



## **NÚCLEO DE GESTÃO DO PORTO DIGITAL - NGPD**

**Relatório de Desempenho de Atividades do Plano de Trabalho de  
Março a Dezembro de 2005, para o Quinto Termo de Renegociação  
do Contrato de Gestão com a Secretaria de Ciência Tecnologia e  
Meio Ambiente do Estado de Pernambuco**

## **PANORAMA 2005**

O ano de 2005 trouxe bons ventos à indústria Pernambucana de Tecnologia da Informação e Comunicação –TIC. Neste período pudemos observar um forte crescimento da receita bruta das empresas, assim como novos investimentos, principalmente aqueles realizados para aumentar a produção da Pesquisa & Desenvolvimento. Outro resultado importante deste período foi a internacionalização do ambiente de negócios e inovação do Porto Digital com a chegada de novos atores internacionais, assim como a ampliação das parcerias já existentes com outros atores globais. Tal resultado demonstra que a indústria local ganhou maturidade nas suas relações de negócio e aumentou de forma geral a sua eficiência produtiva, em muito devida aos seus processos inovadores.

O Porto Digital confirmou a tendência de internacionalização de nossa indústria, dois resultados são emblemáticos para este fato: a entrada do Núcleo de Gestão do Porto Digital como a primeira comunidade latino americana a integrar, na condição de membro permanente, o Conselho de Administração do International Network of E-communities – INEC ([www.inec.nl](http://www.inec.nl)). Tal feito coloca o Porto Digital em posição estratégica para uma melhor avaliação de novas tendências tecnológicas da indústria, possibilitando a antecipação de movimentos, e se configura como um canal comercial qualificado para as empresas do Porto Digital no teatro internacional. Participar desta rede global de negócios nos proporciona uma vantagem competitiva per si, ao considerarmos o cenário brasileiro da indústria de TIC e suas conexões internacionais. O outro resultado que confirma a tendência pode ser visto em recente estudo contratado pela BRASSCOM denominado de “Desenvolvimento de uma Agenda Estratégica para o Setor de *IT Off-Shore Outsourcing*”. Este estudo é parte de um projeto que objetiva posicionar o Brasil entre os cinco principais países exportadores de serviços de TIC. Para sua realização foi contratada a AT Kearney, uma das principais consultorias internacionais do segmento de TIC. Em suas conclusões afirma que seguindo o padrão internacional de desenvolvimento da indústria de TIC, identificado nos Países que possuem as indústrias mais desenvolvidas, o Brasil deve, nos próximos cinco anos, alocar mais recursos para a estruturação de parques tecnológicos que tenham como característica principal “um *cluster* de empresas com a presença dos *players* relevantes para garantir o seu crescimento sustentável.”<sup>1</sup> A consultoria identificou 08 (oito) parques tecnológicos de classe mundial no Brasil, 07 (sete) deles localizados nas regiões Sudeste e Sul. Deste universo, o estudo aponta como cases o Tecno Puc em Porto Alegre – RS e o Porto Digital. Contudo, o estudo confirma que hoje o PD se apresenta como a maior e principal iniciativa nesta direção do Brasil, apesar de sermos o único fora das regiões centrais.

---

<sup>1</sup> Desenvolvimento de Uma Agenda Estratégica para o Setor de IT Off-Shore Outsourcing - AT Kearney, 24/11/2005.

O panorama descrito acima nos aproximou de nossa visão corporativa que é a de "tornar o Bairro do Recife um dos principais Locais do Mundo para Empreendimentos da Nova Economia e o Melhor da América Latina".

Nenhum destes resultados seria possível sem a evolução das empresas de TIC e das instituições de P&D de nosso ecossistema no tripé "Qualidade/Preço/Inovação", mas tampouco seria possível sem um contínuo e sistemático trabalho de posicionamento de mercado da marca Porto Digital. No período de 2005 continuamos a marcar forte presença nos principais mercados compradores, participando de seminários, conferências, rodadas de negócios, etc. Ocupamos, ainda, um espaço amplo e positivo em veículos de divulgação. Esse trabalho sistemático de comunicação teve como objetivo manter uma tática agressiva de exposição espontânea, assim como uma estratégia seletiva de conexão da imagem.

