|  |
| --- |
| **FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE**  **TECNOLOGIA EM XXX (NOME DO CURSO)** |

**NOME DO ALUNO**

**TÍTULO DO TRABALHO DE GRADUAÇÃO: subtítulo (se houver)**

**Presidente Prudente – SP**

**ANO**

|  |
| --- |
| **FACULDADE DE TECNOLOGIA DE PRESIDENTE PRUDENTE**  **TECNOLOGIA EM XXX (NOME DO CURSO)** |

**NOME DO ALUNO**

**TÍTULO DO TRABALHO: subtítulo ( se houver)**

Plano de negócios apresentado à Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente, como requisito parcial para obtenção do diploma de Tecnólogo em xxxxxxx (Nome do curso).

Orientador(a): Prof. XXXXX (colocar titulação e nome completo do orientador)

**Presidente Prudente – SP**

**ANO**

**NOME DO ALUNO**

**TÍTULO DO TRABALHO: subtítulo ( se houver)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente, para obtenção do título de Tecnólogo em xxxxxxx (Nome do curso).

Aprovado em: xx de xxxxxxxx de 20xx.

**BANCA EXAMINADORA**

Orientador(a): Prof(a). Titulação Nome Completo

Nome da faculdade que o(a) orientador(a) é vinculado(a)

Cidade da faculdade que o(a) orientador(a) é vinculado(a)

Prof(a). Titulação Nome Completo

Nome da faculdade que o(a) professor(a) é vinculado(a)

Cidade da faculdade que o(a) professor(a) é vinculado(a)

Prof(a). Titulação Nome Completo

Nome da faculdade que o(a) professor(a) é vinculado(a)

Cidade da faculdade que o(a) professor(a) é vinculado(a)

(Modelo de Dedicatória – elemento opcional, a partir do meio inferior da folha )

*À minha família...*

**AGRADECIMENTOS**

O agradecimento é opcional.

Deve ocupar uma página isolada sem medidas padronizadas, ficando sua apresentação a critério do autor.

(Modelo de Epígrafe)

“A epígrafe é opcional, contendo uma citação ou um pensamento, entre aspas (“”), seguido da indicação de autoria” – Fulano de Tal.

Deve ocupar uma página isolada sem medidas padronizadas, ficando sua apresentação a critério do autor.

**RESUMO**

SOBRENOME, Nome. **Título da monografia:** subtítulo se houver. Orientador: Nome do Orientador. Ano. xx (número de folhas) f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Nome do Curso) - Faculdade de Tecnologia de Presidente Prudente, Presidente Prudente, SP, Ano.

Elemento obrigatório. O resumo deve ser escrito em parágrafo único, com espaçamento simples. Consiste na apresentação de forma concisa dos pontos relevantes da pesquisa. Deve dar uma visão sucinta do conteúdo, da metodologia e das conclusões do trabalho, em uma sequência de frases concisas e objetivas, e não de uma simples enumeração de tópicos. Deve usar o verbo na voz ativa, na terceira pessoa do singular, e no passado (tempo verbal). O resumo deve conter entre 250 a 350 palavras. Deve ser seguido, logo abaixo das palavras-chave, separados por ponto e vírgula.

**Palavras-chave:** palavra-chave; palavra-chave; palavra-chave; palavra-chave. (listar pelo menos quatro palavras-chave que descrevem os assuntos do seu trabalho)

**ABSTRACT**

**Título em Inglês**

Elemento obrigatório. Com as mesmas características do resumo em língua portuguesa, digitado em folha separada o ABSTRACT é a tradução para o idioma inglês, o que auxilia na difusão do conhecimento. Deve ser seguido, logo abaixo das palavras-chave (Keywords), separados por ponto e vírgula.

**Keywords:** keyword; keyword; keyword; keyword (traduzir as palavras-chave para a língua inglesa)

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Caso não tenha utilizado ilustrações em seu trabalho, exclua esta página.

