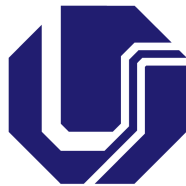


---

**Modelo de Relatório Técnico de Plano de  
Negócios da Faculdade de Computação  
(FACOM)**

---

**Donaldo Duckio**



**UFU**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE COMPUTAÇÃO  
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Uberlândia - MG  
2026

**Donaldo Duckio**

**Modelo de Relatório Técnico de Plano de  
Negócios da Faculdade de Computação  
(FACOM)**

Plano de Negócios apresentado à Faculdade de Computação da Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, como requisito exigido parcial à obtenção do Título de Bacharel em Sistemas de Informação.

Área de concentração: Sistemas de Informação

Orientador: Professorius Sapientus

Uberlândia - MG

2026

*Este trabalho é dedicado*

---

# Agradecimientos

*“Sua vida pode ser dividida em dois períodos: antes de agora e a partir de agora.”*  
*(Prof. Obvious Stating)*

---

# Resumo

Segundo a ABNT (2003, 3.1-3.2), o resumo deve ressaltar o objetivo, o método, os resultados e as conclusões do documento. A ordem e a extensão destes itens dependem do tipo de resumo (informativo ou indicativo) e do tratamento que cada item recebe no documento original. O resumo deve ser precedido da referência do documento, com exceção do resumo inserido no próprio documento. (...) As palavras-chave devem figurar logo abaixo do resumo, antecedidas da expressão Palavras-chave:, separadas entre si por ponto e finalizadas também por ponto.

Para auxiliá-lo com o latex, o Apêndice A apresenta os resultados dos comandos incluídos no arquivo `apendices/abntex2-modelo-include-comandos.tex`

**Palavras-chave:** Meu Plano de Negócios, PALAVRAS, CHAVES, Plano de Negócios, abntex2.

---

# Abstract

According to ABNT (2003, 3.1-3.2), the abstract must highlight the document's objective, method, results, and conclusions. The order and length of these elements depend on the type of abstract (informative or indicative) and on how each aspect is addressed in the original document. The abstract must be preceded by a reference to the document, except when the abstract is included within the document itself. (...) The keywords must appear immediately below the abstract, preceded by the expression **Keywords:**, separated by periods, and also ending with a period.

To assist you with L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X, Appendix A presents the results of the commands included in the file `ape_comandos/abntex2-modelo-include-comandos.tex`

**Keywords:**

.

---

## Lista de ilustrações

Figura 1 – Exemplo de figura para ser redimensionada e rotacionada. . . . .	31
Figura 2 – A delimitação do espaço . . . . .	37
Figura 3 – Gráfico produzido em Excel e salvo como PDF . . . . .	38

---

## Lista de tabelas

Tabela 1 – Matriz de análise da concorrência (uma matriz para cada segmento de concorrentes) . . . . .	22
Tabela 2 – Matriz de análise da indireta (uma matriz para cada segmento de concorrentes) . . . . .	22
Tabela 3 – Níveis de investigação . . . . .	36

---

# Lista de siglas

**ABNT** Associação Brasileira de Normas Técnicas

**TCP** Protocolo de Controle de Transmissão - *Transmission Control Protocol*

---

# Sumário

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO . . . . .</b>	<b>13</b>
1.1	Descrição do Empreendimento . . . . .	14
1.2	Plano de Marketing . . . . .	14
1.3	Plano de Gestão e Organização . . . . .	14
1.4	Plano Financeiro . . . . .	15
1.5	(IA) Generativa . . . . .	15
<b>2</b>	<b>PLANO DE PRODUTO/SERVIÇO . . . . .</b>	<b>16</b>
2.1	Objetivo do Produto/Serviço . . . . .	16
2.2	Características e Benefícios . . . . .	16
2.3	Estágio de Desenvolvimento . . . . .	17
2.4	Limitações do Produto/Serviço . . . . .	17
2.5	Encargos do Produto/Serviço . . . . .	17
2.6	Produção . . . . .	17
2.7	Instalações . . . . .	18
2.8	Fornecedores . . . . .	18
2.9	Produtos/Serviços Relacionados e Desmembramentos . . . . .	18
2.10	Marcas Registradas, Patentes, Direitos Autorais, Licenças, Royalties . . . . .	18
2.11	Regulamentações Governamentais . . . . .	19
<b>3</b>	<b>PLANO DE MARKETING . . . . .</b>	<b>20</b>
3.1	Perfil do Setor . . . . .	20
3.1.1	Tamanho atual . . . . .	21
3.1.2	Potencial de crescimento . . . . .	21
3.1.3	Tendências do setor . . . . .	21
3.1.4	Outras características . . . . .	21
3.1.5	Canais de distribuição . . . . .	21

