançamento de novos produtos ou de novos serviços e como esse crescimento será financiado (DEGEN, 2009).

Anexos

Nos anexos contém informações que confirmam e acrescentam as declarações, fatos e números financeiros apresentados nas seções comerciais e financeiras do plano. Contendo fotografias, amostras, cartas, formulários, documentos e outros itens de fontes independentes. Sem eles, os textos antecedentes podem ser vistos como pouco mais do que opiniões não fundamentadas e tendenciosas. Nele deve conter também os *curriculum vitae* pretendentes a sócios da empresa (MAITLAND, 2014).

As estruturas seguintes seguem roteiros similares a primeira, porém adaptadas para cada objetivo. São as sugeridas para: Empresas focadas na inovação e tecnologia, empresas prestadoras de serviço, pequenas empresas em geral. As ultimas são sugestões de Joe Hadzima do MIT, Andrew Zacharakis do Bobson College e por ultimo a estrutura sugerida pelo *software on-line* de escrita de plano de negócio *online* (www.easyplan.com.br), a que será útil para a abertura de uma administradora de condomínio na cidade de Campina Grande-Pb é a que dá apoio a empresas de serviço, que seria a sugerida para empresas prestadoras de serviço (DORNELAS, 2008).

Como o plano de negócio que será feito é para a administradora de condomínio, que é uma empresa que tem seu negócio totalmente voltado para a prestação de serviços, será necessário a utilização do modelo sugerido para empresas prestadoras de serviço. Pois é a que melhor se adequa as necessidades do negócio.

O tipo de plano de negócio para empresas prestadoras de serviço, segundo Dornelas (2008) é formado por:

Capa: que é uma das partes mais importantes, pois é a primeira coisa que o leitor irá perceber, por isso ela precisa ser feita de maneira limpa e que contenha informações necessárias e pertinentes.

Sumário: onde se tem o título de cada seção e as respectivas onde se encontram, e os principais assuntos relacionados a cada seção, facilitando para o leitor encontrar o que lhe interessa.

O negócio: Onde será exposta a descrição do negócio, descrição dos serviços que será prestado, análise de mercado, localização, mostrar quem são os concorrentes, além de definir a equipe gerencial e a estrutura funcional do empreendimento.

O Sumário executivo, o plano financeiro e os anexos, segue a mesma ideia da estrutura 4, apenas adaptando-se a realidade de uma prestadora de serviço.

Para o desenvolvimento de um plano de negócio para empresas de serviço, além de ser importante seguir os passos estabelecidos anteriormente, é necessário também que se entenda do negócio que pretende abrir, a importância da administradora de condomínio e do setor que ela está estabelecida. Então para que o plano de negócio seja feito de forma eficiente, a observação do setor precisa ser feita.

2.5 Setor de administração de condomínio

Uma administradora de condomínio tem como objetivo básico ofertar serviços pra facilitar a vida dos seus clientes em relação a conforto no seu dia a dia. Geralmente indicada pelo síndico, trata-se de uma prestadora de serviço de administração, que precisa ser aprovada pelos condôminos em assembleia. É possível também que a empresa ou o representante dela, seja eleito como síndico do condomínio, nessas situações o contrato só pode ser feito com um tempo de até dois anos, e sendo renovado a cada período de mandato. Então, como os clientes podem optar por não renovar, observando sempre como estão sendo atendidos, mostra a importância que se deve ter com a excelência nos serviços oferecidos (HUBERT, 2009).

Através de um contrato firmado, a prestadora está obrigada a acatar as deliberações tomadas e a prestar contas ao condomínio, essas normalmente demonstradas mensalmente, fica responsável também pela questão burocrática, operacionais, financeiras, jurídicas, administrativas entre outras. E caso exista um síndico em paralelo, ele fica responsável pelo elo direto entre condomínio e administradora. Cabe à administradora também a contratação de funcionários para os condomínios, incluindo a elaboração das devidas folhas de pagamento, atualização da carteira de trabalho, e o recolhimento de atribuições para o INSS, FGTS, PIS e para os sindicatos. A empresa também deverá efetuar o pagamento de todas as despesas do condomínio, e realizar cobranças das contribuições condominiais, além de elaborar os editais

de convocação para as assembleias gerais ordinárias e extraordinárias, devendo ser aprovados pelo síndico, se este não for a própria administradora (HUBERT, 2009).

Como dizem Contreras e Dolci (2001, p.31), “Administrar um condomínio não é tarefa fácil. O condomínio tem de ser dirigido como uma empresa, pois vários itens importantes estão envolvidos em sua administração.” Isso mostrar a importância que uma administradora tem, pois só ela trata o condomínio como uma empresa, e leva a sério todas as partes envolvidas nessa administração, facilita a vida dos seus clientes, proporcionando mais qualidade de vida, o que hoje em dia é uma das coisas mais procuradas por eles. Pradella (2015, p.118) diz que, “A falta de conhecimento, disciplina e compreensão correta do síndico tem sido motivo de frequentes conflitos com condôminos”. Por isso que se observa que as coisas não são tão simples, apenas a presença do síndico não é a certeza de uma boa administração, ele não tem a capacidade e envolvimento com os problemas do condomínio como uma administradora que presta serviço de qualidade tem.

O mesmo autor explica que a escolha errada de um síndico pode acarretar em oneração de contas, administração ineficaz, causando transtornos e prejuízo. O autor observa que quase todos os condomínios se utilizam de uma administradora, demonstrando o crescimento do seu setor, e, explica que mesmo assim se nota que no cotidiano os síndicos ficam perdidos, sem saber o melhor caminho a se seguir na solução de problemas, e exalta a importância da administradora de condomínio, não só como uma pagadora de contas e sim como uma auxiliadora para o síndico.

Esse setor está em crescimento, além do mercado consumidor está crescendo, os clientes estão percebendo a importância de se contratar uma administradora, as vantagens econômicas e o quanto ela facilita suas vidas. Hoje em dia as pessoas estão procurando mais segurança e conforto, por isso essa migração cada vez maior para condomínios horizontais e verticais, com isso o setor de gestão condominial só faz crescer a cada dia. Os gastos com

condomínio também aumentaram, apenas em um bairro carioca, estes gastos condominiais foram de R\$96 milhões mensais, onde 28% desse valor é gasto com serviços que os condomínios contratam, como serviço de administradoras de condomínio, por exemplo, segundo a Associação Brasileira das Administradoras de Imóveis (ABADI). Isso mostra a importância do setor e a geração de emprego e renda que ele pode oferecer (SEBRAE, 2010).

Com o apoio de programas governamentais de incentivo a moradia própria e pelo aumento da renda dos brasileiros, o setor imobiliário aqueceu, fazendo assim com que alavancasse as atividades nas administradoras de condomínios. Esse aumento da procura veio junto com a exigência de melhor organização, mais profissionalização e excelência na hora de prestação do serviço. Segundo a Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (ABECIP) houve um aumento de R\$16 bilhões de reais entre o ano de 2009 e 2010 na oferta de financiamento habitacional. Fazendo com que o número de imóveis verticais e horizontais aumentasse, ajudando então na maior procura por administradoras de condomínio (SEBRAE 2010).

