



ISSN: 1696-8352  
BRASIL – NOVIEMBRE 2015

## **ASPECTOS METODOLÓGICOS PARA AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE MERCADO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA FÁBRICA DE SOFTWARE: ANÁLISE DA ESTRUTURA DE MERCADO E CONCORRENTES**

**Jimmy Richard de Sena Veiga**

SEMAS

[jimmysena@hotmail.com](mailto:jimmysena@hotmail.com)

**Jose Reinaldo Ferreira Carvalho**

SEMAS

[jcarvalho\\_fc@hotmail.com](mailto:jcarvalho_fc@hotmail.com)

**Heriberto Wagner Amanajás Pena**

DEVRY\_FACI/UEPA

[professorheriberto@gmail.com](mailto:professorheriberto@gmail.com)

### **Resumo**

O segmento de serviços atualmente é o ramo de negócios que mais cresce em termos de estabelecimento na economia brasileira, o estado do Pará também segue a mesma tendência, e a Região de Integração Guajará tem uma representatividade de mais de 65% do PIB gerado por este segmento. O crescimento das Fábricas de Software representa uma estratégia de investimento de negócios atrativa e produtiva por dois motivos: o enfrentamento de cenários de crise e pela tendência mundial deste segmento. Este artigo, a luz dos conhecimentos do mercado pretende em termos gerais, analisar metodologicamente os aspectos essenciais para o investimento neste setor/segmento de negócios. Especificamente, pretende-se identificar os principais nichos de mercado; caracterizar os pontos fortes e fracos da implantação da atividade e indicar a viabilidade de implantação da atividade. Atesta-se que existe viabilidade no segmento e que a tendência de mercado contribuiu para investimentos na indústria de software na Região Guajará.

**Palavras-Chave:** Software; Indústria; Segmento; Estudo de Mercado e Negócios.

## **Abstract**

The services segment is currently the line of business the fastest growing in terms of establishing the Brazilian economy, the state of Pará also follows the same trend, and Guajará Integration Region has a representation of over 65% of GDP generated by this segment. Growth in Software Factories is an attractive business investment strategy and productive for two reasons: coping with crisis scenarios and the global trend of this segment. This article, the light of market knowledge intended in general terms, methodologically analyze aspects essences for investment in this sector / business segment. Specifically, we intend to identify key market niches; characterize the strengths and weaknesses of the implementation of the activity and indicate the feasibility of implementation of the activity. It confirms that there is viability in the sector and the market trend contributed to investment in the software industry in the region Guajará.

**Key words:** Software; Industry; Segment; Market Research and Business.

## **1. INTRODUÇÃO**

O setor de serviços indiscutivelmente tem se caracterizado no Brasil como o principal receptor de novos negócios, e alguns fatores tendências tem ajudado fortemente o país a enveredar nesse quadro. A maior participação no produto e no emprego da economia nacional é oriunda deste setor, pois a maior diversificação caracterizada por inúmeros segmentos de atividade ampliam as possibilidades de negócios e possibilita a maior participação no produto interno bruto da economia brasileira.

Este quadro do produto não é privativo da economia nacional, pois no mundo globalizado as empresas do segmento de serviços, ou seja, as transnacionais são as que mais crescem, e todas ligadas ao segmento de tecnologia da informação-TI. Nesse sentido, as tendências internacionais do mercado correspondem à expansão de segmentos que produzem bens e serviços de alta tecnologia ou que prestam auxílio/consultoria de forma correlata ou de apoio a estes segmentos.

Atualmente o crescimento e o posicionamento competitivo no mercado dependem obrigatoriamente de empresas que ofereçam bens e serviços sintonizados com as tendências e o novo perfil dos consumidores. Esta exigência condiciona também a um novo perfil produtivo do segmento empresarial, que seria oferecer um pacote de bens e

serviços que dialoguem com a “reivindicação” cibernética do mercado, ou seja, mais uma vez o desenvolvimento de produtos esbarra na necessidade de ser inovador.