Exemplo: ilustrações são figuras (tais como; desenhos, gravuras, mapas, fotografias, lâminas) e devem ser apresentados na mesma ordem em que aparecem no texto, com indicação da página onde estão localizados.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Figura 1 - | Título da figura | 09 |
| Figura 2 - | Palavra palavra palavra | 09 |
| Figura 3 - | Palavra palavra palavra palavra palavra palavra palavra palavra palavra | 10 |
| Figura 4 - | Palavra palavra palavra palavra palavra | 10 |
| Figura 5 - | Palavra palavra palavra palavra palavra | 11 |
| Figura 6 - | Palavra palavra palavra palavra palavra | 11 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**LISTAS DE GRÁFICOS**

Caso não tenha utilizado gráficos em seu trabalho, exclua esta página.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Gráfico 1 - | Título do gráfico 1: subtítulo se houver | 11 |
| Gráfico 2 - | Título do gráfico 2: subtítulo se houver | 15 |
| Gráfico 3 - | Título do gráfico 3: subtítulo se houver | 15 |
| Gráfico 4- | Título do gráfico 4: subtítulo se houver | 27 |
| Gráfico 5 - | Título do gráfico 5: subtítulo se houver | 33 |

**LISTAS DE TABELAS**

Caso não tenha utilizado tabelas em seu trabalho, exclua esta página.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tabela 1 - | Titulo completo da tabela 1: subtítulo, se houver | 08 |
| Tabela 2 - | Título completo da tabela 2: subtítulo, se houver | 10 |
| Tabela 3 - | Título completo da tabela 3: subtítulo, se houver | 12 |
| Tabela 4- | Título completo da tabela 4: subtítulo, se houver | 12 |
| Tabela 5 - | Título completo da tabela 5: subtítulo, se houver | 12 |

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

Caso não tenha utilizado siglas em seu trabalho, exclua esta página.

|  |  |
| --- | --- |
| ABNT | Associação Brasileira de Normas Técnicas |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| EMBRAPA | Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária |
| Fil. | Filosofia |
| trad. | Tradutor |
| IoT | Internet of Things (Internet das Coisas) |

**LISTA DE SÍMBOLOS**

Caso não tenha utilizado símbolos em seu trabalho, exclua esta página

|  |  |
| --- | --- |
| O(n) | Ordem de um algoritmo |
| % | Porcentagem |
| **©** | Copyright |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**SUMÁRIO**

[**1 INTRODUÇÃO** 15](#_Toc195196334)

[**2 A EMPRESA** 16](#_Toc195196335)

[2.1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA 17](#_Toc195196336)

[2.2 MISSÃO 17](#_Toc195196337)

[2.3 VISÃO 17](#_Toc195196338)

[2.4 VALORES 17](#_Toc195196339)

[2.5 VANTAGEM COMPETITIVA 17](#_Toc195196340)

[2.6 LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA 17](#_Toc195196341)

[2.7 EXIGÊNCIAS LEGAIS PARA O FUNCIONAMENTO DA EMPRESA 17](#_Toc195196342)

[2.7 ALIANÇAS ESTRATÉGICAS 18](#_Toc195196343)

[2.8 RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL 18](#_Toc195196344)

[**3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL** 19](#_Toc195196345)

[3. 1 DESCRIÇÃO DO ORGANOGRAMA 19](#_Toc195196346)

[3.2 POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS 19](#_Toc195196347)

[3.3 PLANO DE CARREIRA 19](#_Toc195196348)

[3.4 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO 19](#_Toc195196349)

[**4 PRODUTOS E SERVIÇOS** 20](#_Toc195196350)

[4.1 DESCRIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS (ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS TÉCNICOS) 20](#_Toc195196351)

[4.2 TECNOLOGIA APLICADA AOS PRODUTOS E SERVIÇOS 20](#_Toc195196352)

[4.3 PROPRIEDADE INDUSTRIAL ASSOCIADA (REGISTRO DE MARCAS OU PATENTES) 20](#_Toc195196353)

[4.4 DESCRIÇÃO DE NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS 20](#_Toc195196354)

[**5 PLANO DE MARKETING** 21](#_Toc195196355)

[5.1 DESCRIÇÃO DO SETOR 21](#_Toc195196356)

[5.2 PANORAMA ATUAL E PRINCIPAIS TENDÊNCIAS 21](#_Toc195196357)

[5.3 TAMANHO E TAXA DE CRESCIMENTO DO SETOR 21](#_Toc195196358)