Além disso, o Ministério das Cidades publicou a Portaria nº 518 que regulamenta a modalidade Empresas do Programa Minha Casa Minha Vida, publicação esta que já está em vigor, mostrando que, segundo o Ministério das cidades (2013) a sua principal mudança foi a de que os estados e municípios deverão contratar uma empresa especializada em gestão de condomínio, com contrato de no mínimo 12 meses. Mostrando a importância que as administradoras tem em relação à organização, pois o governo percebeu que só através dela que se pode ter um convívio de qualidade e uma maior noção administrativa dos condomínios. A realização, segundo o Portal Brasil (2015) de 1,688 milhão de casas e apartamentos faz com que o mercado para as administradoras aumente e a valorização do setor também.

Com isso, pode-se analisa que o setor de administração de condomínio cresce junto com o aumento da quantidade de condomínios e com a valorização da sua importância administrativa, pelo governo e até mesmo pelas pessoas que moram em grandes condomínios e observam que com a ajuda de uma administradora os problemas condominiais poderão ser solucionados mais facilmente, fazendo assim com que sua qualidade de vida aumente.

3. Metodologia

No terceiro capítulo desse trabalho, estão descritos todos os métodos utilizados para a formação do estudo, e como foram adquiridos os dados para a elaboração da análise de mercado. Além de demonstrar o modelo pelo qual o plano de negócio foi elaborado.

3.1 Caracterização da Pesquisa

O presente estudo tem por objetivo analisar a viabilidade da implantação de uma administradora de condomínio na cidade de Campina Grande-PB, além de definir o perfil e os serviços da empresa, estruturar um plano operacional, desenvolver estratégias de marketing, realizar uma análise sobre a viabilidade financeira e verificar a demanda para os serviços que a empresa oferecerá. Para alcançar os objetivos propostos nesse trabalho, optou-se por uma pesquisa quantitativa e descritiva que, segundo Honorato (2004), é uma pesquisa que quantifica os dados utilizando-se, neste caso, da análise com estatística básica.

Em relação aos procedimentos técnicos utilizados, a pesquisa bibliográfica e de campo foram usadas para dar base a todas as ideias expostas no trabalho, utilizando-se de livros, artigos e usando também algumas fontes secundárias como, sites, blogs e associações relacionadas ao ramo, além de visitas a empresas do setor na cidade.

3.2 Ambiente da pesquisa

A pesquisa será realizada na cidade de Campina Grande-PB. Foi percebido que este serviço está precisando ser mais diversificado e com uma qualidade maior além de necessidade de ser inovador. A maioria das administradoras observadas na cidade não visa nenhum tipo de inovação, e procuram oferecer um pacote bem básico do serviço.

Por isso a cidade será o campo onde foi realizada todas as pesquisas e análises necessárias para a elaboração de um plano de negócio com todos seus requerimentos preenchidos por dados obtidos em Campina Grande-PB, que possibilitou com que o plano

fique com as particularidades necessárias para abrir um empreendimento próprio para as necessidades da cidade, além de ser interessante pelo fato de o setor não inovar, sendo um atrativo para que a empresa seja diferenciada.

3.3 Coleta, análise e interpretação dos dados

Como não existe nenhuma estrutura rígida e específica para escrever um plano de negócios, pois cada empreendimento tem suas particularidades, foi utilizada como base a estrutura sugerida para pequenas empresas prestadoras de serviço de Dornelas (2009), porém adaptado à realidade do negócio.

Na Tabela 1 a seguir mostra como foi à coleta de informações para cada passo do plano de negócio, cada uma possui diferentes formas de coleta, planejamento e análise.

Tabela 1: Especificações de forma de coleta e análise dos dados

Etapa	Coleta/Análise
Sumário Executivo	Equivale no resumo do plano de negócio, nele irá conter informações essenciais do plano. Analisado após a finalização do plano de negócio.
O Negócio	Nessa fase contém a descrição do negócio, serviço, mercado, localização, concorrentes, equipe gerencial e estrutura funcional. Foi elaborado conforme as necessidades do negócio, e através de <i>benchmarking</i> com pessoas da área para a estruturação do negócio. Na coleta de informações sobre os concorrentes foram feitas visitas nos estabelecimentos das principais empresas do ramo na cidade, e foi observado que elas só oferecem serviços básicos, não oferecem supervisão na prestação dos terceirizados e também não foi observado nenhum incentivo para inovação nos seus serviços.
Análise de mercado	Para o levantamento de dados com o objetivo de formar uma pesquisa de mercado, utilizou-se da pesquisa quantitativa. Foi feito um questionário para poder obter essas informações, durante os meses de março a abril de 2016. Neste contém informações relacionadas ao interesse que o consumidor tem em relação a uma inovação nos serviços, e a satisfação com a sua atual administradora de condomínio. Por meio da ferramenta do <i>Google Drive</i> foi elaborado este questionário para absorver essas informações de pessoas que utilizam dos serviços prestados por uma administradora de condomínio. O questionário foi aplicado através das redes sociais obtendo 73 respondentes, destes 69 são moradores de condomínio. Sendo esta amostra não probabilística.
Plano de marketing	Elaborado de acordo com a proposta do plano de negócio. Por meio das práticas já existentes no mercado e através de <i>benchmarking</i> com pessoas da área.
Plano financeiro	Realizado através do <i>software</i> do SEBRAE. Os dados foram simulados diante da perspectiva do mercado e a expectativa financeira do proponente, além de pesquisa de preço em concorrentes diretos.

Fonte: Elaboração própria

Após o recolhimento de dados, estes serão analisados por etapas, para que possa existir um maior entendimento, e por fim, terá uma análise de um todo para que possa mostrar o quão favorável ou não é a proposta do plano de negócio.

3.4 Software de plano de negócio do SEBRAE 3.0

É um *software* desenvolvido por Rosa (2013) e disponibilizado pelo SEBRAE para a elaboração de planos de negócio, por empresários que já estejam no ramo ou por pessoas que querem começar algum empreendimento. Nele há vídeos contendo instruções acerca das seções de um plano de negócio, bem como dicas e exemplos de projetos para a maioria dos setores, com capacidade para até cinco planos de negócio diferentes com o mesmo CPF, e outros facilitadores. Ele será utilizado, por preferencia do autor, exclusivamente para a elaboração do plano financeiro da administradora de condomínio em Campina Grande-PB pela facilidade no seu uso e praticidade.

4 Apresentação dos resultados

Neste capítulo, vão ser mostrados os resultados da pesquisa em questão. Serão apresentados todos os passos para a formação do plano de negócio, além de serem expostas as análises feitas com a pesquisa de mercado e com o *software* do SEBRAE.

4.1 Sumário executivo

A administradora de condomínio, que oferece serviços de gerenciamento condominial, será situada, possivelmente, na rua Afonso Campos, 60, no centro da cidade de Campina Grande-PB em um prédio que contém salas comerciais de 20 metros quadrados. O propósito principal do negócio é a prestação de serviços condominiais, gerenciamento condominial em geral, tendo a inovação introduzida a um novo tipo de serviço na cidade como diferencial e propósito essencial. O negócio tem como objetivo a geração de riquezas por meio da prestação de um serviço diferenciado e com qualidade. A meta da empresa é a de se preocupar com a inovação em seus serviços, tentando utilizar-se desta para se destacar das concorrentes oferecendo assim serviços que sejam referência no setor em que atua. Além disso, também haverá uma busca pela gestão de qualidade, a execução de atividades necessárias para a diminuição de despesas e o estudo das particularidades de cada condomínio, para assim administrá-los com a competência necessária, observando a necessidade de cada um para poder gerir da melhor forma possível, gerando assim tranquilidade e bem estar a todos os clientes.