A inovação em termos deste século significa software ou programas diversos, ou ainda, aplicativos ou outros componentes deles derivados que irão caracterizar melhor o produto para a sua comercialização. Nesse sentido, diante das exigências atuais do mercado quanto: uma apresentação do produto associada a um serviço cibernético; a imagem de alta tecnologia; a necessidade das empresas em oferecer produtos quanto esta característica ou natureza. Quais são as características de mercado que devem estar presente nos negócios associados ao segmento da Indústria de Software?

Provisoriamente defende-se o segmento como um dos mais promissores do mercado, porque estão inseridos no segmento de serviços e a sua viabilidade estaria associado a condições de mercado ou características de mercado inovadoras, ligadas as tendências globais dos consumidores e associadas a um perfil cada vez mais cibernético do mercado. Este artigo em termos gerais analisa os aspectos estruturais de mercado para uma análise de viabilidade de implantação da Indústria de Software.

Este artigo além desta introdução esta organizado em 3 seções. A primeira caracteriza os elementos essenciais do plano de negócios aplicado ao segmento de “Indústria de Software”. A segunda parte são discutidos os elementos financeiros e de gestão do empreendimento e na seção apresenta-se as condições de viabilidade sobre o negócio da Industria de Software no mercado da Região Metropolitana do Guajará.

## **2. PRINCIPAIS ASPECTOS DO ESTUDO DE MERCADO**

### **2.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO**

Este plano de negócio visa criar uma fábrica de Software para atender empresas de pequeno, médio e grande porte. Além de oferecer serviços relacionados a projetos e desenvolvimento de Softwares, oferecemos também serviços de consultoria empresarial para pequeno médio e grande porte, Projetos de redes de computadores, roteadores e manutenção de servidores.

O Banco de dados da clientela base para a manutenção inicial do escritório já foi construído, tendo em vista os clientes já cadastrados e fieis aos sócio-profissionais que fundaram esse empreendimento. O capital inicial a ser investido é de 800 mil reais,

devidamente empregados para dispor de um conforto apropriado para seus colaboradores e funcionários.

Em termos financeiros, os principais indicadores para avaliação da viabilidade do negócio foram calculados segundo a evolução das margens de lucratividade e o tempo de retorno do investimento inicial aplicado. O ponto de equilíbrio estimado ficou no valor de R\$800.000,00 (oitocentos mil reais) em termos financeiros para os três primeiros anos do negócio.

Em termo da variável lucratividade, os indicadores apresentaram excelente resultado para o mercado, pois já no primeiro ano a taxa estimada ficou acima de 40% ao ano, bem acima do custo de oportunidade medida pela taxa básica de juros da economia (SELIC de 13,5% ao ano). Posteriormente a taxa de lucratividade se estabiliza e mantém-se a mesma para o Ano 2 e o Ano 3 (Tabela-1).

Tabela-1 Principais Indicadores de Viabilidade de Implantação do Segmento “Industria de Software”

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>
Ponto de Equilíbrio	R\$ 800.000,00	R\$ 800.000,00	R\$ 800.000,00
Lucratividade	40,10%	50,10%	50,10%
Rentabilidade	65,20%	68,18%	68,18%
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 6 meses		

Fonte: Cálculos do autor (2015)

Quanto ao indicador rentabilidade, os valores estimados são muito significativos apresentando taxa bem acima de um conjunto de atividades econômicas, o que reforça um cenário competitivo e promissor para esta atividade. O Pay Back do empreendimento foi de apenas 1 ano e 6 meses para recuperar todo o investimento inicial aplicado no negócio (tabela-1).