[5.4 MERCADO ALVO (PERFIL DE CLIENTES E CONSUMIDORES) 21](#_Toc195196359)

[5.5 ABRANGÊNCIA DE ATUAÇÃO 22](#_Toc195196360)

[5.6 PESQUISA DE MERCADO 22](#_Toc195196361)

[5.7 OPORTUNIDADES, AMEAÇAS, PONTOS FORTES E FRACOS 24](#_Toc195196362)

[5.8 CONCORRÊNCIA 24](#_Toc195196363)

[5.9 BARREIRAS A ENTRADA NO MERCADO 25](#_Toc195196364)

[5.10 ESTRATÉGIA DE MARKETING 25](#_Toc195196365)

[5.11 ESTRATÉGIA DE MARCA 25](#_Toc195196366)

[**6 PLANO OPERACIONAL** 27](#_Toc195196367)

[6.1 DESCRIÇÃO DE FLUXO OPERACIONAL 27](#_Toc195196368)

[6.2 VANTAGENS COMPETITIVAS NAS OPERAÇÕES 27](#_Toc195196369)

[6.3 DESCRIÇÃO DE FORNECEDORES E TERCEIROS 27](#_Toc195196370)

[6.4 SISTEMA DE GESTÃO 27](#_Toc195196371)

[**6.4.1 Gestão da Qualidade** 28](#_Toc195196372)

[**6.4.2 Gestão da Segurança e Saúde do Trabalhador** 28](#_Toc195196373)

[**6.4.3 Gestão de Impacto Ambiental** 28](#_Toc195196374)

[**7 PLANO FINANCEIRO** 29](#_Toc195196375)

[7.1 CAPITAL PRÓPRIO 29](#_Toc195196376)

[7.2 REMUNERAÇÃO 30](#_Toc195196377)

[7.3 PLANILHAS 30](#_Toc195196378)

[**8 CONSIDERAÇÕES FINAIS** 31](#_Toc195196379)

[8.1 ANÁLISE DE INVESTIMENTO 31](#_Toc195196380)

[**8.1.1 Investimento Inicial** 31](#_Toc195196381)

[**8.1.2 Markup** 31](#_Toc195196382)

[**8.1.3 Demonstração do Resultado de Exercício (DRE)** 32](#_Toc195196383)

[**8.1.4 Ponto de Equilíbrio** 32](#_Toc195196384)

[**8.1.5 Taxa Interna de Retorno (TIR) e Taxa Mínima de Atratividade (TMA)** 32](#_Toc195196385)

[**8.1.6 Payback** 32](#_Toc195196386)

[**REFERÊNCIAS** 33](#_Toc195196387)

[**APÊNDICE A** – Título do Apêndice 35](#_Toc195196388)

[**ANEXO A** – Título do Anexo 14](#_Toc195196389)

# 1 INTRODUÇÃO

A introdução em um Plano de Negócios deverá ter uma escrita direta e objetiva, para incentivar a leitura de todas as etapas do plano de negócio. Deverá ressaltar a importância do negócio a ser implantado, a ideia básica do empreendimento, a proposta para esta investigação e relatar o que será realizado nas diversas etapas do projeto para encontrar a melhor forma de administrar o empreendimento.

Todo o texto deve ser escrito em fonte Arial ou Times, tamanho 12, espaçamento 1,5. Este *template* já está no formato adequado. Escreva diretamente aqui.

Na introdução devem constar os seguintes itens:

* Justificativa: O aluno deve elaborar um texto contendo a justificativa do negócio; a motivação que o levou a empreender nessa área, e a necessidade que este projeto irá atender na sociedade na qual estiver inserido.
* Objetivos gerais: objetivo principal do projeto de pesquisa. Deve ser determinado o problema e o objetivo do plano de negócio. Deve estar diretamente relacionado ao problema, buscar descobrir que informações são necessárias para resolver o problema da pesquisa;
* Objetivo específico: são objetivos que auxiliam na solução do problema ou apenas levantam outras informações. Também pode-se levantar hipóteses, sugerindo o que pode vir a acontecer ou não, ou que será confirmado pelo resultado da pesquisa;
* Metodologia da pesquisa: toda a pesquisa deve ter um percurso a ser seguido que terá por objetivo auxiliar na tomada de decisões, encontrar uma nova oportunidade, solucionar problemas. Para o desenvolvimento da pesquisa, os alunos devem elaborar um roteiro com os procedimentos a serem seguidos, para alcançar as respostas procuradas, deverá explicar o motivo de suas ações, os procedimentos realizados.