A LC administradora de condomínio terá como proprietários Lucas Galdino Gouveia, graduado em administração com MBA em Gestão Financeira e por Cleydson Araújo, graduado em Contabilidade, com MBA em Contabilidade e Direito Tributário, residentes na cidade de Campina Grande. Na Tabela 2, 3 e 4 seguem informações detalhadas da loja e de seus proprietários.

Tabela 2: Dados do proprietário 1

Nome:	Lucas Galdino Gouveia
Endereço:	Rua Francisco Ernesto do Rêgo,2407
Cidade:	Campina Grande
Estado:	Paraíba
Perfil:	<p>Formação superior em Administração de empresas</p> <p>MBA em gestão financeira</p> <p>Pertencente a uma família empreendedora</p> <p>Possui experiência na área administrativa e financeira por atuar durante 10 anos em grandes empresas</p>
Atribuições:	Responsável por toda parte administrativa e financeira do negócio, gerindo todos os recursos necessários para gerar o crescimento do empreendimento.

Fonte: elaboração própria

Tabela 3: Dados do proprietário 2

Nome:	Cleydson Freires Araújo
Endereço:	Rua Antônio Guedes de Andrade, 325
Cidade:	Campina Grande
Estado:	Paraíba
Perfil:	<p>Graduado em Contabilidade</p> <p>MBA em Contabilidade e Direito Tributário</p> <p>Atuou na área como contabilista durante 10 anos em grandes empresas</p>
Atribuições:	Responsável por toda parte contábil do empreendimento, gerindo toda parte contábil na prestação dos serviços buscando sempre elevar o nível de serviço da empresa.

Fonte: Elaboração própria

Tabela 4: Dados do local da loja

Endereço:	Rua Afonso Campos, 60
Bairro:	Centro
Cidade:	Campina Grande
Estado:	Paraíba
Fone 1:	(83) 99629-4972

Fonte: Elaboração própria

a) Estratégia de marketing

Serão usadas algumas estratégias de marketing para que a empresa possa obter sucesso, como por exemplo: a utilização de diferenciais do mercado e a agilidade nos serviços. Além disso, buscando sempre atender os desejos e necessidades dos clientes seguindo as atividades determinadas pelos 4Ps de marketing: Produto; Preço; Promoção; Praça.

b) Equipe gerencial

A administradora de condomínio utilizará uma equipe de colaboradores capacitados para o atendimento com excelência e inovação, fazendo com que este seja o diferencial do negócio. O empreendimento terá na sua equipe, além dos proprietários/administradores, um motoboy/entregador.

c) Investimento e retornos financeiros

Será investido na empresa um valor de R\$ 36.490,00, entre móveis, veículos, máquinas e equipamentos para o funcionamento da empresa e para um aplicativo via *smartphone* oferecido aos clientes, investimentos este vindo inteiramente dos proprietários do empreendimento. Espera-se que no primeiro ano de mercado a empresa tenha um retorno

financeiro de R\$ 61.952,56. Em menos de 1 anos a empresa conseguirá um retorno maior que o investimento feito.

4.2 O Negócio

Conceito do negócio

A administradora de condomínio na cidade de Campina Grande-PB buscará atingir o mercado de gerenciamento condominial por meio da inovação, fornecendo um serviço diferenciado. Além disso, também haverá uma busca pela gestão de qualidade, a execução de atividades necessárias para a diminuição de despesas e o estudo das particularidades de cada condomínio, para assim administra-los com a competência necessária, observando a necessidade de cada um para poder gerir da melhor forma possível, gerando assim tranquilidade e bem estar a todos os clientes, esta seria a missão que esse empreendimento almeja. A visão do negócio seria a preocupação com a inovação em seus serviços, tentando, por meio desta, destacar-se das concorrentes oferecendo serviços que sejam referência no setor em que atua. A busca de garantir a satisfação do cliente leva o empreendimento a buscar a excelência em gerenciamento e levar em consideração a inovação em todos os seus serviços, tentando assim atingir o objetivo que seria oferecer certo tipo de qualidade de vida para todos os seus clientes.

Os clientes da administradora de condomínio são todos aqueles que habitam em algum prédio ou condomínios fechados, sendo que prédio acima de 10 andares e condomínios com mais de 150 lotes. E o seu diferencial é a qualidade do serviço oferecido e as facilidades dos seus clientes, em função de um aplicativo via *smartphone*, de modo que facilitará na hora de receber o serviço.

Serviços

O serviço proposto é o de gerenciamento condominial. Este será feito de maneira inovadora, utilizando-se de um aplicativo via *smartphone* para facilitar a comunicação entre prestador e cliente, além de ter maior facilidade em obter informações e maior conforto no recebimento dos serviços.

Produto

Trata-se de um aplicativo via *smartphone* desenvolvido para complementar os serviços da administradora de condomínio. Através de um *login* e senha, é possível obter os seguintes serviços:

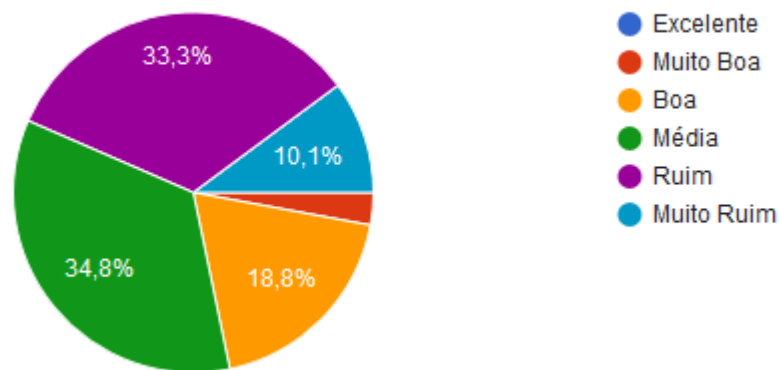
- Recebimento de taxa condominial através de boletos bancários.
- Reserva de áreas comuns de lazer (Salão de festa, quiosque, churrasqueira, etc.).
- Aviso de encomenda.
- Calendário contendo datas de eventos e assembleia.
- Comunicados da Administradora.
- Livro de ocorrência.
- Canal particular para falar com o síndico ou com a administradora.
- Envio de fotos para o cliente receber respostas rápidas sobre qualquer problema.

O aplicativo em questão será desenvolvido pelo laboratório EMBEDDED, que trabalha com projetos de aplicativos, e o servidor utilizado para armazenamento de dados será o da *Amazon Web Services*.