## 2.2 ANÁLISES DE MERCADO

Esta seção abordará os principais componentes da análise de mercado, levando em consideração o segmento de Software e suas especificidades na área de abrangência considerada para este artigo (Região de Integração Guajará). Os demais aspectos seguem os princípios básicos de aplicação do plano de negócios desenvolvidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

### 2.1.1 Estudo dos Clientes

- Público-alvo: comércio varejista em geral, comércio atacadista em geral, indústrias, órgão e empresas públicas.
- Comportamento dos clientes: clientes com vontade de tornar os processos internos das empresas mais ágeis e eficientes. Clientes que queiram melhorar sua produtividade e consequentemente a lucratividade. Clientes que necessitam se adequar a novas legislações. Clientes que queiram expandir seus negócios.
- Área de abrangência: Cidade de Belém e proximidades dentro do Estado do Pará, com vistas à expansão de nosso negócio.

Tabela-2 Análise da Estrutura de Mercado e Concorrência no Segmento de Software em Belém, Pa

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
BODYDREANS SOFTWARE E SERVIÇOS	BOA	COMPETITIVO	BOA	REGULAR	REGULAR	BOM
ABC DESENVOLVIMENTOS	BOA	ALTO	BOA	BOA	RUIM	BOM
CONSULTORIAS DADOS	BOA	COMPETITIVO	BOA	BOA	BOM	RUIM
MAXI'S INFORMÁTICA	BOA	ALTO	BOA	RUIM	BOM	BOM
CONSULVMEDIA	RUIM	BOM	BOA	BOA	RUIM	PÉSSIMO
MANDARIM.COM INFORMÁTICA	BOA	BOM	BOA	BOA	RUIM	BOM

Fonte: Resultados da Pesquisa (2015)

#### 2.1.1.1 Resultados da Matriz de Concorrência

Notadamente, as empresas analisadas, são de maneira são concorrentes à altura, entretanto possuem pontos fracos que em nossa empresa são bem dimensionados a ponto de serem diferencias competitivos quando comparadas às demais. O fato de possuímos contratos com empresas públicas e privadas por meio de concorrências abertas garante a seriedade e integridade de nosso trabalho.

### 2.3 PLANO DE MARKETING

O negócio refere-se à implantação de uma Fábrica de Software com Sede em Belém do Pará, tendo como principal motivador de seus idealizadores a grande quantidade de solicitações de desenvolvimento de softwares e sistemas de automações das mais diversas áreas de atuação no Mercado Paraense, além de atuar com consultoria empresarial.

Nossa Empresa busca por maior produtividade, qualidade e padronização dos processos de Engenharia de Software, redução nos custos, agregação de valor ao negócio, qualidade, e

ainda com boas perspectivas de exportação de serviço de software produto acabado, assim como o aumento de terceirização neste segmento de mercado.

### **2.3.1 Fatores Ambientais**

Com o objetivo de tornar nossa cidade fortalecida no mercado com o segmento de fabrica de software, consultoria empresarial seguindo todos os padrões de CMMI, engenharia de software, modelos RUP, XP e SCRUM e MPS.BR, implementando Coaching empresarial, houve a necessidade de efetuar uma análise ambiental de mercado e percebemos que a melhor solução seria fundir conhecimento de três profissionais das mais diversas áreas focadas no mesmo objetivo, oferecendo aos nosso clientes o que o mercado exige em matéria de informação.

Detalhando à problemática com a fusão de nossos conhecimentos e a concorrência, unindo nossa carteira de clientes tornando-os nossos melhores divulgadores, além de panfletos e sites com o objetivo de fidelizar nossa marca, percebemos que não haveria outra maneira de um começo promissor, pois o investimento seria alto. Contamos com uma estrutura a altura e confortável para garantir aos nossos clientes e parceiros uma segurança nessa atividade.

A pesquisa de mercado bem como as entrevistas executadas nos mais exigentes clientes de nossa região mostrou bem o caminho a percorrer com o mínimo de falhas possíveis. Descobriu-se que as falhas da concorrência poderiam facilmente ser solucionadas, uma vez que contamos com parceiros de experiência como MICROSOFT, ORACLE, IBM dentre outras.