# 2 A EMPRESA

Coloque aqui um texto, explicando de forma objetiva, o que será explicado no capítulo.

2.1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Apresentar uma descrição sucinta do negócio da empresa.

2.2 MISSÃO

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto, mas pela sua missão como objetivo da organização e sua função social. Geralmente é divulgada entre os funcionários em quadros e treinamentos e material promocional

2.3 VISÃO

É a determinação de onde a empresa quer chegar a longo prazo. Ela ajuda a determinar a missão da empresa.

2.4 VALORES

Definem formas de relacionamento, tanto interno, quanto perante aos clientes, fornecedores e sociedade.

2.5 VANTAGEM COMPETITIVA

Descrever as vantagens competitivas que a empresa possui. Sempre que for possível, crie elementos de diferenciação para se destacar da concorrência.

2.6 LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

Indique o quadro histórico e geográfico onde sua empresa está localizada.

2.7 EXIGÊNCIAS LEGAIS PARA O FUNCIONAMENTO DA EMPRESA

Apresentar a forma jurídica e as exigências legais para o seu funcionamento; o registro da empresa, o alvará de funcionamento, licença sanitária e demais legislações pertinentes.

2.7 ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

Dentro do marketing cooperativo, uma aliança estratégica é uma colaboração entre duas ou mais entidades para alcançar objetivos de marketing mais eficientes, combinando recursos e esforços para maximizar os resultados. Um exemplo das alianças estratégicas são as *joint venture*.

2.8 RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

A contrapartida da empresa ao meio ambiente, se há programa de neutralização de carbono, reciclagem, logística reversa. Quais atitudes a empresa irá tomar em relação a meio ambiente e a sociedade.

**3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL**

Neste caso, devem ser apresentados o organograma representando a empresa.

3. 1 DESCRIÇÃO DO ORGANOGRAMA

Justifique a escolha do organograma, de acordo com o tipo de negócio e estrutura organizacional.

Deve ser explicada a função de cada sócio, como é organizado a estrutura e os empreendedores da empresa, que não são necessariamente sócios da mesma. Por exemplo: investidores; o próprio dono, quando for o caso de reestruturação.

Atenção: empresas terceirizadas não entram no organograma.

Se for reestruturação de uma empresa, o aluno deverá apresentar o organograma atual e como ficará após a reestruturação

3.2 POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS

Descreva como é realizado o processo de seleção interna e externa da empresa, e as descrições de cargo da empresa.

3.3 PLANO DE CARREIRA

Estruturar o caminho que o colaborador irá trilhar dentro da empresa: competências, promoção, educação continuada, salários, sistema de premiação, participação nos lucros e outros.

3.4 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Como se dará o processo de treinamento da empresa, e como ele será realizado.

**4 PRODUTOS E SERVIÇOS**

Apresentar e descrever os principais produtos e serviços da empresa (definição do composto, mix, entre outros).

4.1 DESCRIÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS (ESPECIFICAÇÕES E REQUISITOS TÉCNICOS)

Descreva os principais produtos e serviços e as ações estratégicas direcionadas ao produto e suas características.

4.2 TECNOLOGIA APLICADA AOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Expor as tecnologias que serão usadas na empresa, destacando o motivo de sua utilização e o ganho para a empresa.

4.3 PROPRIEDADE INDUSTRIAL ASSOCIADA (REGISTRO DE MARCAS OU PATENTES)

Se há a necessidade de patente do produto, criação de nova tecnologia e a inovação tecnológica aplicada a empresa.

4.4 DESCRIÇÃO DE NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Como se dará o crescimento do negócio, o planejamento futuro de atividades da empresa, para escalonar o crescimento.

# 5 PLANO DE MARKETING

Os alunos devem explicar a importância de desenvolver um plano de marketing, tanto a curto quanto a longo prazo. Estabeleça a fatia de mercado que a empresa deseja atingir, comprovando a capacidade produtiva e demanda descobertas no estudo de mercado.