Possibilidade de mercado

A pesquisa que foi feita mostrou a opinião do cliente em relação à qualidade dos serviços que são prestados pelas suas administradoras de serviços, no Gráfico 1 mostra este resultado:

Gráfico 1: Qualidade do serviço prestado pelas concorrentes

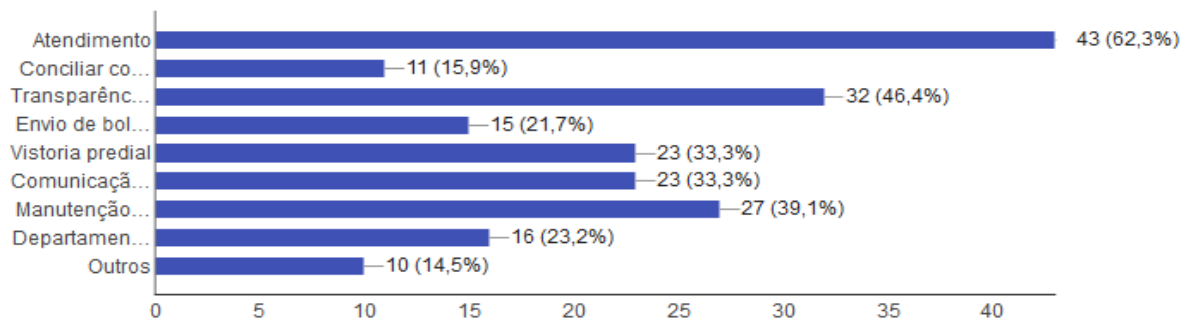


Fonte: Elaboração própria

Como foi mostrado, a qualidade dos serviços que as empresas concorrentes prestam não são muito bem aceitas pelos clientes, por isso se tem uma porcentagem de 78,2% entre média e muito ruim, enquanto apenas 21,8% entre boa e excelente.

Na pesquisa, foram apresentados alguns serviços que as administradoras têm mais dificuldades em prestar, são eles: Atendimento; Conciliar confronto entre moradores; Transparência na prestação de contas do condomínio; Envio de boletos de cobrança; Vistoria predial; Comunicação, avisos e advertências; Manutenção predial; Departamento pessoal; e Outros, de modo que, o respondente poderia escolher até três destas. O Gráfico 2 mostra as principais escolhidas:

Gráfico 2: Serviços que as administradoras tem mais dificuldades em prestar

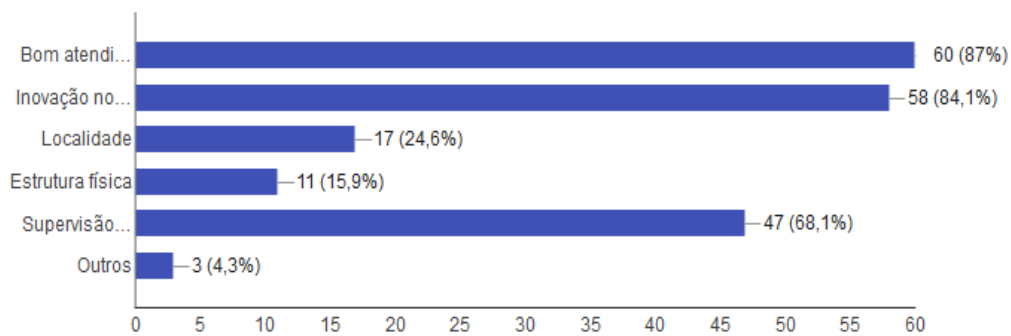


Fonte: Elaboração própria

Diante disto, observou-se que as administradoras existentes na cidade tem maior dificuldade com: atendimento ao cliente, transparência na prestação de contas, manutenção e vistoria predial além de terem o departamento pessoal fragilizado, deixando o prédio do cliente com falta de funcionário.

A pesquisa apresentou também alguns aspectos a serem considerados na escolha de uma administradora de condomínio, sendo estes: Bom atendimento; Inovação nos serviços; Localidade; Estrutura física; Supervisão condominial; e Outros, mais uma vez o respondente poderia escolher três como principais. O Gráfico 3 mostra quais foram escolhidos como principais aspectos.

Gráfico 3: Principais serviços a serem considerados na escolha de uma administradora

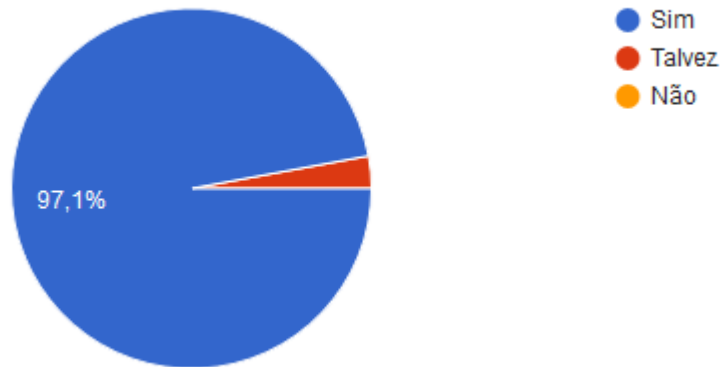


Fonte: Elaboração própria

Observa-se que o bom atendimento, inovação em serviços e a supervisão condominial foram os aspectos considerados como mais importantes para a escolha da administradora de condomínio.

A pesquisa mostrou também que 97,1% das pessoas achariam interessante que sua administradora oferecesse um aplicativo via *smartphone* que pudesse disponibilizar, por meio da internet, serviços como: receber cobranças condominiais, reservar áreas comuns de lazer, aviso de encomenda, calendário com eventos e assembleias, comunicados da administradora, livro de ocorrência, contato *online* com o síndico e administradora, envio de fotos para recebimento de respostas rápidas sobre algum problema. Como pode ser visualizado no Gráfico 4:

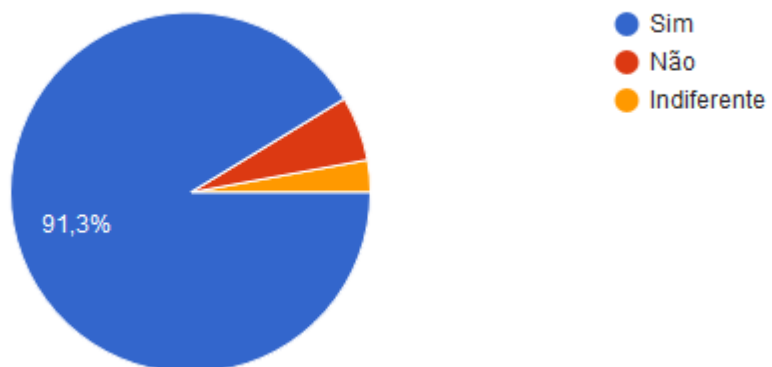
Gráfico 4: Interesse em um aplicativo via *smartphone*



Fonte: Elaboração própria

A disposição de pagar um pouco mais para ter acesso a estes serviços que o aplicativo oferece é de 91,3%, mostrando que o cliente está disposto sim a desembolsar mais para ter um serviço mais dinâmico e diferenciado. Como mostra no Gráfico 5:

Gráfico 5: Disposição do cliente



Fonte: Elaboração própria

Concorrentes

Na Tabela 5 mostra a comparação entre as concorrentes e a LC administradora. Na coluna de serviço, entende-se por “Básico 1” quando é oferecido apenas o serviço de contabilidade, distribuição de boletos de cobrança e administração dos recursos humanos dos condôminos. No “Básico 2” a empresa além dos serviços básicos, oferece a segunda via de boletos e prestação de contas do condomínio *online* apenas através da *web*; No intermediário, o empreendimento além de oferecer todos os serviços básicos, ele dispõe aos seus clientes um aplicativo via *smartphone* que vão lhe oferecer agilidade no atendimento e conforto, além da supervisão condominial que busca garantir que os serviços acionados sejam executados com excelência.