### **2.3.2 Fatores Econômicos**

Com relação à economia brasileira estar aquecida, a demanda tecnológica aplicada no Estado, e como as empresas necessitam de mais informações em seus processos, com o objetivo de aumento de qualidade e redução de custos através da Informação. A oportunidade de oferecermos aos nossos clientes soluções eficazes a um custo diferenciado com ajuda nossos parceiros e de profissionais especializados.

### **2.3.3 Fatores Sócio-Culturais**

Diversas pesquisas indicam que a informação e os processos dentro da estrutura do cliente estão cada vez menos aproveitadas e desorganizadas devido ao seu volume, havendo a necessidade de uma solução apropriada em manipulação do Banco de dados, falta de integração entre os sistemas, estrutura física e ou, consultoria para percorrer uma estrada empresarial correta e como vivemos na era da informação, daremos vida e coerência para oferecer a nossos clientes um diferencial competitivo.

### **2.3.4 Fatores Políticos, Legais e Tecnológicos**

A EQUIPESoftware através de pesquisas observou que as condições legais, políticas e tecnológicas tinham pouco impacto sobre o seu tipo de negócio.

### **2.3.5 Concorrência**

Observados os aspectos a partir da cobrança dos softwares por pontos de funções por parte de nossa concorrência, passaremos a efetuar tal cobrança por módulos desenvolvidos contratados e consultoria empresarial, dessa maneira atingiremos a concorrência e firmaremos melhor fidelização.

### **2.3.6 Fatores Internos**

O ambiente Interno próprio conta com salas climatizadas, com equipamentos tecnológicos novos, um laboratório de informática para treinamentos, apresentações e reuniões equipado, wi-fi em todos os setores, garagem rotativa, pessoal qualificado de nível superior e médio, com vagas para menores aprendizes, uma estrutura de banco de dados atualizada de acordo com o mercado.

### **2.3.7 Definição do Público-Alvo**

A empresa EQUIPESoftware atenderá o comércio varejista em geral, comércio atacadista em geral, indústrias, órgão e empresas públicas na região metropolitana de Belém, e posteriormente expansão aos arredores.

### 2.3.8 Definição do Posicionamento de Mercado

Após uma pesquisa realizada por consultores especializados, a empresa EQUIPESOFTWARE decidiu iniciar seus serviços pelo banco de dados de seus clientes unificados durante o contrato de sociedade, começando pela região metropolitana de Belém e demais municípios, trabalhando periodicamente seus pontos fracos diante da concorrência e revertê-los.

### 2.3.9 Análise da Concorrência:

Dentro do segmento de mercado alguns elementos são essenciais para a comercialização e conquista de clientes, expansão de investimentos e posicionamento competitivo, entre os quais podemos citar: Os processos de Atuação; o Público-Alvo; Pontos Fortes; Pontos Fracos e Estratégias Utilizadas em cada segmento.

Tabela-3 Análise dos concorrentes e público-alvo do empreendimento de “Industria Software”

Informações	BODYDREANS SOFTWARE E SERVIÇOS	ABC DESENVOLVIMENTOS	CONSULTORIAS DADOS	MAXI'S INFORMÁTICA
Atuação	Municipal/Estadual	Municipal/Estadual	Municipais	Municipal/Estadual
Público-Alvo	Escritórios de contabilidade e Jurídicos privados, órgãos estaduais.	Órgãos Públicos municipais e Estaduais	Hospitais, farmácias e Laboratórios	Restaurantes e Órgãos Municipais
Pontos Fortes	Boa Localização; Pessoal qualificado;	Boa Localização; Pessoal qualificado Terceirizado;	Boa Localização; Pessoal Qualificado;	Ótima Localização; Pessoal qualificado;
Pontos Fracos	Não possui estacionamento Rotativo; Não possui Call Center Online;	Atendimento somente com agendamento ou por contrato assinado	Alta rotatividade de Não possui estacionamento	Trabalha somente com pessoal terceirizado.
Estratégias Utilizadas	Agrega descontos na indicação de Clientes; Entrevista, acompanhamentos e Produtos	Inclui promoções na internet e para clientes Novos	Não há	Orçamento Gratis; Promoções Diversas somente pelo

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

As quatro empresas com maior destaque estão caracterizadas sob os elementos de mercado, com base na análise deste quadro o plano de marketing da empresa a ser implantada deve desenvolver suas estratégias de atuação para estabelecer elementos diferenciados e competitivos no mercado.