<b>3.2</b>	<b>Análise Competitiva</b> . . . . .	<b>21</b>
3.2.1	Concorrência direta . . . . .	22
3.2.2	Concorrência indireta . . . . .	22
3.2.3	Concorrência futura . . . . .	22
3.2.4	Análise competitiva . . . . .	22
<b>3.3</b>	<b>Análise de Mercado</b> . . . . .	<b>23</b>
3.3.1	Perfil do mercado-alvo . . . . .	23
3.3.2	Perfil do cliente . . . . .	23
3.3.3	Futuros mercados . . . . .	23
<b>3.4</b>	<b>Preços</b> . . . . .	<b>24</b>
3.4.1	Estratégia de preços . . . . .	24
<b>3.5</b>	<b>Penetração de Mercado</b> . . . . .	<b>24</b>
3.5.1	Imagem da empresa . . . . .	24
3.5.2	Atendimento ao cliente . . . . .	24
3.5.3	Localização . . . . .	24
3.5.4	Equipe de vendas diretas . . . . .	25
3.5.5	Representantes de vendas . . . . .	25
3.5.6	Licenciamento ou Distribuidores . . . . .	25
3.5.7	Propaganda e Promoções . . . . .	25
3.5.8	Publicidade . . . . .	25
3.5.9	Telemarketing/Mala-direta . . . . .	26
3.5.10	Internet . . . . .	26
3.5.11	Feiras e exposições . . . . .	26
3.5.12	Eficácia da penetração de mercado . . . . .	26
<b>4</b>	<b>PLANO DE GESTÃO E ORGANIZAÇÃO</b> . . . . .	<b>27</b>
4.1	Estrutura Legal de Negócio . . . . .	27
4.2	Equipe de Gestão . . . . .	27
4.3	Recrutamento e Seleção de Funcionários . . . . .	27
4.4	Remuneração e Participação . . . . .	28
4.5	Comunicação . . . . .	28
4.6	Equipe de Apoio Externo . . . . .	28
<b>5</b>	<b>PLANO FINANCEIRO</b> . . . . .	<b>29</b>
5.1	Custos Iniciais . . . . .	29
5.2	Projeções de Vendas . . . . .	29
5.3	Projeções de Rendimentos . . . . .	29
5.4	Exigências de Caixa . . . . .	29
5.5	Recursos de Financiamento . . . . .	30
5.6	Estratégia de Saída . . . . .	30

6	MODELO DE NEGÓCIO CANVAS . . . . .	31
7	CONCLUSÃO . . . . .	32
7.1	Principais Contribuições . . . . .	32
7.2	Trabalhos Futuros . . . . .	32
	REFERÊNCIAS . . . . .	33

## APÊNDICES 34

APÊNDICE A	– AJUDA COM COMANDOS . . . . .	35
A.1	Citações . . . . .	35
A.2	Remissões internas . . . . .	36
A.3	Tabelas . . . . .	36
A.4	Expressões matemáticas . . . . .	36
A.5	Figuras . . . . .	37
A.6	Enumerações: alíneas e subalíneas . . . . .	37
A.7	Inclusão de outros arquivos . . . . .	39
A.8	Compilar o documento $\LaTeX$ . . . . .	39
A.9	Divisões do documento: seção . . . . .	39
A.9.1	Divisões do documento: subseção . . . . .	40
A.9.2	Divisões do documento: subseção . . . . .	40
A.10	Este é um exemplo de nome de seção longo. Ele deve estar alinhado à esquerda e a segunda e demais linhas devem iniciar logo abaixo da primeira palavra da primeira linha . . . . .	40
A.11	Consulte o manual da classe <code>abntex2</code> . . . . .	40
A.12	Referência a Acrônimos . . . . .	40

---

## Introdução

**OBSERVAÇÃO:** este texto é uma sugestão de modelo. A decisão dos tópicos e subtópicos que serão inseridos e detalhados será em comum acordo com o orientador do trabalho.

Este Relatório Técnico para Plano de Negócios foi desenvolvido com o intuito de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Bacharelado em Sistemas de Informação na resolução de um plano de negócios para criação real de uma empresa de tecnologia.

Evite os seguintes erros comuns quando redigir o sumário executivo:

- ❑ Excesso de dados superficiais que não inspiram a continuação da leitura
- ❑ Falha ao identificar características únicas e benefícios do produto/serviço
- ❑ Excesso de informações técnicas
- ❑ Frases longas
- ❑ Muitas informações triviais
- ❑ Falha ao especificar o que você espera realizar com o negócio
- ❑ Falha ao identificar quanto capital o negócio necessita, seu uso, recursos e reembolso

O sumário executivo é frequentemente, a seção mais utilizada do seu Plano de Negócio. Quando quiser dar a alguém uma visão geral do seu negócio, utilize uma versão do seu Sumário Executivo ao invés de um Plano de Negócio completo. Você pode distribuí-lo aos potenciais funcionários-chave, ou fornecer cópias para pessoas que estão interessadas em seu empreendimento para alavancar uma rede de pessoas que acreditam em sua visão do negócio.

Este sumário executivo deve destacar informações importantes sobre o empreendimento e esboçá-las a partir de outras seções-chave do seu Plano:

- ❑ Descrição do empreendimento;

- Plano de Gestão e Organização;
- Plano de Marketing;
- Plano Financeiro.

As seções seguinte são compostas por questões para auxiliar na criação do sumário executivo para seu Plano de Negócios.

## 1.1 Descrição do Empreendimento

- Qual é o negócio da sua empresa, e qual é a fase de desenvolvimento atual? A fase atual de desenvolvimento pode ser a criação, operações iniciais, expansão, crescimento rápido ou operações estáveis.
- Descreva resumidamente seu modelo de negócio.
- O que é exclusivo acerca de seu produto/serviço, e quais os direitos de propriedade intelectual que a empresa tem ou pretende ter?

## 1.2 Plano de Marketing

- Como é o mercado em termos de setor, clientela, necessidades do cliente, benefícios do produto, mercados-alvos da empresa e plano de penetração no mercado?
- Quem são os principais concorrentes e quais são seus pontos fortes e fracos?
- Quais são seus planos de penetração no mercado? Inclua fatos específicos e números de sua pesquisa de mercado.

## 1.3 Plano de Gestão e Organização

- Sob qual forma de organização o negócio funciona e por quê?
- Quem são as pessoas-chaves do gerenciamento e que competências eles possuem para ajudar o negócio?
- Quem são os grupos de apoio fundamentais da sua equipe de gestão incluindo contadores, advogados, consultores, diretores e membros do conselho?

