

UNEB - UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA

AURELICIO PEREIRA

LUIZ SACRAMENTO

VICTOR ROSA

PLANEJAMENTO DA EMPRESA DoSoft

SALVADOR, BA

2024

AURELICIO PEREIRA

LUIZ SACRAMENTO

VICTOR ROSA

PLANEJAMENTO DA EMPRESA DoSoft

O Planejamento Estratégico é uma atividade do componente curricular obrigatório apresentada no Curso de Graduação em Sistemas de Informação da universidade UNEB Campus I, como requisito parcial à obtenção da aprovação da disciplina empreendedorismo.

ORIENTADOR: EGNALDO BARBOSA

SALVADOR, BA

2024

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. A DoSoft

3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1. Missão

3.2. Visão

3.3. Objetivos

3.4. Macroambiente

3.4.1 Fatores sociais

3.4.2 Fatores econômicos

3.4.3 Governo

3.4.4 Inovações tecnológicas

3.5. Microambiente

3.5.1. Consumidores

3.5.2. Fornecedores

3.5.3. Concorrentes

3.5.4. Agências regulamentadoras

3.6. SWOT/FOFA

3.7. Cenários futuros

3.8. Estratégias

3.9. Modelo canvas

4. CONCLUSÃO

REFERÊNCIAS

1. INTRODUÇÃO

A construção do projeto durante a disciplina de Empreendedorismo, no 8º semestre, tem como principal objetivo aplicar na prática os conceitos e ferramentas de planejamento estratégico para desenvolver um empreendimento fictício. O foco principal é entender e experimentar os primeiros passos do processo de criação e crescimento de uma organização simulada.

O projeto "DoSoft" propõe não só criar soluções de software inovadoras, mas também oferecer serviços de consultoria especializada. Essa abordagem completa permite ao projeto atender às diversas necessidades dos supostos clientes, não apenas fornecendo produtos, mas também ajudando-os em suas jornadas digitais simuladas.

Dessa forma, o projeto DoSoft representa uma filosofia de negócios centrada na inovação, excelência e compromisso com a satisfação do cliente. Através do uso estratégico do planejamento, não estamos apenas construindo um projeto de sucesso, mas também contribuindo para o desenvolvimento e crescimento sustentável do mercado de tecnologia da informação.

2. A DoSoft

A DoSoft, uma empresa dedicada à inovação através, foi projetada no contexto do curso de Empreendedorismo, nosso objetivo é transcender as barreiras do convencional e oferecer soluções tecnológicas que não apenas atendam, mas superem as expectativas dos nossos clientes.

3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico de uma companhia é extremamente relevante, não somente para estabelecer metas de longo prazo e estratégias, mas também para assegurar que essas ações sejam conduzidas de forma ética e responsável. Ética nos negócios não é apenas uma opção, mas sim um ponto crucial para o sucesso sustentável de uma organização. “[...] *A ética pelo Bem Comum preocupa-se com o resultado das ações, e não com a aparente virtude das ações primordialmente ditas -isto é, um foco no bem comum para o maior número de pessoas*” (Ghillyer, 2014, p. 27). Partindo desse princípio, buscou-se conduzir o planejamento estratégico, é imprescindível levar em conta não somente os aspectos financeiros e operacionais, mas também os efeitos éticos de cada decisão.

O planejamento estratégico ético vai muito mais do que apenas buscar lucro a qualquer custo. Envolve a análise dos efeitos das atividades da organização nas pessoas, clientes, comunidades locais e meio ambiente. Prestar atenção às decisões que propiciem a equidade, a clareza, e o respeito aos direitos humanos em todas as áreas de atuação da organização.

Além disso, esse planejamento estratégico ético inclui a definição de metas e objetivos que vão além do sucesso financeiro, considerando também o impacto social. Avaliar o progresso da empresa não se limita apenas ao lucro, mas também ao seu compromisso com a responsabilidade social corporativa e o progresso sustentável.

Em suma, a ética nos negócios deve ser o foco de todo o processo de planejamento estratégico de uma companhia. Ao adotar uma abordagem ética, a companhia não somente fortalece sua imagem e relacionamento com os seus clientes, como também cria uma base sólida para o crescimento e o sucesso a longo prazo, garantindo que suas atividades estejam de acordo com os mais altos padrões de ética.