### 2.3.10 Definição Estratégica de Marketing

Quanto aos elementos 5 Ps (Produto, Preço, Praça, Promoção e Pessoas), o segmento foi planejado conforme a (tabela-4), descrevendo com detalhes as estratégias de atuação no mercado depois de analisar as variáveis e indicadores da concorrência no segmento de software.



Tabela-4 Desenvolvimento das Estratégias de Marketing para empreendimento de “Industria Software”

<b>PRODUTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROJETOS DE REDE DE COMPUTADORES;</li> <li>• DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS INTEGRADOS;</li> <li>• ENGENHARIA DE SOFTWARE;</li> <li>• SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO;</li> <li>• AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS COMERCIAIS;</li> <li>• CONSULTORIA EMPRESARIAL.</li> </ul>
<b>PREÇO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DESCONTOS NAS MANUTENÇÕES DOS MODULOS;</li> <li>• PACOTES PERSONALISADOS DE ACORDO COM AS NECESSIDADES DOS CLIENTES;</li> <li>• DESCONTOS PARA CLIENTES FIDELIZADOS EM DÉBITO AUTOMÁTICO;</li> <li>• DESCONTOS EM TREINAMENTOS OFERECIDOS NAS DEPENDENCIAS DA EMPRESA.</li> </ul>
<b>PRAÇA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA;</li> <li>• ESTACIONAMENTO ROTATIVO DE FÁCIL ACESSO E SEGURO;</li> <li>• DISPONIBILIZAÇÃO DE INTERNET WI-FI EM TODA A DEPENDENCIA DO ESCRITORIO;</li> <li>• SALAS CLIMATIZADAS;</li> <li>• PARCERIAS ENTRE CLIENTES E FORNECEDORES EM RELAÇÃO A CURSOS E CERTIFICAÇÕES.</li> </ul>
<b>PROMOÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COQUETEL SEMESTRAL PARA APRESENTAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS/SERVIÇOS;</li> <li>• JANTAR EXECUTIVO ANUAL PARA INTEGRAÇÃO DE NOSSOS CLIENTES E PARCEIROS PARA DIVULGAÇÃO DE SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS;</li> </ul>
<b>PESSOAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TREINAMENTO E QUALIFICAÇÃO DE NOSSOS COLABORADORES;</li> <li>• CAPACITAÇÃO E CERTIFICAÇÕES PARA OS SOCIOS, COLABORADORES, EXTENDO PARA CLIENTES FIDELIZADOS;</li> <li>• COMPARTILHAMENTO DOS RESULTADOS E LUCROS ENTRE OS MEMBROS DA EMPRESA.</li> </ul>

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2015)

Para o detalhamento da operacionalidade da empresa “ Industria de Software” foi desenvolvido o layout do plano operacional buscando um dimensionamento produtivo e funcional do estabelecimento, destacando os principais elementos: Recursos Humanos; Comercial, Financeiro, Licitação e Diretoria.

Outros elementos produtivos como sala de treinamentos e laboratório das máquinas também forma sugeridos para o bom funcionamento da empresa, além dos diferencias identificados no plano de Marketing como estacionamento rotativo, a Recepção para os clientes e serviços de Copa.

### 2.3.11 Plano Operacional



## 3. CAPACIDADE PRODUTIVA DOS SERVIÇOS E COMERCIAL

### 3.1 DEFINIÇÃO DA CAPACIDADE PRODUTIVA DO NEGÓCIO

Qual a disponibilidade de produção desejável e o índice de comercialização?