Em 2005 nos tivemos 228 (duzentas e vinte e oito) inserções positivas na mídia e nenhuma negativa, uma ampliação de 23% em relação ao ano de 2004. Os resultados deste esforço tem começado a aparecer na forma de novos contratos para nossas empresas e também na aumento de sua presença nestes mercados, ano passado mais 06 novos escritórios foram abertos em São Paulo e Brasília. É importante ressaltar que a decisão de focar nossas ações de "*Branding*" nestes mercados foi tomada a partir da avaliação dos dados da pesquisa Indicadores de Tecnologia da Informação e Comunicação de Pernambuco - ITIC, realizada pelo CONDEPE em 2003, que evidenciou uma clara tendência exportadora de nossa indústria, pois já em 2003 mais de 60% de nossas vendas eram destinadas para fora de Pernambuco com um forte padrão de crescimento. Portanto era preciso acompanhar a tendência e aumentar os negócios nestes mercados e os resultados de 2005 nos mostraram que a decisão foi adequada e que devemos continuar com esta estratégia.

Ainda no esforço de exposição da marca, comemoramos neste ano a conquista do prêmio da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – ABERJE de melhor site institucional da região Norte/Nordeste e ficamos entre os cinco finalistas nacionais, concorrendo, por exemplo, com organizações como a Companhia Vale do Rio Doce, a VOTORANTIM, Volkswagen.

Com respeito ao ambiente de negócios do Porto Digital, 2005 foi um ano de superação, ultrapassamos a marca das 100 (cem instituições) embarcadas e de mais de 2.800 (dois mil e oitocentos) postos de trabalhos atraídos para a Ilha do Recife. Em virtude deste crescimento e da demanda por serviços e infraestrutura gerados por ele, decidimos ampliar o foco de nossa estratégia de marketing para também alcançar a comunidade de colaboradores das empresas

embarcadas. A primeira decisão tomada foi a de realizar uma pesquisa sócio-econômica para obter o perfil desta comunidade de modo a calibrar a nossa estratégia e oferecer produtos e serviços que não só facilitasse a integração das empresas e pessoas, mas que também concorresse para o aumento na qualidade de vida das pessoas no seu ambiente de trabalho e em seu entorno.

Como primeiro produto foi lançado o cartão de relacionamento da comunidade do Porto Digital o FAROL ([www.portodigital.org/farol](http://www.portodigital.org/farol)), que tem uma rede que conta com mais de 40 (quarenta) parceiros e mais de 1.600 usuários, tudo isto em menos de sete meses de operação.

A estratégia foi a de aproveitar o alto índice de confiança da marca Porto Digital, mais de 95% (noventa e cinco por cento) dos entrevistados afirmaram ter total confiança nas ações do Porto Digital o que a torna um forte atributo da marca, transformando este atributo em valor para a comunidade de modo que aumentássemos a interação das pessoas com o ambiente comercial e os prestadores de serviços estabelecidos na Ilha do Recife, tendo como contrapartida a customização de produtos e serviços que estejam alinhados com os desejos e necessidades de nossa comunidade. Esta estratégia posiciona o Porto Digital como principal agente de desenvolvimento sócio-econômico na Ilha do Recife.

Dois elementos são cruciais para manter o crescimento sustentável de nossa estratégia no curto prazo, são eles: o financiamento às pequenas e médias empresas embarcadas do Porto Digital e a ampliação e o desenvolvimento do estoque de capital humano para atender a crescente demanda das empresas.