3.1. MISSÃO

Nosso propósito é simples: utilizar produtos de software como ferramenta para transformar ideias em realidade. Buscamos constantemente desafiar o status quo e promover o avanço tecnológico, contribuindo assim

para o crescimento e desenvolvimento das empresas e da sociedade como um todo.

3.2. VISÃO

Se tornar referência entre as empresas de solução de software e consultoria, no Brasil.

3.3. OBJETIVOS

Atuar e expandir a presença geográfica com as operações da DoSoft para as principais cidades do Brasil, atingindo novos mercados ou regiões ao longo dos próximos cinco anos, até 2029, diversificando a base de clientes e aumentando a receita.

3.4. MACRO AMBIENTE

3.4.1 Fatores sociais

As tendências sociais exercem um papel crucial na demanda pelos serviços da DoSoft. Mudanças demográficas, como o envelhecimento da população e as migrações urbanas, têm o potencial de influenciar diretamente as necessidades e expectativas. Além disso, as flutuações econômicas, como as taxas de juros, inflação, desemprego e políticas fiscais, podem afetar significativamente o poder de compra do público-alvo da DoSoft.

Em Salvador, Bahia, o desenvolvimento de software não está intrinsecamente ligado à qualidade de vida, sendo escassa a busca por equilibrar produtividade com bem-estar dos colaboradores. Investimentos em saúde não são muito priorizados, para promover programas de prevenção e assistência médica para os funcionários e suas famílias. A responsabilidade social e ambiental deveria ser uma preocupação constante, refletida em práticas sustentáveis e apoio à comunidade local, o que não é possível notar com constância. As relações de trabalho devem ser pautadas pelo respeito, transparência e oportunidades de crescimento, fomentando um ambiente colaborativo e inclusivo, mas possuímos inúmeros registros de assédio no meio de trabalho de soluções de software. A rica cultura baiana inspira a criatividade e inovação, enriquecendo o desenvolvimento de software com diversidade e autenticidade, então é um ambiente muito oportuno para florescer nossa

iniciativa.

3.4.2 Fatores econômicos

As taxas tributárias para o desenvolvimento de software em Salvador, Bahia, variam de acordo com o regime tributário adotado pela empresa. No Simples Nacional, as alíquotas podem variar de 6% a 33%, dependendo do faturamento anual. Para o Lucro Presumido, a alíquota do IRPJ é de 15%, e a CSLL é de 9%. Já no Lucro Real, as alíquotas são de 15% para o IRPJ e de 9% para a CSLL. Além disso, as empresas podem estar sujeitas ao PIS e COFINS, com alíquotas que variam de 0,65% a 3,65%. O ICMS, imposto estadual, varia de 17% a 18% para operações internas e 4% para operações interestaduais. O ISS, imposto municipal, tem uma alíquota média de 5%, mas pode variar conforme a legislação local. Consultar um contador é essencial para entender as taxas específicas e garantir conformidade com a legislação tributária em constante mudança.

3.4.3 Governo

Por outro lado, as políticas governamentais, regulamentações e legislações desempenham um papel crucial nas operações da DoSoft. Isso engloba uma variedade de aspectos, desde a proteção de dados e a conformidade com os padrões de segurança cibernética até as regulamentações fiscais e trabalhistas.

3.4.4 Inovações tecnológicas

Novas soluções emergentes, como inteligência artificial, computação em nuvem, internet das coisas (IoT) e blockchain, oferecem oportunidades tanto para desenvolver novos produtos e serviços quanto para aprimorar os já existentes. No entanto, é essencial que a DoSoft esteja constantemente atenta a essas mudanças para evitar a obsolescência e manter sua competitividade no mercado em constante evolução.

3.5. MICROAMBIENTES

3.5.1 Consumidores

Os consumidores da DoSoft são indivíduos e empresas que valorizam soluções tecnológicas personalizadas e de alta qualidade. São pessoas e organizações que buscam inovação, eficiência e excelência em cada interação digital. Desde startups em busca de uma vantagem competitiva até grandes corporações em busca de soluções escaláveis, os consumidores da DoSoft confiam em nossa expertise para atender às suas necessidades específicas. Nosso compromisso com a satisfação do cliente e a entrega de resultados excepcionais faz com que nossos consumidores confiem em nós como parceiros de confiança em sua jornada tecnológica.