## 1.4 Plano Financeiro

- Qual será o custo para iniciar este negócio?
- Quais são as projeções de vendas e lucro líquido?
- Quanto capital será necessário para iniciar e operar este negócio?
- Que fontes de financiamento têm sido e serão procuradas?
- Quanto capital tem sido investido pelo empreendedor?
- Qual é a sua estratégia de saída?

## 1.5 (IA) Generativa

De acordo com o Código de Conduta para pessoas autoras de publicações da Sociedade Brasileira de Computação (SBC), Parte II, Art. 2º, inciso III:

III– Uso de Inteligência Artificial (IA) Generativa: a utilização de ferramentas e tecnologias de IA Generativa para geração de conteúdos, na escrita e/ou revisão do conteúdo de artigos, deve ser declarada explicitamente no trabalho. A declaração pode ocorrer na Seção de Agradecimentos, na metodologia ou em uma seção definida especificamente para este fim, de acordo com o template adotado, e deve listar as ferramentas e descrever onde foram empregadas, por exemplo, textos, tabelas, gráficos, citações, etc. Essas ferramentas não podem ser listadas como autores de um artigo. O uso de tais ferramentas não exime os autores da responsabilidade sobre todo o seu conteúdo, inclusive no caso de ser identificado plágio. O manual completo encontra-se disponível em: <<https://sol.sbc.org.br/index.php/indice/conduta>>

---

## Plano de Produto/Serviço

Este Plano de Produto ou Serviço deve destacar informações importantes sobre o empreendimento e esboçá-las a partir de outras seções-chave do seu Plano:

- Objetivo do Produto/Serviço;
- Estágio de Desenvolvimento;
- Produtos/Serviços Relacionados e Desmembramentos;
- Marcas Registradas, Patentes, Direitos Autorais, Licenças, Royalties e;
- Regulamentações Governamentais;
- Descrição dos Usuários;
- Requisitos Funcionais
- Requisitos Não Funcionais

### 2.1 Objetivo do Produto/Serviço

- Qual é o objetivo do produto/serviço?
- Como o produto/serviço beneficiará o cliente?
- Ele resolve um problema ou indica uma oportunidade?
- É um item de luxo ou um bem necessário?

### 2.2 Características e Benefícios

- Quais são as características únicas do produto/serviço, tais como custo, design, qualidade e capacidades?

- Que benefícios o cliente obtém?
- Que problema é resolvido para o cliente?

## 2.3 Estágio de Desenvolvimento

- Qual é a história de desenvolvimento do produto/serviço?
- Em que estágio de desenvolvimento está o produto/serviço (modelo, protótipo de funcionamento, períodos de pequena produção, produção/fabricação máxima, ou outro)?
- Quando você planeja atingir outros estágios de desenvolvimento?
- Em que fase do ciclo de vida está o produto/serviço (concepção, lançamento, crescimento, maturidade, inovação ou declínio)?

## 2.4 Limitações do Produto/Serviço

- Quais são as limitações inerentes ao produto/serviço, se houver? Inclua perecimento, vida de prateleira limitada, necessidades de instalação, restrições legais, disponibilidade da equipe ou outras limitações relevantes.

## 2.5 Encargos do Produto/Serviço

- Quais são os encargos que esse produto/serviço pode representar?
- Quais são as exigências e custos de seguro?
- Que outros fatores podem reduzir ou eliminar os riscos do produto/serviço?

## 2.6 Produção

- Qual é o processo de produção?
- Quanto será produzido internamente e quanto da produção será subcontratada?
- Quais são os custos e serviços envolvidos na subcontratação?
- Quem são os subcontratantes, quais são seus custos, quem fornece os serviços?
- Incluir prazos de expedição, cobrança, inventário, estoque e pagamento.
- Processo de desenvolvimento

## 2.7 Instalações

- Quais são os planos para instalações (escritório, localização)? Incluir capacidade instalada de produção e capital futuro exigido para a construção de instalações.
- Instalações específicas de uma empresa de TI.

## 2.8 Fornecedores

- Quem são os principais fornecedores de matérias-primas/serviços e quais são os contratos de compra significativos assinados por eles?
- Há fornecedores de reserva?
- Exemplo se ele contrata uma empresa de redes?

## 2.9 Produtos/Serviços Relacionados e Desmembramentos

- Que produtos/serviços relacionados serão oferecidos e como aumentarão ou ampliarão a lucratividade do novo empreendimento?
- Que novo produto/serviço (desmembramentos) pode ser desenvolvido para atender às necessidades de um mercado em mudança, nesse setor ou outros?
- Vai usar uma API pronta? Ou produto de outra empresa?

## 2.10 Marcas Registradas, Patentes, Direitos Autorais, Licenças, Royalties

- Como você protegerá a propriedade intelectual?
- Quais patentes, marcas registradas ou direitos autorais foram obtidos ou quais serão buscados?
- Quais acordos de licenças ou royalty estão associados ao produto/serviço e que planos foram feitos para futuros acordos?
- Quais direitos de distribuição foram obtidos ou concedidos?

## 2.11 Regulamentações Governamentais

- ❑ Quais agências governamentais regulamentam empreendimentos no seu setor específico?
- ❑ Quais aprovações governamentais são necessárias e qual é o status de tais aprovações?

---

## Plano de Marketing

O Plano de Marketing em um plano de negócios é a parte que mostra como será divulgado, vendido e posicionado seu produto ou serviço no mercado para atrair e manter clientes. Deve destacar informações importantes sobre o empreendimento e esboçá-las a partir de outras seções-chave do seu Plano:

1. Perfil do Setor;
2. Análise Competitiva;
3. Análise de Mercado;
4. Preços e;
5. Penetração de Mercado.

### 3.1 Perfil do Setor

O Perfil do Setor deve destacar informações importantes sobre o empreendimento e esboçá-las a partir de outras seções-chave do seu Plano:

- Tamanho atual;
- Potencial de crescimento;
- Tendências do setor;
- Outras características e;
- Canais de distribuição.