Tabela 5: Concorrentes

Empresa	Localização	Serviços	Preço	Supervisão predial	Inovação
Mais condomínios	Centro	Básico 1	R\$1.000,00	Não	Não
Conviver condomínios	Centro	Básico 2	R\$1.200,00	Não	Não
LC administradora	Centro	Intermediário	R\$1.400,00	Sim	Sim

Fonte: Elaboração própria

A LC administradora tem algumas diferenças e oferece mais vantagens para seus clientes. Esta vai buscar atender a uma clientela mais específica como condomínios horizontais a partir de 150 lotes e verticais a partir de 10 andares, fazendo assim com que seus serviços sejam mais especializados a atender um determinado perfil de consumidor. Será cobrado um valor de R\$ 1400,00 mensais, porém o cliente terá a vantagem de utilizar um

aplicativo via *smartphone* para obter mais informações sobre os acontecimentos do seu condomínio, além de facilidades na hora de pagamentos e na comunicação entre o morador e a prestadora de serviço. O novo empreendimento vai oferecer alguns diferenciais como: Supervisão condominial constante para corrigir todos os problemas que possam surgir em um curto período de tempo; Transparência na prestação de contas oferecendo ao consumidor um caderno com todas as contas a pagar e as movimentações bancárias; Inovação em seus serviços; e Banco de dados com os melhores profissionais e mais baratos para a manutenção predial fazendo com que os custos diminuam; e um departamento de pessoal ágil para não deixar o condomínio do cliente com falta de funcionário.

Localização e estrutura funcional

A LC administradora será localizada na Rua Afonso Campos, 60, no centro da cidade de Campina Grande-PB em um prédio que contém salas comerciais de 20 metros quadrados. Para o funcionamento é utilizado: material de escritório, mobília, além de dois computadores e uma impressora. Será necessária também a utilização de uma moto pelo motoboy para a entrega de boletos e documentos.

Equipe gerencial

A equipe da alta gestão da LC condomínios será formada por profissionais que possuem experiência na área de administração e contabilidade além de uma ótima formação acadêmica. Esse pessoal será formado por um funcionário exercendo a função de supervisor condominial, que vai além de transportar documentos, supervisionar os serviços que forem acionados, e uma secretária. Também se tem dois empreendedores que formam a sociedade de fundadores. Estes buscando sempre o aperfeiçoamento dos serviços para criar uma empresa com valores fortes e respeitada no setor em que atua. Os mesmos vão atuar no dia a dia da

empresa, além de oferecer conselho administrativo ditando os rumos estratégicos de longo prazo. A equipe é composta especificamente por:

Lucas Galdino, 35 anos, Diretor administrativo e Financeiro.

- **Experiência**

- Por 10 anos atuando na área financeira e administrativa de grandes empresas como Armazém Paraíba, AMBEV

- **Educação**

- MBA- Gestão financeira
- Graduado em Administração de empresas- UFCG

Cleydson Freires, 33 anos, Diretor contábil.

- **Experiência**

- Atuou como contabilista durante 10 anos na área contábil de grandes empresas como Alpargatas.

- **Educação**

- MBA em Contabilidade e Direito Tributário
- Graduado em Contabilidade –UEPB

Francisco Montenegro, 23 anos, supervisor.

- **Experiência**

- Atuou durante 5 anos como supervisor em empresas que oferecem serviços terceirizados.

- **Educação**

- Ensino médio completo.

4.3 Estratégia de Marketing (Preço, produto, praça, promoção)

Os planos de preços a serem empregados serão feitos com base no mercado e no preço dos concorrentes. Como os clientes mostraram na pesquisa que o bom atendimento, inovação no serviço e supervisão condominial são os serviços mais considerados na escolha da administradora de condomínio, então a empresa irá adotar um preço que faça com que esses desejos dos clientes sejam atendidos com a melhor qualidade.

As estratégias do produto são feitas por oferecimento de um produto diferenciado das demais administradoras da cidade e inovador, sendo este um aplicativo via *smartphone* que está inserido no pacote de serviço da empresa. Esta é a que a empresa visa focar mais.

Em relação a “Praça”, a administradora será localizada no centro da cidade, próximo ao shopping Cirne Center, onde existe um alto índice de pessoas passando com fácil acesso a todos os clientes, sendo este o motivo do lugar escolhido.

As estratégias de promoção e divulgação serão feitas através de 5% de desconto para pagamento dos boletos á vista e a divulgação será por meio da internet através de *sites* e *fanpage*, procurando parcerias com construtoras para poder administrar seus novos empreendimentos, além da visita dos administradores a todos os condomínios horizontais e verticais da cidade fazendo a divulgação dos serviços inovadores que a empresa oferece.

4.4 Plano Operacional

Nesse item será descrito como funcionará a organização interna da administradora do ponto de vista de estrutura e capacidade instalada. Serão apresentados: capacidade instalada, processos operacionais e necessidade de pessoal.

a) Processos Operacionais

A administradora de condomínio funcionará no horário comercial, de segunda a sexta, das 8h até às 12h e de 14h às 18h, e nos sábados, das 8h até às 12h.

O condômino ou o síndico ao chegar à administradora pode ser atendido pelo diretor administrativo/financeiro, ou pelo diretor contábil, a fim de resolver algum problema ou solicitar algum pedido. Pelo aplicativo via *smartphone* o condômino ou o síndico podem mandar fotos e textos solicitando algum tipo de pedido ou reclamação, além de poder exigir algum tipo de documento, e também recebendo os boletos de cobrança, fazendo assim com que a visita à administradora seja reduzida, proporcionando maior conforto para os clientes e mais rapidez para a prestação do serviço.

b) Necessidade de Pessoal

A administradora de condomínio contará com profissionais capacitados e experientes nas suas áreas e capacitados para melhor satisfazer o cliente. A Tabela 6 mostra a necessidade de pessoal da LC administradora:

Tabela 6: Necessidade de pessoal

Cargo	Atribuições
Diretor Administrativo/financeiro	Habilidade em relacionamento com pessoas e resoluções de problemas; Proatividade; Raciocínio na tomada de decisão; Habilidade em formação de banco de dados e contratação de serviços terceirizados; Habilidades em contratação de pessoal; Habilidades com a utilização de aplicativos via internet e <i>smartphones</i> .
Diretor Contábil	Habilidade em relacionamento com pessoas e resoluções de problemas; Proatividade; Raciocínio na tomada de decisão; Habilidades com a utilização de aplicativos via internet e <i>smartphones</i> .
Supervisor	Ensino médio completo; CNH para Moto; Habilidades com supervisão em serviço;
Secretária	Ensino médio completo; Habilidade em recepção de pessoas;

Fonte: Elaboração própria

Para que as necessidades dos clientes sejam atendidas, será necessária uma equipe de 4 pessoas para que os processos da administradora sejam atendidos e a satisfação do cliente seja efetiva.

4.4 Plano financeiro

Esse tópico tem como objetivo mostrar os investimentos a serem feitos pela LC administradora de condomínios, além de expor ao final dele possíveis lucros e retorno desses investimentos.

Investimentos Necessário

As Tabelas 7, 8, 9, e 10 mostraram os investimentos necessários para a abertura da empresa, suas quantidades e valores.