O desenvolvimento dos projetos será baseado de acordo com o que o mercado exige em tecnologia de informação. Serão desenvolvidos diversos Módulos de sistemas em Banco de dados diferentes para agilizar os processos. O departamento comercial desenvolverá uma agenda de visitas/reuniões Web para entrevistas/oferecimento nossos serviços de acordo com a necessidade de cada cliente. Procurando adequar uma correção de 10% de aumento de demanda em função das mudanças dos Módulos e de acordo com as entrevistas executadas.

Cada desenvolvedor tem capacidade de desenvolvimento máximo de acordo com o conforto disponibilizado, nas questões dos projetos de rede, contaremos com uma demanda de aproximadamente 10 projetos/mês. Em apenas um cliente temos a oportunidade de oferecer todos os nossos serviços uma vez que, nosso nicho de serviço é totalmente compatível com o mercado.

Como será a comercialização e o seu volume de serviço inicialmente?

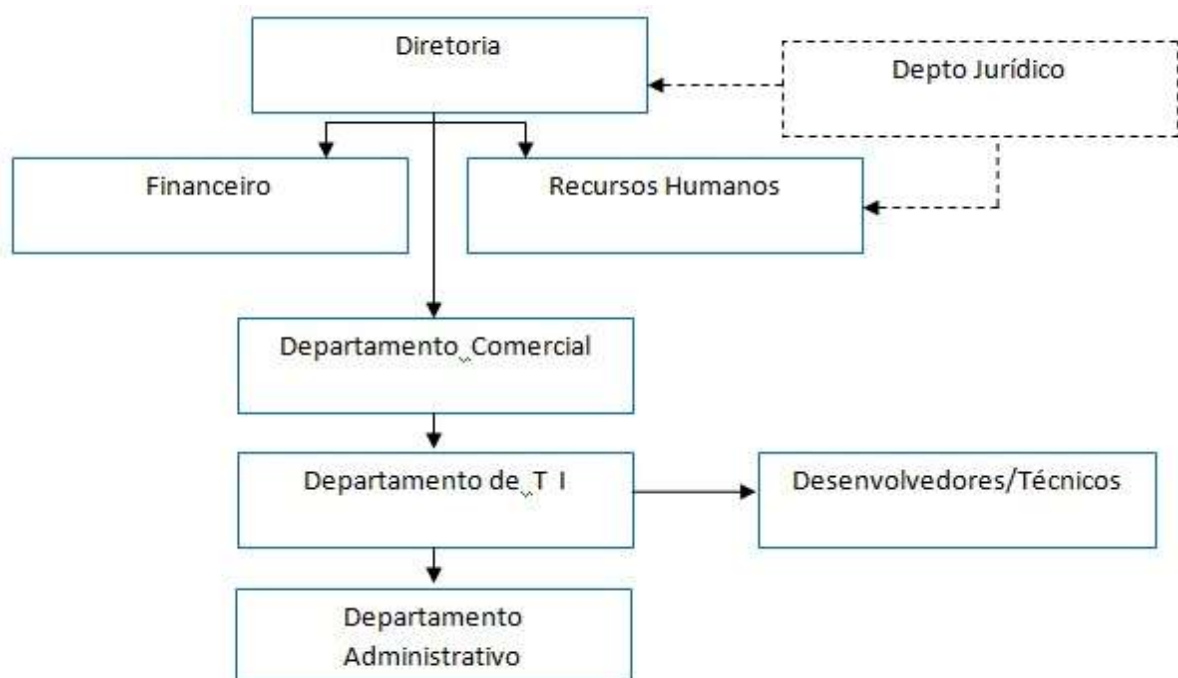
Nosso empreendimento começará atendendo com um banco de dados montado com a união dos clientes fiéis que os sócios já possuíam. Consiste em torno de 320 clientes cadastrados ativos. Nossas perspectivas são de agregar os clientes dos nossos clientes, tornando o fluxo dos serviços oferecidos pelo menos 12% maior, aproveitando mais o tempo e usufruindo da confiança em nosso negócio.