3.5.2 Fornecedores

Os fornecedores da DoSoft são parceiros essenciais que compartilham nosso compromisso com a excelência e a inovação. São empresas e indivíduos que fornecem os recursos, tecnologias e serviços de alta qualidade que nos permitem criar soluções tecnológicas excepcionais para nossos clientes. Valorizamos relacionamentos de longo prazo baseados na confiança, transparência e colaboração mútua. Ao trabalhar em estreita colaboração com nossos fornecedores, buscamos constantemente otimizar nossa cadeia de suprimentos e garantir a entrega consistente e oportuna de produtos e serviços de alto padrão.

3.5.3 Concorrentes

Nossos concorrentes na indústria de tecnologia são fontes de inspiração e motivação contínua para a DoSoft. Compreendemos que a concorrência impulsiona a inovação e nos desafia a elevar constantemente nossos padrões de qualidade e serviço. Respeitamos nossos concorrentes como partes integrantes de um ecossistema dinâmico, onde a diversidade de abordagens e perspectivas enriquece o mercado como um todo. Embora busquemos destacar nossas próprias qualidades distintivas, também reconhecemos e aprendemos com os pontos fortes de nossos concorrentes. Nossa abordagem é focada no aprimoramento contínuo,

visando sempre oferecer aos nossos clientes as melhores soluções e experiências possíveis no cenário tecnológico.

3.5.4. AGÊNCIAS REGULAMENTADORAS

Agências Regulamentadoras, são órgãos públicos e/ou não governamentais, federais, estaduais e municipais que fiscalizam, regulam e monitoram as atividades das empresas e demais organizações, baseados em legislações e regulamentos, ex.: Receita Federal, Secretarias de Saúde, Educação, de Fazenda Estadual e também outras Municipais ... Ministério Público, do Trabalho, Marco Regulatório de Internet, LGPD, Vigilância Sanitária, OSCIP etc.

3.6. SWOT/FOFA

Forças:

- 1. Responsabilidade Social:** A Dosoft terá um compromisso sólido com a responsabilidade social, participando ativamente de iniciativas de sustentabilidade, projetos comunitários e responsabilidade ambiental, o que contribui para uma imagem positiva da empresa e para o engajamento dos funcionários.
- 2. Abordagem Holística para os Clientes:** A empresa adota uma abordagem holística para atender às necessidades dos clientes, oferecendo soluções personalizadas e suporte abrangente ao longo do ciclo de vida do produto, resultando em altos níveis de satisfação do cliente e fidelidade à marca.
- 3. Avanço Tecnológico:** A Dosoft almeja estar na vanguarda do avanço tecnológico, constantemente investindo em pesquisa e desenvolvimento para oferecer produtos inovadores e soluções de ponta aos clientes, mantendo-se competitiva no mercado e impulsionando o crescimento da empresa.

Fraquezas:

- 1. Dependência de Terceiros:** A Dosoft pode depender excessivamente de fornecedores externos para componentes cruciais de seus produtos ou serviços.

2. **Escalabilidade Limitada:** A companhia pode enfrentar dificuldades se a equipe ou a cultura organizacional apresentarem resistência à mudança, dificultando a implementação de novas táticas para se manter competitiva.

Oportunidades:

1. **Expansão para Novos Mercados:** A DoSoft pode explorar oportunidades de crescimento expandindo para novos mercados geográficos ou verticais.

2. **Parcerias com Startups:** Estabelecer parcerias com startups pode permitir à empresa oferecer soluções inovadoras e alcançar novos públicos.

Ameaças:

1. **Lacuna de Habilidades Tecnológicas:** A organização pode enfrentar obstáculos para encontrar e manter profissionais com competências específicas, o que pode limitar sua capacidade de acompanhar os avanços e necessidades do mercado.

2. **Dependência de Parceiros Tecnológicos:** A confiabilidade e disponibilidade de fornecedores externos de recursos e plataformas podem afetar negativamente suas atividades e capacidade de entrega.

3.7. CENÁRIOS FUTUROS

À medida que nós olhamos para o futuro, a DoSoft percebe uma oportunidade emocionante para compartilhar seu conhecimento e experiência, ampliando seu impacto para além das fronteiras da companhia. A DoSoft pretende ser não apenas uma referência no desenvolvimento de soluções inovadoras, mas também uma referência no treinamento e mentoria de outras companhias, capacitando-as a atingir níveis semelhantes de excelência e sucesso.

Numa perspectiva otimista, a DoSoft criará um programa de treinamento e capacitação completo, oferecendo cursos especializados, workshops e recursos de aprendizado sob medida para companhias que desejam aprimorar suas habilidades e conhecimentos. Assim, notamos um conjunto vibrante de empresas, atraídas pela abordagem pioneira da DoSoft, que se sobressaem como líderes em suas respectivas áreas.