Na questão do financiamento às empresas embarcadas avançamos significativamente em nossa busca por fontes alternativas e mais competitivas de financiamento. No ano passado realizamos pesquisas e contratamos estudos para identificar soluções a este problema comum à indústria nacional de TIC, pelo menos ao tecido das PME's, que representa mais de 95% (noventa e cinco por cento) da oferta brasileira<sup>2</sup>.

Após uma análise da estrutura da oferta de crédito ao segmento de TIC e do perfil da demanda pelo crédito, identificamos uma grande oportunidade para aumentar a geração de valor para as empresas do Porto Digital. Considerando que a produção de informações e o adequado monitoramento de suas constantes e variáveis são fatores chaves na matriz ponderada de qualquer processo decisório à concessão de crédito, percebemos que existem falhas estruturais no processo. Tais falhas decorrem da equivocada percepção, por parte da oferta, da

---

<sup>2</sup> Desenvolvimento de Uma Agenda Estratégica para o Setor de IT Off-Shore Outsourcing - AT Kearney, 24/11/2005.

dinâmica empresarial do segmento e da geração de valor da atividade de produção de conhecimento em forma de métodos e processos e da Tecnologia da Informação em forma de produto ou serviço. Por parte da demanda, o principal problema está no desconhecimento da estrutura da oferta de crédito e da ineficiência nas práticas de gestão e de produção das informações necessárias à concessão do crédito. Estes dois extremos são responsáveis pela ineficiência do sistema, que acaba por comprometer o grau de competitividade das empresas e coloca em cheque o crescimento da indústria nacional de TIC.

Este cenário requer um ator que atue como intermediário do processo. Para que se qualifique para esta missão este ator terá que entender as dinâmicas que governam os dois lados. Neste sentido observamos que o Núcleo de Gestão do Porto Digital após 04 (quatro anos de operação) possui um estoque de lições aprendidas que nos qualificam como um potencial prestador de serviço para aumento da eficiência do sistema. Assim demos o primeiro passo que foi, em parceria com o C.E.S.A.R e a Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco – ADDIPER, nos qualificar como parceiro estratégico da FINEP na gestão do Programa Juro Zero. Em 2005 começamos a sua implementação e esperamos que em 2006 este programa confirme nossas análises de modo a servir de piloto para outras iniciativas que enderecem este gargalo.

Foi aprovada pela FINEP uma linha de crédito para as empresas do Porto Digital de R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões) com condições inéditas nos países. Entre elas, a equalização dos custos financeiros do crédito pelo Fundo Setorial Verde e Amarelo e a adequação das exigências de garantia ao financiamento à realidade da atividade das empresas de TIC.

Já o problema do Capital Humano se apresenta como um desafio mais complexo a ser superado. A nossa capacidade de intervenção, por mais eficiente que seja, não será completamente eficaz uma vez que a baixa qualificação, em *lato sensu*, e a baixa capacidade de formação de novos profissionais, é um problema que encontra sua origem na ineficiência do sistema de ensino superior brasileiro. Contudo, as consequências deste desequilíbrio atingem diretamente a capacidade da indústria nacional de TIC de realizar o seu potencial pleno de crescimento.

Ao analisarmos as estatísticas da indústria de TIC de Pernambuco<sup>3</sup> verificaremos que para cada 1% (um) ponto percentual de crescimento da receita bruta agregada do setor, ampliamos em 0,7% (zero vírgula sete) ponto percentual a expansão da oferta de postos de trabalho. Considerando que temos crescido a uma taxa real média de 10,3% (dez vírgula três por cento) nos últimos 04 (quatro) anos estamos expandido a oferta de postos de trabalho em

---

<sup>3</sup> Indicadores de Tecnologia da Informação e Comunicação de Pernambuco – ITIC - CONDEPE, 2003

aproximadamente 7,4% (sete vírgula quatro por cento) ao ano, ou seja, em números absolutos temos a seguinte situação: formamos em torno de 240 profissionais por ano<sup>4</sup> em Pernambuco e contratamos, em tese, mais de 700 novos profissionais por ano. Tal situação não é sustentável e representa um grande risco a nossa estratégia de fortalecimento da indústria local de TIC.