### 3.1.1 Tamanho atual

- Qual o tamanho atual de seu setor para este produto/serviço?
- Qual o tamanho do setor a nível nacional, regional, estadual e local?
- Quantos reais são gastos anualmente e/ou quantas unidades são consumidas anualmente no setor?

### 3.1.2 Potencial de crescimento

- O quanto o setor está crescendo, estabilizando ou declinando?

### 3.1.3 Tendências do setor

- Quais as tendências no setor?
- Que efeito a tecnologia tem sobre o negócio?
- Como a Internet afeta seu setor?

### 3.1.4 Outras características

- Quais questões sazonais afetam seu setor?
- Qual o lucro médio para negócios neste setor?
- Em que área do país está localizada a maioria dos negócios em seu setor?

### 3.1.5 Canais de distribuição

- Quais canais de distribuição existem atualmente para apoiar a venda de seu produto/serviço?

## 3.2 Análise Competitiva

Análise Competitiva deve estudar e descrever os concorrentes diretos e indiretos do seu negócio, identificando suas forças, fraquezas, estratégias, participação de mercado e diferenciais competitivos. O objetivo é entender como seu negócio se posiciona no mercado e como pode se destacar em relação à concorrência.

### 3.2.1 Concorrência direta

- Qual a concorrência direta para seu produto/serviço?
- Que empresas vendem produtos/serviços semelhantes para o mesmo mercado-alvo? Cite as fontes de informação.
- Apresente a matriz de análise da concorrência (Tabela 1).

Tabela 1 – Matriz de análise da concorrência (uma matriz para cada segmento de concorrentes)

Meu negócio	Concorrente 1	Concorrente 2	Concorrente 3
Perfil do cliente			
Serviços			
Canais de relacionamento			
Preço e formas de pagamento			
(Crie quantas categorias de comparação forem necessárias)			

### 3.2.2 Concorrência indireta

- Qual a concorrência indireta para seu produto/serviço?
- Que empresas vendem produtos/serviços diferentes que atendem à mesma necessidade que seu produto/serviço? Cite as fontes de informação.
- Apresente a matriz de análise da concorrência (Tabela 2).

Tabela 2 – Matriz de análise da indireta (uma matriz para cada segmento de concorrentes)

Meu negócio	Concorrente 1	Concorrente 2	Concorrente 3
Perfil do cliente			
Serviços			
Canais de relacionamento			
Preço e formas de pagamento			
(Crie quantas categorias de comparação forem necessárias)			

### 3.2.3 Concorrência futura

- Que futura concorrência você espera ter para seu produto/serviço? Cite as fontes de informação.

### 3.2.4 Análise competitiva

- Qual sua vantagem competitiva? Inclua uma tabela de análise competitiva e resuma os pontos-chave.

- Como seu produto/serviço irá competir nas áreas de preço, qualidade, características únicas, sistema de distribuição, marketing/publicidade, localização geográfica e pontos fortes / fracos?

### 3.3 Análise de Mercado

A análise de mercado em um plano de negócios é a parte onde será estudado e apresentado o ambiente em que seu negócio vai operar, ou seja, quem são os clientes, qual é o tamanho e potencial do mercado, quais são as tendências, os comportamentos de consumo e os fatores externos que podem influenciar o sucesso do seu produto ou serviço.

#### 3.3.1 Perfil do mercado-alvo

- Que mercado-alvo será selecionado?
- Quantos clientes potenciais e/ou reais potenciais estão disponíveis neste segmento de mercado?
- Qual sua participação neste mercado?
- Que outros mercados, se houver, serão almejados e em que estágio do negócio?
- Observe que o mercado-alvo podem ser empresas no canal de distribuição ao invés do usuário final.

#### 3.3.2 Perfil do cliente

- Qual o perfil do cliente almejado, incluindo idade, gênero, profissão, renda e localização geográfica?
- Que atitudes, valores, sistemas de crenças e status social definem este grupo de clientes?
- Para clientes empresariais, qual o tipo de negócio de seu cliente, qual o uso pretendido do produto/serviço, localização geográfica e tamanho da organização?

#### 3.3.3 Futuros mercados

- Que oportunidades podem surgir em futuros mercados, incluindo tamanho do mercado, método de penetração no mercado, data prevista de entrada e custos aproximados?

## 3.4 Preços

No plano de negócios, a seção de Preço trata da estratégia de precificação do seu produto ou serviço. É onde deverá ser explicado quanto vai cobrar, por que esse valor faz sentido para o mercado e como isso se relaciona com os custos, concorrência e posicionamento da sua marca.

### 3.4.1 Estratégia de preços

- Quais suas estratégias de preços de curto e longo prazo?
- Por que você selecionou essas estratégias?
- Quais as estratégias de preços de seus concorrentes?
- Quais as restrições de preços e pontos sensíveis para seu produto/serviço?

## 3.5 Penetração de Mercado

Penetração de mercado é quanto da demanda de um mercado sua empresa conseguirá atender com seus produtos ou serviços, e quais táticas serão utilizadas para aumentar essa presença.

### 3.5.1 Imagem da empresa

- Qual a imagem de sua empresa?
- Como você transmitirá esta imagem?

### 3.5.2 Atendimento ao cliente

- Quais suas estratégias de atendimento ao cliente?
- Que políticas você estabelecerá em relação às garantias referentes ao seu produto/serviço?
- Qual será sua política de devoluções e custos de serviço?

### 3.5.3 Localização

- Onde o negócio será localizado?
- Como este local ajudará a promover seu negócio?
- Qual a estrutura demográfica da vizinhança de seu negócio?
- Por quanto tempo você pretende ficar neste local?