Tabela 7: Maquinas e Equipamentos

Nº	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Impressora	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
2	Ar condicionado	1	R\$ 1000,00	R\$ 1000,00
3	Bebedouro de água	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Sub-Total (1)				R\$ 1850,00

Fonte: Elaboração própria

Tabela 8: Móveis e utensílios

Nº	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Estante projetada para guardar documentos	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
2	Cadeiras para espera de atendimento	5	R\$ 250,00	R\$ 1.250,00
3	Mesa para computador	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
Sub-Total (2)				R\$ 2.650,00

Fonte: Elaboração Própria

Tabela 9: Veículos

Nº	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Moto Honda cargo c/ baú p/ entregas	1	R\$ 5.990,00	R\$ 5.990,00

Sub-Total (3) R\$ 5.990,00

Fonte: Elaboração própria

Tabela 10: Computadores

Nº	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Computador para gerentes	2	R\$ 1500,00	R\$ 3000,00
2	Aplicativo via Smartphone	1	R\$ 17.000,00	R\$ 17.000,00
Sub-Total (4)				R\$ 20.000,00

Fonte: Elaboração própria

Com isso, o total dos investimentos e as fontes dos recursos financeiros serão mostrados nas Tabelas 11 e 12:

Tabela 11: Total dos investimentos fixos

Total dos investimentos fixos (1+2+3+4) R\$ 30.490,00

Fonte: Elaboração própria

Capital de giro caixa mínimo

Além dos investimentos fixos, também é essencial ter um capital de giro-caixa mínimo, para assegurar os custos fixos operacionais na abertura da LC administradora de condomínios tendo este com o valor de R\$ 6.000,00.

A Tabela 12 mostra as fontes dos recursos para assegurar os investimentos fixos totais e o capital de giro-caixa mínimo.

Tabela 12: Fontes de recurso

Fonte de Recursos	Valor	(%)
Recursos próprios do proprietário 1	R\$ 18.245,00	50
Recursos próprios do proprietário 2	R\$ 18.245,00	50
Total	R\$ 36.490,00	100

Fonte: Elaboração própria

Faturamento mensal

Nesse ponto é projetado o faturamento mensal de acordo com a expectativa de contratos feitos com os condomínios em relação ao preço que será cobrado para gerenciar cada um, este foi definido a partir da comparação com o dos concorrentes e da inovação que será implantada para a prestação do serviço. Veja a Tabela 13.

Tabela 13: Faturamento mensal

Nº	Serviço	Quantidade	Preço do serviço (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Gerenciamento condominial	7	R\$ 1.400,00	R\$ 9.800,00
Total				R\$ 9.800,00

Fonte: Elaboração própria

Fazendo uma projeção de mercado, sem expectativa de crescimento de quantidade de condomínios administrados pela empresa durante o primeiro ano, temos os valores apresentados na Tabela 14:

Tabela 14: Projeção de receitas sem crescimento

Período	Faturamento total
Mês 1	R\$ 9.800,00
Mês 2	R\$ 9.800,00
Mês 3	R\$ 9.800,00
Mês 4	R\$ 9.800,00
Mês 5	R\$ 9.800,00
Mês 6	R\$ 9.800,00
Mês 7	R\$ 9.800,00
Mês 8	R\$ 9.800,00
Mês 9	R\$ 9.800,00
Mês 10	R\$ 9.800,00
Mês 11	R\$ 9.800,00
Mês 12	R\$ 9.800,00
ANO 1	R\$ 117.600,00

Fonte: Elaboração própria

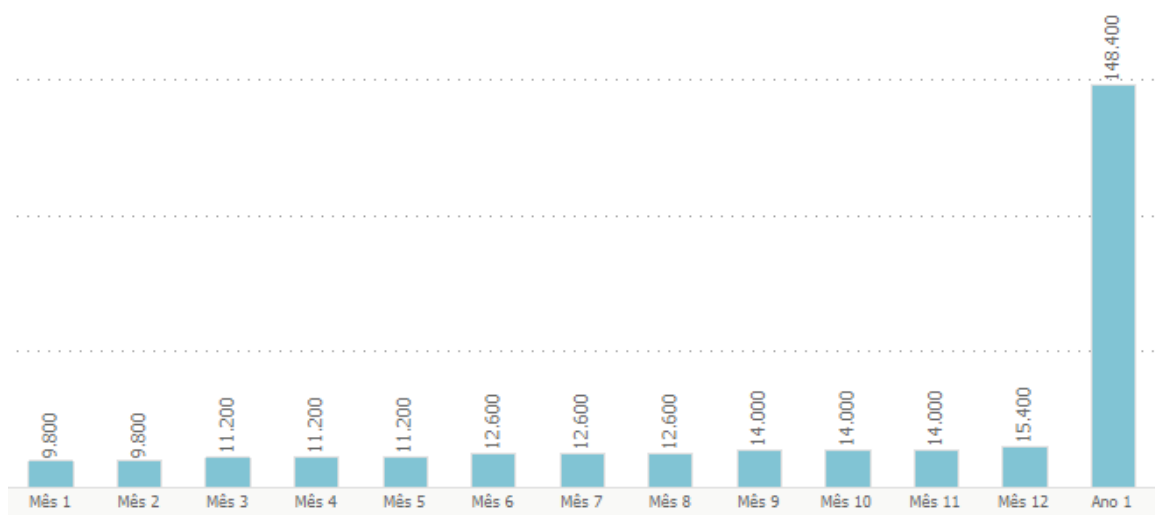
Como o faturamento estipulado mensalmente é de R\$ 9.800,00, assim, ao final do primeiro ano, sem expectativa de crescimento, tem um valor anual de R\$ 117.600,00.

Se projetarmos um crescimento de um condomínio a cada três meses do faturamento mensal, o valor anual sobe para R\$ 148.400,00. Como pode ser visualizado na Tabela 15.

Tabela 15: Projeção de receita com crescimento de um condomínio ao mês

Período	Faturamento
Mês 1	R\$ 9.800,00
Mês 2	R\$ 9.800,00
Mês 3	R\$ 11.200,00
Mês 4	R\$ 11.200,00
Mês 5	R\$ 11.200,00
Mês 6	R\$ 12.600,00
Mês 7	R\$ 12.600,00
Mês 8	R\$ 12.600,00
Mês 9	R\$ 14.000,00
Mês 10	R\$ 14.000,00
Mês 11	R\$ 14.000,00
Mês 12	R\$ 15.400,00
ANO 1	R\$ 148.400,00

Fonte: Elaboração própria

Gráfico 6: Projeção de receita com crescimento de um prédio a cada três meses

Fonte: Elaboração própria

Custo com mão de obra

A Tabela 16 mostra os cargos a serem ocupados na empresa, seus respectivos salários e encargos (FGTS, 13º salário e 1/3 de férias) que incidem sobre o mesmo.

Tabela 16: Custo com mão de obra

Função	Nº de empregados	Salário mensal	% (encargos sociais)	Encargos sociais	Total
Supervisor	1	R\$ 1.000,00	27,44	R\$274,40	R\$1.274,40
Secretária	1	R\$ 1.000,00	27,44	R\$274,40	R\$1.274,40
TOTAL				R\$ 547,20	R\$ 3.470,20

Fonte: Elaboração própria

Custo com depreciação

A Tabela 17 apresenta os custos relacionados à depreciação dos ativos fixos:

Tabela 17: Custos com depreciações

Ativos fixos	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Maquinas e equipamentos	R\$ 1.850,00	10	R\$ 185,00	R\$ 15,42
Móveis e utensílios	R\$ 2.650,00	10	R\$ 265,00	R\$ 22,08
Veículos	R\$ 5.990,00	5	R\$ 1.198,00	R\$ 99,83
Computadores	R\$ 3.000,00	5	R\$ 600,00	R\$ 50,00
TOTAL			R\$ 2.248,00	R\$ 187,33

Fonte: Elaboração própria

Custos fixos operacionais mensais

Na Tabela 18 são apresentados os custos que independem do faturamento, estes são considerados fixos, independente do que houver no mercado.

