# Estimativa de Mercado e Viabilidade Econômica

A estimativa de mercado é uma ferramenta essencial no processo de análise de viabilidade econômica de um projeto ou negócio. Ela consiste em identificar e quantificar o público potencial interessado em determinado produto ou serviço, considerando variáveis como demanda, concorrência, localização, perfil do consumidor e capacidade de fornecimento. No contexto da economia de mercado, onde a livre concorrência e a dinâmica da oferta e demanda orientam decisões empresariais, a estimativa de mercado torna-se uma etapa estratégica para minimizar riscos e orientar investimentos.

A correta estimativa de mercado permite prever receitas potenciais, dimensionar a operação, planejar marketing e justificar economicamente a implementação de um sistema, produto ou serviço. Para projetos tecnológicos, como soluções de software, plataformas com inteligência artificial ou serviços digitais, essa análise é ainda mais relevante, pois envolve um cenário competitivo em constante evolução e com margens de incerteza mais elevadas.

A estimativa de mercado deve considerar três dimensões principais: o mercado total disponível (TAM – Total Addressable Market), o mercado disponível ao serviço (SAM – Serviceable Available Market) e o mercado-alvo atingível (SOM – Serviceable Obtainable Market). Esses conceitos permitem entender não apenas o tamanho da oportunidade, mas também a parcela que o negócio realmente pode conquistar, de acordo com sua capacidade operacional, diferenciais competitivos e estratégias de entrada.

Além da estimativa quantitativa, é necessário realizar uma análise qualitativa, considerando fatores econômicos como renda média da população-alvo, tendências de consumo, barreiras de entrada, políticas públicas, e tecnologia disponível. Segundo Dornbusch, Fischer e Startz (2010), decisões de produção e investimento devem ser fundamentadas na interação entre custo, demanda e concorrência — três pilares que estão diretamente relacionados à estimativa de mercado.

No caso de produtos digitais ou soluções tecnológicas, como o sistema de suporte com IA que é tema deste projeto, deve-se considerar também dados como: número de empresas que atuam com infraestrutura de T.I. na região ou segmento-alvo; tendência de automação de processos e adoção de IA; capacidade financeira das empresas para contratar soluções tecnológicas; modelos de negócios utilizados no setor (assinatura, licença, sob demanda).

Estudos de mercado, como os realizados pelo SEBRAE (2020), apontam que a falta de planejamento de mercado e validação da demanda está entre as principais causas de fracasso de novos negócios. Portanto, a estimativa de viabilidade vai além da intuição — ela exige dados concretos e análise técnica para garantir que o projeto seja financeiramente sustentável.

Referências Bibliográficas:  
DORNBUSCH, Rudiger; FISCHER, Stanley; STARTZ, Richard. Macroeconomia. 10. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2010.  
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.  
SEBRAE. Estudo de Mercado: como fazer. Brasília: Sebrae Nacional, 2020. Disponível em: https://www.sebrae.com.br