### 3.5.4 Equipe de vendas diretas

- Será usada uma equipe de vendas interna para vender o produto/serviço para o usuário final?
- Quantos vendedores serão contratados?
- Quanto custará uma equipe de vendas diretas (pacote de compensações, treinamento, equipe de apoio, concursos, bônus, reuniões, ajudas de vendas, displays, amostras, material de treinamento, catálogos e brochuras)?

### 3.5.5 Representantes de vendas

- Serão usados representantes de vendas externos para vender o produto/serviço para o usuário final?
- Quantos representantes serão usados?
- Qual será o custo de usar representantes de vendas (pacotes de compensação, ajudas de custo, catálogos, brochuras e amostras)?

### 3.5.6 Licenciamento ou Distribuidores

- Para quem, caso exista, você licenciará seu produto/serviço?
- Que taxas iniciais, anuais e royalties você cobrará?
- Que empresas serão usadas para distribuir seus produtos/serviços?

### 3.5.7 Propaganda e Promoções

- Que propaganda/promoção será usada para o sistema de distribuição e clientes?
- Que mídia você usará para promover seu negócio?
- Qual será o custo da propaganda/promoção?

### 3.5.8 Publicidade

- Quais suas estratégias para obter publicidade para seu negócio?
- Que eventos você promoverá por meio de comunicados de imprensa?
- De que mídia você tentará solicitar publicidade?

### 3.5.9 Telemarketing/Mala-direta

- Será usado telemarketing/mala-direta para vender o produto/serviço para o usuário final? Onde você obterá um mailing?
- Qual sua programação para o telemarketing/mala direta e qual a taxa de resposta estimada?
- Qual será o custo de telemarketing/mala direta (mailing, material impresso, correio e custo por contato)?

### 3.5.10 Internet

- Como você usará a internet para promover seus serviços?
- Quais recursos estarão presentes em seu site?
- Você usará e-mail para se comunicar com os clientes?
- Quanto custará para construir e manter um site?

### 3.5.11 Feiras e exposições

- Quais feiras e exposições você pretende usar para expor seu produto (nome, local, data, tamanho do estande, custo para participar e número projetado de contatos, e outras informações)?
- Que feiras/exposições você pretende visitar sem ser um expositor?

### 3.5.12 Eficácia da penetração de mercado

- Que atividades são planejadas para entrar no mercado?
- Quando elas começarão e terminarão?
- Quem é responsável por cada atividade?
- Como você medirá a eficácia de cada tática de penetração de mercado?

---

## Plano de Gestão e Organização

No plano de negócios, o Plano de Gestão e Organização descreve como a empresa será administrada, quem são os responsáveis pelas principais áreas e de que forma os processos internos estarão estruturados para garantir eficiência e governança. Para conseguir demonstrar esses pontos, responda às perguntas a seguir.

### 4.1 Estrutura Legal de Negócio

- Que estrutura legal foi escolhida?
- Quais são os principais motivos para essa escolha?

### 4.2 Equipe de Gestão

- Qual é a contribuição do empreendedor na gestão?
- Quem são os integrantes-chave de gestão e qual é a descrição de suas atividades e experiência anteriores?
- Quais setores ou cargos, tais como presidente ou diretor financeiro, cada um ocupará e desempenhará?
- Quais experiências e qualificações são desejadas para futuros cargos de gerenciamento?
- Quando e como serão preenchidos?

### 4.3 Recrutamento e Seleção de Funcionários

- Qual seu plano para encontrar e contratar pessoas automotivadas para o seu negócio?

- Quais são as qualificações necessárias, deveres e diretrizes gerais a serem seguidas?

## 4.4 Remuneração e Participação

- Qual é o pacote de remuneração para o empreendedor e outros integrantes da equipe de gerenciamento?
- Quais são seus salários, benefícios e bônus?
- Que fatia do negócio é de propriedade do empreendedor e da equipe de gerenciamento?
- Prêmios e Plano de Incentivos ao Funcionário
- Que sistema de prêmios e incentivos ao funcionário estará em vigor?
- Qual é o plano de incentivo?
- Incluir prêmios especiais de reconhecimento, recompensas em forma de quantias pagas de uma só vez, bônus, participação nos lucros, comissões, trabalho em equipe e horário flexível.

## 4.5 Comunicação

- Como você comunicará seus valores e expectativas de negócios?
- Que sistema utilizará para assegurar clareza de comunicação por todos os setores do seu negócio?

## 4.6 Equipe de Apoio Externo

- Quem são os consultores-chave? Incluir nomes e remuneração de contadores, advogados, bancos e consultores.
- Que tipo de expertise eles irão oferecer? Incluir alianças estratégicas, tecnologia de computação, gerenciamento, marketing e especialistas em questões relativas a produtos ou serviços.

---

## Plano Financeiro

O Plano Financeiro é a parte que detalha as projeções econômicas e financeiras da empresa, demonstrando a viabilidade do empreendimento e orientando a tomada de decisões estratégicas. Para tornar isso mais explícito, responda às perguntas a seguir.

### 5.1 Custos Iniciais

- Quais são os seus custos estimados para iniciar este negócio? São custos isolados (despesas) ou despesas contínuas (dívidas)?

### 5.2 Projeções de Vendas

- Quais são suas projeções de vendas para os próximos três anos? Onde você conseguiu as informações para as finanças do projeto? As projeções são razoáveis?

### 5.3 Projeções de Rendimentos

- Quais são as suas projeções de receita líquida para os próximos três anos? Quando seu negócio se tornará rentável?

### 5.4 Exigências de Caixa

- Quanto capital será necessário para cobrir os custos iniciais, de operações e/ou crescimento?