Os aspectos citados acima mostram apenas o lado quantitativo do problema sem levar em consideração os problemas qualitativos de nossa força de trabalho. Apesar deste quadro os profissionais Pernambucanos são considerados pelo mercado como altamente qualificados e se configuram como um dos principais diferenciais competitivos de nossas empresas.

Assim decidimos mobilizar parceiros para pensarmos em soluções de curto prazo e também atrair Instituições de Ensino Superior - IES para o Porto Digital de forma a aproximá-las do ambiente produtivo. Em 2005 tivemos a chegada da Faculdade Boa Viagem e da UNIBRATEC que já estão trabalhando em parceria com as empresas.

O ponto negativo em 2005, em nível de ação mitigadora, foi a não retomada do Fundo de Capital Humano - FCH, conforme acordado com o Conselho de Administração do Porto Digital. Apesar de várias tentativas não conseguimos viabilizar os recursos financeiros para reabertura do FCH, tornando infértil esta ação.

Apesar dos bons resultados das empresas, da estratégia de marketing do Porto Digital não conseguimos atender integralmente a demanda por áreas qualificadas para instalação de empresas na Ilha do Recife. Esta situação continua a nos preocupar, pois apesar de termos evoluído significativamente na oferta de espaço qualificado, alavancada principalmente pelo estabelecimento de alianças com empreendedores imobiliários, a demanda continua a superar a nossa capacidade de entrega no curto prazo. Foi feita uma análise dos riscos decorrentes da manutenção deste cenário no médio prazo, assim como estudos para elaboração de alternativas de mitigação contratados. As soluções encontradas como resultado destes esforços, ganharam status de operação estratégica para o próximo período.

As atividades da área de Tecnologia Social continuaram com o bom desempenho. No ano de 2005 continuamos com as atividades do projeto INFORMAR, que vem se tornando referência no País, a ampliação do escopo das atividades da biblioteca do Porto Digital e a elaboração e implementação de dois novos projetos.

---

<sup>4</sup> Dados disponíveis no site do MEC

Em resumo os pontos altos da área foram:

**Agência Informar Pilar** funcionando durante todo o ano, com a gestão cada vez mais nas mãos dos jovens e com o número de clientes aumentando;

**Agência Informar Peixinhos** começando a funcionar;

Jovens egressos do **Na Rede** (novo projeto) criaram 2 unidades de negócios para prestação de serviços na área de Web Design (este resultado não havia sido previsto no projeto), já têm mais de 5 clientes no momento;

Crianças do **Livronauta** com melhora no rendimento escolar (verificado tanto nas notas quanto nas entrevistas com os professores) e com aumento significativo no número de empréstimos de livros realizados na Biblioteca.

As atividades relativas ao fortalecimento institucional da organização Núcleo de Gestão do Porto Digital focaram suas ações na revisão das práticas gerenciais e na constante busca por maior eficiência da estrutura de custos da operação e também no desenvolvimento e capacitação de nosso capital humano.

Os principais resultados destas atividades foram: o alinhamento dos processos organizacionais das práticas aplicadas pelas normas ISO, objetivando aumentar a qualidade da prestação dos serviços prestados pelo NGPD e a revisão do plano de negócios do NGPD adequando-o as novas oportunidades geradas pelo significativo crescimento no número de colaboradores e de empresas do ambiente de negócios do Porto Digital.

O panorama descrito acima demonstra que o Porto Digital se consolidou como o principal Arranjo Produtivo Local de TIC do País e também marca o início de seu processo de internacionalização. Assim os principais desafios que se colocam para os próximos anos é a solução da oferta imobiliária na ilha do Recife, a busca pela auto-sustentabilidade e o aumento da competitividade das empresas embarcadas do Porto Digital. É para dar respostas as este desafios que trabalharemos em 2006.