No entanto, em um cenário adverso, reconhecemos os obstáculos e dificuldades que podem surgir ao tentar capacitar outras organizações. É

possível enfrentar obstáculos à mudança, carência de recursos ou mesmo a concorrência direta de outras empresas que buscam oferecer serviços similares. No entanto, a DoSoft está disposta a superar esses desafios, usando sua experiência e reputação para se posicionar como um parceiro de confiança e um agente de transformação para companhias de todos os tamanhos.

3.8. ESTRATÉGIAS

- Expandir a base de clientes: Aumentar o número de clientes atendidos pela DoSoft em 50% dentro dos próximos dois anos, através de estratégias de marketing direcionadas e desenvolvimento de relacionamentos com potenciais clientes.
- Melhorar a satisfação do cliente: Atingir um índice de satisfação do cliente de pelo menos 90% até o final do próximo ano, implementando processos de feedback e aprimorando continuamente os serviços prestados pela DoSoft.
- Desenvolver novos produtos ou serviços: Lançar pelo menos 25 novos produtos ou serviços inovadores nos próximos três anos, em resposta às demandas do mercado e às necessidades identificadas dos clientes.
- Investir em pesquisa e desenvolvimento: Destinar uma porcentagem específica do faturamento anual para atividades de pesquisa e desenvolvimento, visando à criação de soluções de ponta e à manutenção da competitividade da DoSoft no mercado, tendo a inteligência artificial como artefato a ser mirado nesses investimentos.
- Expandir a presença geográfica: Estabelecer uma presença em novos mercados ou regiões, expandindo as operações da DoSoft para além da área atual de atuação, com o objetivo de diversificar a base de clientes e aumentar a receita.
- Aumentar a eficiência operacional: Reduzir os custos operacionais em 25% nos próximos dois anos, implementando práticas de gestão eficientes, otimizando processos internos e identificando áreas de desperdício ou ineficiência.

3.8. MODELO CANVAS

Parcerias Chave Softwares complementares, como gestão de ponto, gestão financeira, gestão da inovação	Atividades chave Desenvolvimento de software e prestação de serviço	Proposta de valor Processos automatizados, organização, economia de tempo, inteligência artificial	Relacionamento com o cliente Transparência e confiança	Segmentos de clientes Médias e grades empresas
	Recursos chave Infraestrutura de TI, profissionais capacitados, grande base de usuários		Canais de venda Marketing digital: redes sociais, e-mail marketing	
Estrutura de custos Infraestrutura		Fontes de receita Assinatura do software, contratação de mentoria		

4. CONCLUSÃO

À medida que concluímos nossa análise dos cenários futuros, fica claro que a DoSoft está bem posicionada para enfrentar os desafios e capitalizar as oportunidades que o futuro reserva. Reconhecemos a importância de permanecer ágeis e adaptáveis diante das mudanças do mercado, enquanto continuamos a priorizar a inovação, a qualidade e a satisfação do cliente.

Independentemente dos desafios que possam surgir, estamos confiantes em nossa capacidade de superá-los com determinação e foco em nossos objetivos estratégicos. Continuaremos a investir em nossas pessoas e parcerias para impulsionar o crescimento sustentável da DoSoft e garantir nosso papel como líderes no mercado da informação.

Estamos empolgados com o que o futuro reserva e comprometidos em aproveitar ao máximo as oportunidades que surgirem. Com uma visão clara, uma equipe dedicada e uma cultura de inovação, estamos prontos para enfrentar os desafios do amanhã e construir um futuro de sucesso duradouro para a DoSoft.

REFERÊNCIAS

GHILLYER, A. W. **Ética nos Negócios**. 4. ed. [S.l.]: AMGH, 2014. 27p. INIMÁ

INIMÁ JÚNIOR; RIBEIRO, I. **Planejamento estratégico**: Um estudo teórico da importância do planejamento estratégico para as organizações. Qualia: a ciência em movimento, v. 6, n. 2, julho 2020. Disponível em:

<<https://revistas.unifan.edu.br/index.php/RevistaCSA/article/view/766>>

Acesso em 14 mar de 2024.

PAULO FILHO. **Afinal, o que é planejamento estratégico?** 2013.

Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/rae/a/SH8MnyV667BJ8J4bxdPPd5d/>>

Acesso em: 03 mar 2024>