## 5.5 Recursos de Financiamento

- ❑ Com base nas exigências de caixa para iniciar, manter as operações e crescer, você vai buscar financiamento de dívida ou usar seu patrimônio? Qual é o custo de obtenção desses fundos?

## 5.6 Estratégia de Saída

- ❑ Qual é o seu plano geral de crescimento? Como é que esse plano permitirá obter uma saída com sucesso?
- ❑ Quais são os seus planos específicos para sair a público, vender o negócio, fundir o negócio etc.?

---

## Modelo de Negócio Canvas

Em uma única página, apresentar a representação gráfica do modelo do negócio pelo Canvas.

Crie no Canvas<sup>1</sup> e exporte/compartilhe uma imagem em formato PNG. Tente utilizar o maior tamanho possível e, utilizando o exemplo abaixo, por meio do `scale` a imagem seja reduzida sem perder qualidade (Figura 1).

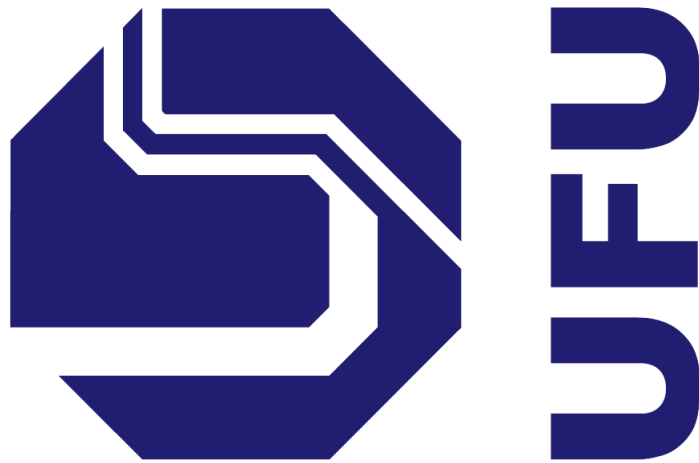


Figura 1 – Exemplo de figura para ser redimensionada e rotacionada.

---

<sup>1</sup> <<https://www.canva.com>>

---

## Conclusão

Faça uma breve introdução para o capítulo. Observe os objetivos geral e específicos do trabalho no capítulo de introdução e coloque aqui um comentário sobre como o desenvolvimento ajudou a chegar a cada um desses objetivos, ou seja, como o trabalho permitiu concluir que cada um dos objetivos foi atingido.

### 7.1 Principais Contribuições

Nessa seção destaque ainda mais as suas contribuições, mostrando o plano de negócio sendo executado na solução do problema identificado.

### 7.2 Trabalhos Futuros

Destaque nessa seção o que pode ser melhorado no trabalho proposto para resolver as possíveis falhas que você identificou e descreveu. Indique quais outros projetos podem ser gerados a partir do seu trabalho.

---

## Referências

ABNTEX2. **A classe abntex2: Modelo canônico de trabalhos acadêmicos brasileiros compatível com as normas ABNT NBR 14724:2011, ABNT NBR 6024:2012 e outras.** [S.l.], 2013. Disponível em: <<http://code.google.com/p/abntex2/>>. Citado na página 40.

ARAUJO, L. C. **Configuração: uma perspectiva de Arquitetura da Informação da Escola de Brasília.** Dissertação (Mestrado) — Universidade de Brasília, Brasília, Março 2012. Citado na página 38.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520:** Informação e documentação — apresentação de citações em documentos. Rio de Janeiro, 2002. 7 p. Citado na página 35.

\_\_\_\_\_. **NBR 6028:** Resumo - apresentação. Rio de Janeiro, 2003. 2 p. Citado 2 vezes nas páginas 5 e 6.

\_\_\_\_\_. **NBR 14724:** Informação e documentação — trabalhos acadêmicos — apresentação. Rio de Janeiro, 2011. 15 p. Substitui a Ref. NBR14724(2005). Citado 2 vezes nas páginas 38 e 40.

\_\_\_\_\_. **NBR 6024:** Numeração progressiva das seções de um documento. Rio de Janeiro, 2012. 4 p. Citado 3 vezes nas páginas 37, 38 e 40.

van GIGCH, J. P.; PIPINO, L. L. In search for a paradigm for the discipline of information systems. **Future Computing Systems**, v. 1, n. 1, p. 71–97, 1986. Citado na página 36.

# Apêndices

---

## Ajuda com comandos

*Isto é uma sinopse de capítulo. Não estão sendo colocados itens obrigatórios, porém todos os itens constantes aqui, certamente ajudará no desenvolvimento do TCC.*

Um site para ser consultado é <<https://github.com/abntex/abntex2/wiki/Ferramentas>> que dá várias dicas de ferramentas para auxiliar no uso do L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X .

### A.1 Citações

Utilize o ambiente `citacao` para incluir citações diretas com mais de três linhas:

As citações diretas, no texto, com mais de três linhas, devem ser destacadas com recuo de 4 cm da margem esquerda, com letra menor que a do texto utilizado e sem aspas. No caso de documentos datilografados, deve-se observar apenas o recuo (ABNT, 2002, 5.3).

Citações simples, com até três linhas, devem ser incluídas com aspas. Observe que em L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X as aspas iniciais são diferentes das finais: “Amor é fogo que arde sem se ver”.

Para utilizar as referências que você buscou, os comandos mais comuns são:

❑ `\cite{nome da referência}`

Usado para que apareça no texto **(Ribeiro, 2022)**

❑ `\citeonline{nome da referência}`

Usado para que apareça no texto **Ribeiro (2022)**

## A.2 Remissões internas

Ao nomear a Tabela 3, apresentamos um exemplo de remissão interna, que também pode ser feita quando indicamos o Apêndice A<sup>1</sup> (AJUDA COM COMANDOS, página 35), por exemplo.