**Valério Veloso**  
**Diretor Presidente**  
Núcleo de Gestão do Porto Digital

## **PROJETOS/INDICADORES, ATIVIDADES e METAS**

### **Área Estratégica 1 – Investimentos Imobiliários:**

<b>PROJETOS</b>	<b>ATIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESULTADO</b>
1- ITBC	Retomar, em parceria com o SOFTEX, as obras do ITBC encontrando fontes alternativas de financiamento ao empreendimento.	Retomada das obras do ITBC	Obra não retomada
2- Novo Condomínio empresarial	Estruturar uma parceria com investidores do mercado imobiliário local para a construção ou reforma de um edifício/Galpão.	Começar a conversão de 3.000 m <sup>2</sup> de área em espaço qualificado na ilha do Recife	Parceria estabelecida e obra em andamento



Comentários:

### **Projeto 1**

O SOFTEX, parceiro da atividade, continua aguardando do BNDES a aprovação do projeto de financiamento para o empreendimento, contudo em 2005 realizamos um estudo de avaliação da situação em que se encontra a obra e também foi feita uma revisão do projeto de infra-estrutura assim como atualizado os preços da planilha de custos da obra. Este trabalho nos permite reiniciar a obra com segurança logo após a aprovação do projeto aprovado pelo banco.

### **Projeto 2**

Está sendo desenvolvido um empreendimento na área sul da ilha que colocará no mercado aproximadamente 5.000 m<sup>2</sup> em 2007.

## **Área Estratégica 2 – Marketing e Comunicação**

<b>PROJETOS</b>	<b>ATIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESULTADO</b>
3 - Atração de novas empresas	Em 2005 queremos chegar ao número de 100 empreendimentos embarcados, para que isto aconteça será dada continuidade às ações de M&C que vinham sendo desenvolvidas (estudos de marca e inserção na mídia nacional, participação em fóruns e eventos nacionais e internacionais, etc.).	17 novos empreendimentos	25 novos empreendimentos
4 - Novo Portfólio de produtos e serviços do NGPD	Realização de pesquisas para identificação do perfil da comunidade de colaboradores do Porto Digital e estruturação de produtos e serviços focados neste público. Utilizando o valor da marca "Porto Digital".	Estruturação do Portfólio do NGPD e colocação no mercado de 04 novos produtos e prestação de novos serviços aos clientes do Porto Digital.	02 novos produtos colocados no mercado

Comentários:

### **Projeto 3**

Este projeto teve um resultado significativamente maior que a meta estabelecida graças ao crescimento das empresas já embarcadas e a atração de parceiros de negócios para o PD e demonstra que o trabalho de marca e reputação realizada pela área de marketing manteve o seu alto nível de qualidade.

### **Projeto 4**

Em função do atraso de 03 meses na entrega da pesquisa sócio econômica que encomendamos só foi possível estruturar e lançar 02 produtos em 2005 o cartão de relacionamento Farol e o periódico Diário de Bordo.

### **Área Estratégica 3 – Tecnologia Social**

<b>PROJETOS</b>	<b>ATIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESULTADOS</b>
5 - Programas de inclusão social através dos uso das TICs	Elaborar e gerir novos programas de inclusão social que beneficiem jovens e adolescentes desfavorecidos da comunidade de baixa renda da Ilha do Recife	02 novos programas que beneficiem 80 jovens e adolescentes	02 novos programas em execução beneficiando 252 jovens e adolescentes.
6- Sistematização de práticas inclusivas	Desenvolver métodos e processos de extração de valor das práticas gerenciais dos programas sociais geridos pelo NGPD de modo a convertê-las em novas tecnologias social.	02 novas tecnologias sociais	02 novas tecnologias sociais sistematizadas
7- Replicação de novas tecnologias sociais	Replicar as tecnologias sociais desenvolvidas no PD para organizações que desenvolvam projetos de inclusão social	Replicar as tecnologias sociais para 02 organizações no Brasil.	Meta não cumprida

Comentários:

### **Projeto 5**

Em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Social do Estado de Pernambuco e com o Bandepe iniciamos em 2005 a execução do programa Livronauta e do Programa na Rede.