Tabela 18: Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custos
Salário + encargos	R\$ 3.470,20
Água	R\$ 30,00
Telefone + Internet	R\$ 160,00
Depreciação	R\$ 187,33
Material de escritório	R\$ 200,00
Material de limpeza	R\$ 30,00
Energia elétrica	R\$ 200,00
IPTU	R\$ 150,00
Condomínio	R\$ 200,00
Serviço de terceiros	R\$ 25,00
Aluguel	R\$ 800,00
Total	R\$ 5.409,52

Fonte: Elaboração própria

Custo de comercialização

A LC administradora de condomínios terá como custo de comercialização: recolhimento de impostos, as taxas de cartão e as propagandas, este pode ser visualizado na Tabela 19.

Tabela 19: Custo do serviço

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo total
Simples (Imposto Federal)	4,50	R\$ 9.800,00	R\$ 441,00
Taxa de cartão	3,5	R\$ 9.800,00	R\$ 343,00
Propaganda	5	R\$ 9.800,00	R\$ 490,00
TOTAL IMPOSTOS			R\$ 441,00
TOTAL GASTO COM VENDAS			R\$ 833,00
TOTAL GERAL			R\$ 1.247,00

Fonte: Elaboração própria

Demonstração de resultado

A Tabela 20 traz o resultado do confronto entre a projeção do faturamento e os custos totais, a fim de saber se a empresa terá lucro ou prejuízo. No caso da LC administradora de condomínios que será aberta na cidade de Campina Grande-PB, sem a perspectiva de crescimento mensal, após ter feito a análise, foi observado um resultado operacional (lucro) mensal de R\$ 3.994,88, chegando a R\$ 47.938,56 anuais.

Tabela 20: Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
Receita total com vendas	R\$ 9.800,00	R\$ 117.600,00	100,00
Custo variáveis totais			
(-) Custo com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$0,00	R\$ 0,00	0,00
(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 441,00	R\$ 5.292,00	4,50
(-) Gastos com Vendas	R\$ 833,00	R\$ 9.996,00	8,50
Total de Custos Variáveis	R\$ 1.274,00	R\$ 15.288,00	13,00
Margem de Contribuição	R\$ 8.526,00	R\$ 102.312,00	87,00
(-) Custos Fixos Totais	R\$ 4.531,12	R\$ 54.373,44	46,24
RESULTADO OPERACIONAL: LUCRO	R\$ 3.994,88	R\$ 47.938,56	40,76

Fonte: Elaboração própria

Se levar em consideração o aumento do faturamento mensal de um condomínio a cada três meses, no primeiro ano teremos um lucro de R\$ 74.734,56.

Tabela 21: Demonstrativo de resultado com o aumento de um condomínio a cada três meses

Descrição	Valor	Valor anual	(%)
Receita total com vendas	R\$ 9.800,00	R\$ 148.400,00	100
Custo variáveis totais			
(-) Custo com materiais diretos e/ou CMV(*)			
(-) Impostos sobre Vendas	R\$ 441,00	R\$ 6.678,00	4,50
(-) Gastos com Vendas	R\$ 833,00	R\$ 12.614,00	8,50
Total de Custos Variáveis	R\$ 1.274,00	R\$ 19.292,00	13,00
Margem de Contribuição	R\$ 8.526,00	R\$ 129.108,00	87,00
(-) Custos Fixos Totais	R\$ 4.531,12	R\$ 54.373,44	46,24
RESULTADO OPERACIONAL: LUCRO	R\$ 3.994,88	R\$ 74.734,56	40,07

Fonte: Elaboração própria

Indicadores de viabilidade

Depois de orçado todo o custo e todo o faturamento esperado, os indicadores de viabilidade é que irão mostrar o quanto é viável a abertura de um negócio através de 4 indicadores, lucratividade, ponto de equilíbrio, rentabilidade e prazo de retorno de investimento.

Na tabela 22, vão ser apresentados os indicadores de viabilidade da administradora de condomínio que será aberta na cidade de Campina Grande-PB.

Tabela 22: Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de equilíbrio	R\$ 60.498,21
Lucratividade	40,76%
Rentabilidade	127,21%
Prazo de retorno do investimento	10 meses

Fonte: Elaboração própria

Observa na Tabela 16 é necessário que a empresa tenha um faturamento anual de pelo menos R\$ 60.498,21 para que esta não trabalhe tendo prejuízo. Ao analisar a lucratividade, vemos que a mesma trabalha com eficiência e possui 40,76% de lucratividade. Em relação á rentabilidade se percebe que a cada ano no mercado a empresa recupera mais do que foi investido, 127,21%, por isso seu prazo de retorno de investimento é de 10 meses.

5. Considerações finais

O presente trabalho teve como objetivo estudar a viabilidade da abertura de uma administradora de condomínio na cidade de Campina Grande-PB. Para isto, foi feito um plano de negócio que visou observar o que é necessário para a implementação de um empreendimento que oferece serviço de administração condominial de forma inovadora.

A pesquisa de mercado feita para o plano de negócio apontou que bom atendimento, inovação em serviços e a supervisão condominial são os aspectos considerados como mais importantes para a escolha de uma administradora de condomínio.

Esta pesquisa também concluiu que os clientes achariam interessante o fato de uma administradora de condomínio oferecer um aplicativo via *smartphone*. Além disso, se observou também que há uma disposição das pessoas em pagar mais para ter acesso a alguns serviços via aplicativo, uma vez que tais serviços oferecem maior praticidade e rapidez no atendimento às demandas dos moradores de condomínios.

Quanto aos concorrentes pesquisados, foi possível observar que não há o compromisso de implementar a inovação em seus serviços, fazendo assim, com que a LC administradora de condomínios tenha uma maior tendência em se destacar no mercado, afinal esta terá o oferecimento de um serviço diferenciado.

Quanto às estratégias de marketing procura-se focar na questão do produto que mostra ser o diferencial do negócio, além de ter uma “praça” bem localizada, o preço formado para melhor atender os clientes, e a promoção que procura o contato direto com o consumidor além de vantagens no pagamento à vista.

Quanto ao plano operacional, o empreendimento, que será situado na Rua Afonso Campos no centro da cidade, buscando um layout ágil para facilitar o acesso do cliente na hora de pedir a resolução do problema de algum condomínio. A empresa funcionará em

horário comercial e contará com um diretor administrativo/financeiro, diretor contábil e um motoboy.

No plano financeiro estipulou-se um valor de investimento relativamente baixo de R\$ 36.490,00. Estimou-se um faturamento médio mensal de R\$ 9.800,00, o que apresentará um lucro ao final do primeiro ano. Apresentado os indicadores de viabilidade observa-se que o empreendimento terá um lucro de um pouco mais que 40% e que seu investimento terá um retorno esperado em 10 meses. Pode-se concluir com isto que o investimento se torna bem interessante principalmente quando se observa na pesquisa a aceitação do cliente em pagar mais caro por um serviço diferenciado, assim, ajudando no faturamento e fazendo com que o empreendimento se torne mais rentável e lucrativo.