## A.3 Tabelas

Apresenta-se um exemplo de tabela a ser confeccionada. Atente-se para as normas de tabela exigidas pela Universidade.

Existem diversos sites para auxiliar na criação de tabelas para L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X, por exemplo o <<http://www.tablesgenerator.com>>.

A Tabela 3 é um exemplo de tabela construída em L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X.

Tabela 3 – Níveis de investigação.

Nível de Investigação	Insumos	Sistemas de Investigação	Produtos
Meta-nível	Filosofia da Ciência	Epistemologia	Paradigma
Nível do objeto	Paradigmas do meta-nível e evidências do nível inferior	Ciência	Teorias e modelos
Nível inferior	Modelos e métodos do nível do objeto e problemas do nível inferior	Prática	Solução de problemas

Fonte: van Gigch e Pipino (1986)

## A.4 Expressões matemáticas

Use o ambiente `equation` para escrever expressões matemáticas numeradas:

$$\forall x \in X, \quad \exists y \leq \epsilon \tag{1}$$

Escreva expressões matemáticas entre `$` e `$`, como em  $\lim_{x \rightarrow \infty} \exp(-x) = 0$ , para que fiquem na mesma linha.

Também é possível usar colchetes para indicar o início de uma expressão matemática que não é numerada.

$$\left| \sum_{i=1}^n a_i b_i \right| \leq \left( \sum_{i=1}^n a_i^2 \right)^{1/2} \left( \sum_{i=1}^n b_i^2 \right)^{1/2}$$

Consulte mais informações sobre expressões matemáticas em <<http://code.google.com/p/abntex2/w/edit/Referencias>>.

<sup>1</sup> O número do capítulo indicado é A, que se inicia à página 35.

## A.5 Figuras

Figuras podem ser criadas diretamente em  $\text{\LaTeX}$ , como o exemplo da Figura 2.

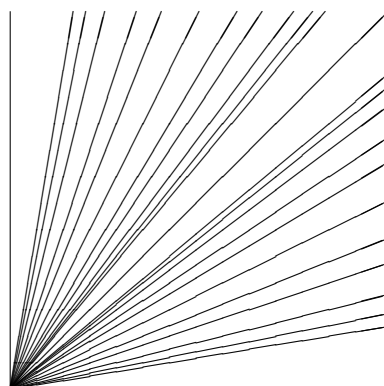


Figura 2 – A delimitação do espaço

Fonte: Autoria Própria

Ou então figuras podem ser incorporadas de arquivos externos, como é o caso da Figura 3. Se a figura que ser incluída se tratar de um diagrama, um gráfico ou uma ilustração que você mesmo produza, priorize o uso de imagens vetoriais no formato PDF. Com isso, o tamanho do arquivo final do trabalho será menor, e as imagens terão uma apresentação melhor, principalmente quando impressas, uma vez que imagens vetoriais são perfeitamente escaláveis para qualquer dimensão. Nesse caso, se for utilizar o Microsoft Excel para produzir gráficos, ou o Microsoft Word para produzir ilustrações, exporte-os como PDF e os incorpore ao documento conforme o exemplo abaixo. No entanto, para manter a coerência no uso de software livre (já que você está usando  $\text{\LaTeX}$  e  $\text{abnTeX2}$ ), teste a ferramenta **InkScape** (<<http://inkscape.org/>>). Ela é uma excelente opção de código-livre para produzir ilustrações vetoriais, similar ao CorelDraw ou ao Adobe Illustrator. De todo modo, caso não seja possível utilizar arquivos de imagens como PDF, utilize qualquer outro formato, como JPEG, GIF, BMP, etc. Nesse caso, você pode tentar aprimorar as imagens incorporadas com o software livre **Gimp** (<<http://www.gimp.org/>>). Ele é uma alternativa livre ao Adobe Photoshop.

## A.6 Enumerações: alíneas e subalíneas

Quando for necessário enumerar os diversos assuntos de uma seção que não possua título, esta deve ser subdividida em alíneas (ABNT, 2012, 4.2):

- a) os diversos assuntos que não possuam título próprio, dentro de uma mesma seção, devem ser subdivididos em alíneas<sup>2</sup>;

<sup>2</sup> As notas devem ser digitadas ou datilografadas dentro das margens, ficando separadas do texto por

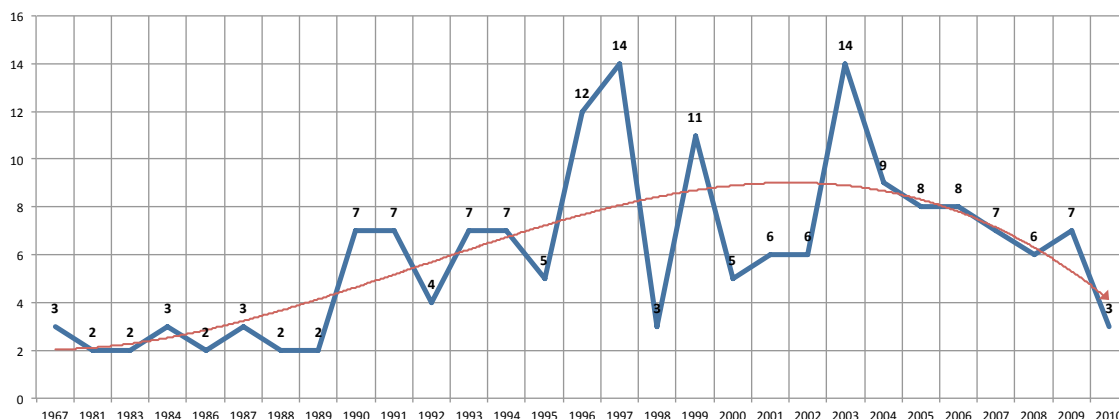


Figura 3 – Gráfico produzido em Excel e salvo como PDF

Fonte: Araujo (2012, p. 24)