Elabore e apresente como serão desenvolvidas as estratégias de marketing de sua empresa.

## 5.1 DESCRIÇÃO DO SETOR

Apresentar o ramo de atuação; industrial, comercial, prestação de serviços, terceiro setor. Trazer a explicação do ramo especifico

## 5.2 PANORAMA ATUAL E PRINCIPAIS TENDÊNCIAS

Deverá ser apresentado as novas tendências de mercado para o setor e destacar quais foram as tendências escolhidas para o seu Plano de Negócios. Deverá argumentar e trazer referências de autores da área para dar embasamento ao texto, e para comprovar como as tendências serão colocadas em prática.

Pode-se trazer entrevistas com empresários e profissionais da área, desde que com a devida autorização. (Ver modelo **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido** - **TCLE**).

## 5.3 TAMANHO E TAXA DE CRESCIMENTO DO SETOR

Verificar através de dados e estatísticas o tamanho e a projeção de crescimento do setor analisado. Recomenda-se o uso de gráficos para melhor visualização.

## 5.4 MERCADO ALVO (PERFIL DE CLIENTES E CONSUMIDORES)

Analisar, definir e conhecer o perfil dos atuais clientes e consumidores (estudar os hábitos e estilo de estilo de vida); determinar a frequência de uso dos produtos/serviços (dos concorrentes e/ou substitutos)

Apresentar que tipo de *prospects* e/ou clientes a empresa tem e/ou virá a ter: usuários, revendedores, consultores.

A exata definição do público consumidor irá auxiliar o pesquisador na formação de seu universo de clientes.

## 5.5 ABRANGÊNCIA DE ATUAÇÃO

Caracterizar se a empresa é local, regional, estadual ou nacional e sua influência no plano de negócios.

## 5.6 PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado deve compreender as etapas do propósito e objetivo da pesquisa. Explique os tipos de pesquisa adotados, a metodologia utilizada durante o desenvolvimento do plano de negócios; coleta de dados, de que forma será realizada a análise, se a abordagem será qualitativa ou quantitativa, softwares utilizados, tabulação de dados, a bibliografia utilizada e como será gerenciados e/ou previstos os erros no projeto da pesquisa. Esse conjunto de ações são realizadas para a melhor tomada de decisões frente à resolução de problemas.

O aluno trabalhará aqui todo o resultado obtido através dos questionários, entrevistas e outros tipos de pesquisa que forem realizadas. Podem ser tratados na forma de gráficos, tabelas, quadros e relatórios. Todo esse material deve ser analisado e editado pelo aluno, através de recomendações para a solução de problemas da empresa, sempre que for relevante.

Tabelas ou gráficos são elementos demonstrativos de síntese e apresentam informações tratadas estatisticamente. As figuras ou gráficos devem ser identificadas na parte superior, centralizado e precedidos da palavra Figura ou Gráfico seguida do número de ordem de ocorrência em algarismos arábicos, seguidas de travessão e do respectivo título e, ou legenda explicativa e da fonte bibliográfica, se necessário. De acordo com a tabela 1:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tabela 1 – Título da tabela. | | |
| Tabela | Dados | Outros dados |
| Ótima | < 120 | < 80 |
| Normal | < 130 | < 85 |
| Menos\* | 130-139 | 85-89 |
| Mais 1 | 140-159 | 90-99 |
| Tipo 2 | 160-179 | 100-109 |
| Tipo 3 | ≥ 180 | ≥ 110 |
| Observação: coloque aqui a legenda explicativa dos dados acima.  \*Fonte: Local de onde foram retirados os dados / (Ano).Link (se houver) | | |

Imediatamente após a ilustração, deve ser indicada a fonte consultada e, ou legenda explicativa, e da fonte bibliográfica, se necessário. A ilustração produzida pelo autor deve conter a informação: elaborado pelo próprio autor, ou elaboração própria.

As legendas das ilustrações devem ser breves e claras, devendo ser inseridas o mais próximo possível do trecho a que se referem.