Nossa projeção da empresa se baseada no atendimento que realizamos hoje, com correções de 30% de aumento de demanda em função das atualizações e divulgação que acontecerá de forma contínua.

As equipes desenvolverão aproximadamente em torno de 26 módulos em diferentes banco de dados por mês, dentre eles todos os serviços oferecidos pela área de projetos de rede, para a área de consultoria empresarial serão projetados 2 atendimentos por dia, como são 2 funcionários, isso irá gerar um fluxo de 48 atendimentos por mês.

Com a continuidade e foco na demanda pelos serviços oferecidos, nossa empresa tem a capacidade de quase dobrar o atendimento, aproveitando melhor o tempo e satisfazendo cada vez mais nossos clientes.

#### a. Organograma Empresarial



**Figura-1 Organograma Empresarial aplicado ao segmento “Industria de Software”**

**Fonte:** Desenvolvido pelos autores (2015)

## **b. Análise SWOT**

### **Pontos Fortes:**

- a) Tornar a empresa EQUIPESoftware como referência em tecnologia;
- b) Formar Pesquisadores no ramo para fortalecer o mercado;
- c) Trazer recursos para o estado, formar parcerias, desenvolver uma característica sociocultural fortalecendo as nações futuras um conceito de responsabilidade social.

### **Pontos Fracos:**

- a) O alto custo de atualização dos equipamentos e programas de tecnologia;
- b) O aumento da concorrência;
- c) A desistência das parcerias e investidores.

### **Oportunidades:**

- a) Mostrar aos clientes melhores oportunidades de negócios;
- b) Minimizando a concorrência com inovações fortalecendo parcerias;
- c) Tornar a Empresa forte e sólida proporcionando futuras expansões.

### **Ameaças:**

- a) Abertura de novos entrantes;
- b) A flutuação cambial;
- c) Restrições dos fornecedores.

Isto posto, verifica-se que o negócio é potencialmente viável, pois visualiza-se vários pontos fortes e que tantas fraquezas quanto ameaças podem ser mitigadas através de futuros financiamentos, caso seja necessário. Ressalta-se ainda que a Empresa desenvolverá uma política de inovação tecnologia visando fidelizar nosso cliente

### 3.2 ANÁLISE DE CENÁRIOS PARA O EMPREENDIMENTO DA “INDÚSTRIA DE SOFTWARE”

#### CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Receita (pessimista) 20,00 %	Receita (Otimista) 25,00 %
------------------------------	----------------------------

Tabela-5 Análise de Cenários para empreendimento de “Indústria Software”

Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)
1. Receita Total com Vendas	114.400,00	100	91.400,00	100,00	143.218,75	100
2. Custos Variáveis Totais						
(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV	1.000,00	0,87	800,00	0,87	1.250,00	0,87
(-) Impostos sobre vendas	20.795,36	18,15	14.636,00	18,15	25.994,20	18,15
(-) Gastos com vendas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal 2	21.795,36	19,02	17.436,28	19,02	27.224,30	19,02
3. Margem de contribuição (1 - Subtotal 2)	92.779,84	80,98	74.223,71	80,96	114.400,00	80,96
4. (-) Custos fixos totais	84.400,00	75,80	86.851,00	94,75	85.158,24	60,64
5. Lucro/Prejuízo Operacional (3 - 4)	5.982,56	5,17	14.837,50	- 13,78	28.123,00	20,33

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

#### 3.2.1 Ações corretivas e preventivas:

Para se chegar ao cenário mais otimista e fazer pesquisas sobre os valores dos materiais utilizados pela produção, qualificar o pessoal, pois estes devem conhecer as técnicas de vendas e buscar inovar nas abordagens feitas aos clientes, dessa forma a organização atingirá o objetivo principal que é a maximização dos lucros e a redução dos custos de produção.