- b) o texto que antecede as alíneas termina em dois pontos;
- c) as alíneas devem ser indicadas alfabeticamente, em letra minúscula, seguida de parêntese. Utilizam-se letras dobradas, quando esgotadas as letras do alfabeto;
- d) as letras indicativas das alíneas devem apresentar recuo em relação à margem esquerda;
- e) o texto da alínea deve começar por letra minúscula e terminar em ponto-e-vírgula, exceto a última alínea que termina em ponto final;
- f) o texto da alínea deve terminar em dois pontos, se houver subalínea;
- g) a segunda e as seguintes linhas do texto da alínea começa sob a primeira letra do texto da própria alínea;
- h) subalíneas (ABNT, 2012, 4.3) devem ser conforme as alíneas a seguir:
  - as subalíneas devem começar por travessão seguido de espaço;
  - as subalíneas devem apresentar recuo em relação à alínea;
  - o texto da subalínea deve começar por letra minúscula e terminar em ponto-e-vírgula. A última subalínea deve terminar em ponto final, se não houver alínea subsequente;
  - a segunda e as seguintes linhas do texto da subalínea começam sob a primeira letra do texto da própria subalínea.
- i) no `abnTeX2` estão disponíveis os ambientes `incisos` e `subalneas`, que em suma são o mesmo que se criar outro nível de `alneas`, como nos exemplos à seguir:

---

um espaço simples de entre as linhas e por filete de 5 cm, a partir da margem esquerda. Devem ser alinhadas, a partir da segunda linha da mesma nota, abaixo da primeira letra da primeira palavra, de forma a destacar o expoente, sem espaço entre elas e com fonte menor. ABNT (2011, 5.2.1)

- *Um novo inciso em itálico;*
- j) Alínea em **negrito**:
  - *Uma subalínea em itálico;*
  - *Uma subalínea em itálico e sublinhado;*
- k) Última alínea com *ênfase*.

## A.7 Inclusão de outros arquivos

É uma boa prática dividir o seu documento em diversos arquivos, e não apenas escrever tudo em um único. Esse recurso foi utilizado neste documento. Para incluir diferentes arquivos em um arquivo principal, de modo que cada arquivo incluído fique em uma página diferente, utilize o comando:

```
\include{documento-a-ser-incluido}      % sem a extensão .tex
```

Para incluir documentos sem quebra de páginas, utilize:

```
\input{documento-a-ser-incluido}      % sem a extensão .tex
```

## A.8 Compilar o documento L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X

Geralmente os editores L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X, como o TeXlipse<sup>3</sup>, o Texmaker<sup>4</sup>, entre outros, compilam os documentos automaticamente, de modo que você não precisa se preocupar com isso.

No entanto, você pode compilar os documentos L<sup>A</sup>T<sub>E</sub>X usando os seguintes comandos, que devem ser digitados no *Prompt de Comandos* do Windows ou no *Terminal* do Mac ou do Linux:

```
pdflatex ARQUIVO_PRINCIPAL.tex
bibtex ARQUIVO_PRINCIPAL.aux
makeindex ARQUIVO_PRINCIPAL.idx
makeindex ARQUIVO_PRINCIPAL.nlo -s nomencl.ist -o ARQUIVO_PRINCIPAL.nls
pdflatex ARQUIVO_PRINCIPAL.tex
pdflatex ARQUIVO_PRINCIPAL.tex
```

## A.9 Divisões do documento: seção

Esta seção testa o uso de divisões de documentos. Isto é uma seção.

<sup>3</sup> <<http://texlipse.sourceforge.net/>>

<sup>4</sup> <<http://www.xmlmath.net/texmaker/>>

### **A.9.1 Divisões do documento: subseção**

Isto é uma subseção.

#### **A.9.1.1 Divisões do documento: subsubseção**

Isto é uma subsubseção.

#### **A.9.1.2 Divisões do documento: subsubseção**

Isto é outra subsubseção.

### **A.9.2 Divisões do documento: subseção**

Isto é uma subseção.

#### **A.9.2.1 Divisões do documento: subsubseção**

Isto é mais uma subsubseção da subseção A.9.2.

## **A.10 Este é um exemplo de nome de seção longo. Ele deve estar alinhado à esquerda e a segunda e demais linhas devem iniciar logo abaixo da primeira palavra da primeira linha**

Isso atende à norma ABNT (2011, seções de 5.2.2 a 5.2.4) e ABNT (2012, seções de 3.1 a 3.8).

### **A.11 Consulte o manual da classe `abntex2`**

Consulte o manual da classe `abntex2` (ABNTEX2, 2013) para uma referência completa das macros e ambientes disponíveis. Além disso, o manual possui informações adicionais sobre as normas ABNT observadas pelo `abnTeX2`.

### **A.12 Referência a Acrônimos**

Exemplos do uso de acrônimo, também conhecidos como siglas: Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e Protocolo de Controle de Transmissão (TCP)

Ao utilizar uma abreviação, você deve colocá-la no arquivo `abrev/abreviaturas.tex` e, para utilizar:

❑ `\ac{nome da referência}`

Usado para que apareça no texto **Protocolo de Controle de Transmissão (TCP)**

❑ `\acl{nome da referência}`

Usado para que apareça no texto **Protocolo de Controle de Transmissão**

❑ `\acs{nome da referência}`

Usado para que apareça no texto **TCP**

❑ `\acsp{nome da referência}`

Usado para que apareça no texto **TCPs**