Diante disto o plano de negócio mostra-se ser uma grande ferramenta para auxílio ao empreendedor que quer por em prática sua ideia. Este serve como aliado na busca por resultados melhores, com riscos calculados e possivelmente minimizados.

Para a realização deste trabalho foram encontradas algumas dificuldades. Estas pela parte de existir um número reduzido de informações sobre o setor de administração de condomínio. Este setor aparentou ser relativamente novo, principalmente quando se fala em aplicação de inovação em seus processos ou no setor em geral. Por isso, fica como sugestões que se tenham mais estudos focados nesta área, ajudando no crescimento do setor, o tornando mais forte, diversificado e com maior foco na inovação.

Conclui-se então que o plano mostra a viabilidade de abertura do empreendimento, ajudando o empreendedor a se sentir mais seguro na hora de dar o próximo passo e que a inovação é uma importante ferramenta que diferencia seu negócio dos demais, assim fazendo com que ele se destaque.

Referencias

Administração Brasileira das administradoras de imóveis (ABADI)

Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (ABECIP)

BARON, Robert A; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**: Administração. São Paulo: ARTMED, 2009.

CASTRO, José. **Invento e inovação tecnológica**: produtos e patentes na construção. São Paulo: Annablume, 1999.

CONTRERAS, Lorena del Carmen; DOLCI, Maria Inês. **Guia do condomínio**. São Paulo: Globo, 2001.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. **Melhor de Peter Drucker**: O homem, A administração, A sociedade. São Paulo: Nobel, 2001.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico**: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

GALLOUJ, F; DJELLAL, F. **The Handbook of innovation and services**: a multi-disciplinary Perspective. Aldershot: Edward Elgar Publishing 2010.

HONORATO, Gilson. **Conhecendo o Marketing**. São Paulo: Manoele, 2004.

HUBERT, Ivens Henrique. **Condomínios em Geral e Incorporações Imobiliárias**. Curitiba: IESDE Brasil S.A. 2009.

JULIEN, Pierre-Andre. **Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

MAITLAND, Iain. **Plano de negócio em uma sema**. São Paulo: Figurati, 2014.

MANUAL DE OSLO. **Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 2006. Disponível em: < <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf>>. Acesso em: 09. Mar. 2016.

MATOS, Fernando; GASTAL, Cláudio; RANK, Liliane; EMEDIATO, Gustavo; OSORIO, Héctor. **Manual de inovação**. Brasília: MBC 2008.

MENEZES, Cristian. **Gestão condominial**: a importância de uma administradora no condomínio. 2010. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/gestao-condominial-a-importancia-de-uma-administradora-no-condominio/43944/>>. acesso em 09. Mar. 2016.

Ministério das Cidades. **Minha casa minha vida contará com gestão condominial**. 2014. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2013/11/minha-casa-minha-vida-contara-com-gestao-condominial>>. Acesso em: 20 Março 2016.

NOBREGA, José Maria. “**Taxa de homicídios em Campina Grande está acima da média de cidades de médio porte**”. Disponível em: <http://www.ufcg.edu.br/prt_ufcg/assessoria_imprensa/mostra_noticia.php?codigo=11644>. Acesso em: 20 Abril 2016.

PEREIRA, Paulo. **O que faz uma administradora de condomínio**. 2011. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/18656/afinal-o-que-faz-uma-administradora-de-condominios>>. Acesso em 20. Mar. 2011.

PRANDELLA, Wagner Benedito. **Os dez mandamentos de uma gestão predial: desvendando os segredos e os bastidores da administração de condomínio**. São Paulo: Baraúna, 2015.

QUINTELLA, Marcus. **O empreendedorismo no Brasil**. 2014. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/sociedade-aberta/noticias/2014/04/04/o-empendedorismo-no-brasil/>>. Acesso em: 3 de Abril 2016.

GEM. **Relatório Nacional Global Entrepreneurship Monitor**, 2015.

ROSA, Cláudio Afrânio. Como elaborar um plano de negócio. Brasília: SEBRAE, 2007. 120 p.: il.

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de cultura, 1942.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1926.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócio**. 2013. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/guias_cartilhas/Como_elaborar_um_plano_de_negocios.pdf> . Acesso em : 5 Março 2016.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**, 2010.

SILVA, Eduardo Sá; MONTEIRO, Fátima. **Empreendedorismo e Plano de Negócio**. Porto: Editorial, S.A. 2014.

TIGRE, Paulo. **Gestão da inovação: A economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CIERCO, Agliberto Alves. et al. **Gestão da Qualidade**. 9 ed. FGV Editora: São Paulo, 2008

Apêndice

Questionário Utilizado

Gênero? *

- Feminino
- Masculino

Idade? *

- 18 a 25
- 26 a 35
- 36 a 45
- Acima de 46

Escolaridade? *

- Fundamental Incompleto
- Fundamental Completo
- Médio Incompleto
- Médio Completo
- Superior Incompleto
- Superior Completo
- Pós-Graduação Incompleta
- Pós-Graduação Completa

Qual seu tipo de moradia? *

- Casa
- Prédio
- Condomínios Verticais ou Horizontais
- Outros

Caso sua resposta tenha sido "condomínio fechado" ou "apartamento" favor continue a responder este questionário

Você utiliza o serviços de uma administradora de condomínio?

- Sim
- Não

Caso sim, favor responda:

Descrição (opcional)

Onde a administradora de condomínio está localizada:

- Campina Grande-PB
- João Pessoa-PB
- Outro...

Como você analisa a qualidade do serviço que sua administradora de condomínio presta:

- Excelente
- Muito Boa
- Boa
- Média
- Ruim
- Muito Ruim

Quais os serviços que sua administradora de condomínio tem mais dificuldades em prestar?
você pode selecionar até 3 opções

- Atendimento
- Conciliar confronto entre moradores
- Transparência na prestação de contas do condomínio
- Envio de boletos de cobrança
- Vistoria predial
- Comunicação, avisos e advertências
- Manutenção predial
- Departamento pessoal (deixando seu prédio com falta de funcionários)
- Outro...

Qual(is) o(os) principal(is) serviço(s) a ser(em) considerado(s) na escolha de uma administradora de

condomínio:

Aqui você poderá selecionar até 3 opções

- Bom atendimento
- Inovação nos serviços
- Localidade
- Estrutura física
- Supervisão condominial
- Outro...

Quais os serviços online que sua administradora oferece?

Aqui você pode selecionar

quantas questões quiser

- Envio de segunda via de boleto de cobrança online
- Reserva de áreas comuns
- Aviso de recebimento de encomenda
- Calendário com datas de eventos de assembléia
- Comunicados da administradora
- Livro de ocorrência
- Contato online com o síndico e a administradora
- Envio de fotos para recebimento de respostas rápidas sobre algum problema
- Nenhum

Outro...

Com que frequência você utiliza esses serviços?

- Sempre
- Às vezes
- Nunca

Você acharia interessante que sua administradora oferecesse um aplicativo (via smartphone) no qual você pudesse acessar online todos os serviços de um condomínio? Tais como: receber cobranças condominiais, reservar áreas comuns de lazer, aviso de encomenda, calendário com eventos e assembleias, comunicados da administradora, livro de ocorrência, contato online com o síndico e administradora, envio de fotos para recebimento de respostas rápidas sobre algum problema:

- Sim
- Talvez
- Não

Você estaria disposto a pagar um pouco a mais para ter acesso a estes serviços via aplicativo?

- Sim
- Não
- Indiferente