### **Projeto 6**

Sistematizamos duas novas práticas sociais do programa INFORMAR e as transformamos em tecnologias sócias prontas para serem replicadas para outros programas no Brasil e no mundo.

### **Projeto 7**

Nos faltou a infra-estrutura adequada para dar suporte ao cumprimento desta atividade então avaliamos que os riscos envolvidos eram muito altos e optamos por não executar este projeto.

## **Área Estratégica 4 – Financiamento às Empresas Embarcadas**

<b>PROJETOS</b>	<b>ATIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESULTADOS</b>
8 - Fundo de Capital Humano	Estabelecer novas parcerias com instituições de fomento e apoio as pequenas e médias empresas com objetivo de re-financiar o FCH	Modernizar e Reativar o Fundo de Capital Humano	Meta não cumprida
9 - Programa Juro Zero	Substituir o Programa do Fundo de aval com o Banco do Nordeste por este novo instrumento em parceria com a FINEP e o C.E.S.A.R	Liberação de R\$3.5 milhões em financiamento às PME's de TIC do PD	Meta não cumprida
10 - Fundo de Incentivos Financeiros do ISS	Em parceria com a PCR, ASSESPRO e SOFTEX transformar o incentivo financeiro em incentivo fiscal do ISS reduzindo o tempo de recebimento dos recursos pelas empresas e reduzindo a burocracia do instrumento.	35 novos projetos aprovados	27 novos projetos aprovados
11- PSI	Em parceria com o SEBRAE e com a APEX dar continuidade PSI de software da indústria de TIC local	Exportações de produtos e serviços no valor de US\$ 3 milhões	Exportações no valor de US\$ 5 milhões

Comentários:

### **Projeto 8**

Não conseguimos viabilizar junto ao CNPQ, FINEP e Governo do Estado os recursos financeiros para a reativação do Fundo de Capital Humano. Esperamos para 2006 em parceria com as empresas embarcadas e instituições de ensino superior executar este importante projeto.

### **Projeto 9**

A implementação do Programa Juro Zero estava programada para o mês de julho de 2005, contudo ocorreu um atraso nos trâmites da FINEPE de forma que só começamos a implementação do Programa em dezembro de 2005 não havendo tempo suficiente para a liberação dos recursos.

### **Projeto 10**

A legislação municipal que regulamenta o incentivo financeiro do ISS para empresas do Porto Digital apresentou alguns problemas que afetaram o seu bom funcionamento assim algumas empresas preferiram manter o seu faturamento em cidades vizinhas que em seus julgamentos apresentavam regras mais simples.

### **Projeto 11**

O PSI foi concluído em dezembro de 2005 e apesar de o modelo não ter se mostrado como o mais eficiente para apoiar as empresas em seu esforço para a exportação de serviços e produtos os resultados das vendas ficaram acima do esperado.