#### **4. RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A empresa EQUIPESoftware atua no mercado com o empenho de proporcionar a melhor qualidade no desenvolvimento de Sistemas utilizando as melhores metodologias e frameworks do mercado. Desse modo, proporciona aos nossos parceiros alta qualidade dos serviços prestados, seguindo normas e práticas regularizadas no mercado de TI que possam atender de forma satisfatória a ambas as partes. Destacando-se no cenário Nacional como a maior e melhor Empresa de Tecnologia do País e realizar projetos que possam atender expectativas de nossos clientes.

A empresa EQUIPESoftware surgiu em 2011 através de quatro associados com o objetivo de selecionar, pesquisar, inovar e investir em tecnologia que atenda o mercado focando órgãos privados e públicos. Atendendo a sua real necessidade em soluções em tecnologia com o intuito de acompanhar as mudanças e oferecer ferramentas que facilitem seu uso e compreensão. A empresa EQUIPESoftware localiza-se no Brasil, no estado do Pará com Matriz em Belém e seu laboratório técnico compõe do que há de melhor no mercado tecnológico devido a grandes parcerias como: MICROSOFT, ORACLE, VMWARE, IBM e LINUX.

A empresa EQUIPESoftware buscando sempre estar em conformidade com o mercado ao longo dos anos estará mantendo investimentos na sua equipe de desenvolvimento e detentora de inúmeras ferramentas como a CASE e procurando sempre focar na reutilização de códigos com o princípio da linha de montagem de uma fábrica para atender os clientes em parceria com as grandes empresas que atuam diretamente com as tecnologias.

Após realizar este minucioso estudo, conclui-se que é extremamente viável investir na Organização. Observa-se ainda que os ajustes nos pontos fracos proporcionará um crescimento ainda mais sustentável no longo prazo. Em nossa avaliação a organização tem capacidade de tornar-se líder nas regiões de atuação, cumprindo nesse momento sua visão de futuro.

Nosso diferencial está em apresentar um trabalho de qualidade visando a efetividade de resultado, que sem sombra de dúvidas é o marketing que tornará a empresa garantir o sucesso que é a sua marca.

## REFERÊNCIAS

ABAL – ASSOCIACAO BRASILEIRA DO ALUMINIO. **Anuário Estatístico 2010**. Sao Paulo: 2011.

CARDOSO, José Guilherme da Rocha *et al.* **A indústria do alumínio: estruturas e tendências**. BNDES Setorial 33, p.43-88.

CRU – COMMUNITY RESEARCH UNIT. *The Long Term Outlook for Aluminium*. Londres, 2009.

GOMES, Adriano. **A Empresa Ágil**, Ed. Nobel, 1999.

**MANUAL DE NORMATIZAÇÃO PARA TRABALHOS ACADÊMICOS DA FACI**. Biblioteca Central. – Belém, 2008. 36 p.

NACHTIGALL, Elias. **Análise Financeira Avançada da Empresa Fras-le**. Monografia de Pós Graduação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008.

NETO, Alexandre Assaf. **Estrutura de Análise de Balanço: um enfoque econômico financeiro**. 3ª edição. Ed. Atlas.

PENA, H.W.A; HOMMA, A.K & SILVA, F. L. ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA: UM ESTUDO APLICADO A ESTRUTURA DE CUSTO DA CULTURA DO DENDÊ NO ESTADO DO PARÁ- AMAZÔNIA-BRASIL, 2010. OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DEL DESARROLLO LOCAL Y LA ECONOMÍA SOCIAL Revista académica, editada y mantenida por el Grupo EUMED.NET de la Universidad de Málaga ISSN: 1988-2483 Año 5 – Nro.11 – Diciembre de 2011

ROSA, Cláudio Afrânio. **COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO**. – Brasília: SEBRAE, 2007. 120 p.: il.