## Área Estratégica 5 – Desenvolvimento Organizacional do NGPD

PROJETOS/INDICADORES	ATIVIDADES	METAS	RESULTADOS
12 - Plano de Negócios do NGPD	Desenvolver um plano de negócios focados na rentabilização de nossos ativos e do novo portfólio de produtos e serviços	Elaborar e implementar o Plano de negócios	Não concluído
13 - Plano de aperfeiçoamento organizacional	Desenvolver e implantar um plano de aperfeiçoamento organizacional com vistas ao incremento do desempenho da organização e sua gestão.	Elaborar e implementar o plano de aperfeiçoamento organizacional.	Plano elaborado
14 - Custo de Pessoal (Folha e Treinamento)	Capacitar treinar e remunerar a equipe de colaboradores do NGPD	Manter o custo de pessoal abaixo dos <b>30%</b> do orçamento do Contrato de gestão.	Custo de pessoal ficou em <b>23%</b> do orçamento
15 - Geração de recursos próprios e captação de recursos fora do contrato de gestão	Buscar receitas através de projetos e outras formas de captação, visando à ampliação da escala e escopo das ações do Porto Digital.	Gerar receitas que superem o orçamento do contrato de gestão em <b>150%</b>	As receitas superaram os <b>230%</b> do orçamento do Contrato de Gestão
16 - Cobertura dos custos e despesas indiretas para consecução do plano de trabalho (overhead)	Financiar as despesas administrativas e operacionais relativas ao cumprimento das metas deste plano	Manter estes custos e despesas abaixo dos <b>11%</b> do orçamento do contrato de gestão.	As despesas de overhead ficaram em <b>11%</b>



Comentários:

### **Projeto 12**

O plano de negócios do NGPD ainda está sendo desenvolvido pois ainda precisamos que alguns estudos de mercado sejam concluídos para podermos finalizar o PN, embora este atraso não acarrete em prejuízos para o NGPD já que continuamos operando sob a orientação do plano elaborado em 2004.

### **Projeto 13**

Foi feita uma ampla revisão dos processos operacionais do Núcleo de Gestão do Porto Digital e como resultado em 2006 será feita uma revisão do regimento interno da organização assim como de suas normas internas com o objetivo de adequá-las ao novo modelo gerencial que foi adotado desde 2003.

### **Projeto 14**

Apesar de alguns gastos relativos ao desligamento de alguns colaboradores em 2005 conseguimos manter o custo de pessoal sob controle inclusive realizando alguma economia. O motivo principal deste resultado se dá ao fato de termos conseguido em 2005 compartilhar o overhead do NGPD por mais de uma fonte de receita o que nos permitiu operar com alguma folga em relação ao ano de 2004.

### **Projeto 15**

O resultado apresentado advém do aumento dos projetos contratados com a FINEP e Governo do Estado e do crescimento de 15% na geração de receita própria do Núcleo de Gestão do Porto Digital a partir da venda de serviços e operações no mercado financeiro.

### **Projeto 16**

Mantivemos as despesas indiretas de nossa atividade, overhead, conforme contratado. Apesar de termos aumentado a eficiência dos custos do Núcleo de Gestão do Porto Digital, melhorando a estrutura de custos fixos da operação, o ano de 2005 foi de expansão da atividade o que naturalmente pressionou os custos e despesas para cima então levando em consideração este fato a manutenção do overhead em 11% pode ser considerados um bom resultado.

## **EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

<b>ORÇAMENTO PROJETADO 2005</b>		
<b>ÁREAS ESTRATÉGICAS</b>	<b>ALOCÇÃO DOS RECURSOS (R\$)</b>	<b>DISTRIBUIÇÃO ORÇAMENTÁRIA (%)</b>
Investimentos Imobiliários	750.000	40%
Marketing & Comunicação	154.800	10.6%
Tecnologia Social	30.000	1.4%
Financiamento às Embarcadas	280.000	15 %
Desenvolvimento Organizacional (Incluídas as despesas de Pessoal e "Overhead")	620.623	33%
	1.835.423	100%

<b>ORÇAMENTO EXECUTADO 2005</b>			
<b>ÁREAS ESTRATÉGICAS</b>	<b>ALOCÇÃO DOS RECURSOS (R\$)</b>	<b>EXECUÇÃO 2005 (R\$)</b>	<b>ALOCÇÃO</b>
Investimentos Imobiliários	750.000	19.050	2%
Marketing & Comunicação	154.800	286.989	24%

Tecnologia Social	30.000	35.610	3%
Financiamento às Embarcadas	280.000	-	-
Desenvolvimento Organizacional (Incluídas as despesas de Pessoal e "Overhead")	620.623	855.496	71%
	1.835.423	1.180.000	100%