A ilustração deve ser citada no texto e inserida o mais próximo possível do trecho a qual se refere. A fonte e a legenda das ilustrações devem acompanhar as margens das ilustrações.

**Figura 1** – Prédio da Fatec de Presidente Prudente - 2015



Fonte: <https://www.cps.sp.gov.br/fatecs/fatec-presidente-prudente>

**Gráfico 1** – Quantidade de alunos por curso



Fonte: elaborado pela própria autora.

Nota: os dados foram coletados durante do 2° semestre de 2023.

## 5.7 OPORTUNIDADES, AMEAÇAS, PONTOS FORTES E FRACOS

Realizar a análise de SWOT (ou análise FOFA), que é uma ferramenta de planejamento estratégico que vai ajudar a delimitar os planos fortes e fracos da empresa e bem como as oportunidades e ameaças do mercado.

Determinar o *Marketing share* (participação do mercado) dentre os principais concorrentes, definir potencial de mercado, apontar se o mercado atual se encontra bem atendido, descobrir melhores oportunidades para o produto/serviço e a melhor participação.

## 5.8 CONCORRÊNCIA

Identificar a concorrência e realizar estudos sobre as características dos concorrentes por meio de realização de entrevista (observação direta), ou através da técnica do Cliente Oculto (observação indireta). Devem ser destacados os 3 principais concorrentes do negócio e realizada uma avaliação comparativa, destacando o momento onde o novo negócio terá vantagem ou desvantagem competitiva em relação ao concorrente.

Nesta parte o aluno deve descrever as pesquisas e entrevistas realizadas com os concorrentes, trazer citações de autores da área e usar outras fontes de pesquisa.

## 5.9 BARREIRAS A ENTRADA NO MERCADO

Verificar as limitações do segmento analisado e os obstáculos que dificultam a entrada de novas empresas no setor de atuação escolhido. As barreiras podem ser econômicas, tecnológicas, sociais, culturais ou legais, que englobam questões de patentes, licenças e regulamentações governamentais.

## 5.10 ESTRATÉGIA DE MARKETING

Definir as ações práticas a ser utilizadas para conquistar os objetivos relacionados a sua marca, e delimitação dos tipos de marketing a serem usados; marketing digital, de conteúdo, de relacionamento, de produto, social, promocional, entre outros

## 5.11 ESTRATÉGIA DE MARCA

Conjunto de processos, atividades e insights que fazem com que a marca gere valor aos seus produtos ou serviços que gere satisfação ao seu público.

5.12 COMUNICAÇÃO (PROMOÇÃO, PUBLICIDADE, MÍDIA)

Divulgações externas: cartão de visitas, folhetos, folder, banner, catálogo, mala direta, rádio, *outdoor*, tv, mídias sociais, entre outros.

5.13 ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Explicar como se dará a comercialização: no ponto de venda, força de venda interna/externa, online, delivery, entre outros.

5.14 ESTRATÉGIA DE COMPOSIÇÃO DE PREÇOS

Conjunto de ações planejadas para que o preço do produto ou serviço seja competitivo, esteja na faixa que o mercado a que se destina pode pagar e considera razoável em função do benefício alcançado pelo produto ou serviço.

5.15 EFEITOS DA SAZONALIDADE

Sazonalidades são as flutuações regulares na procura por produtos e serviços ao longo do ano. Verificar quais épocas ou datas podem impactar de forma positiva ou negativa o seu negócio, e como ele deve se adaptar em termos de estoque, custos e gestão.

**6 PLANO OPERACIONAL**

O autor vai descrever como funcionará o negócio, o layout, capacidade produtiva, necessidade de pessoal, modelo de gestão usado. Pode-se tomar como base os critérios de excelência empresarial. Inserir também os procedimentos operacionais da empresa

6.1 DESCRIÇÃO DE FLUXO OPERACIONAL

Pode-se usar gráficos e fluxogramas para explicar o funcionamento do processo produtivo de vendas.

6.2 VANTAGENS COMPETITIVAS NAS OPERAÇÕES

Descrever as vantagens competitivas que a empresa possui. Sempre que for possível, crie elementos de diferenciação para se destacar da concorrência.

6.3 DESCRIÇÃO DE FORNECEDORES E TERCEIROS

Discutir e analisar os principais fornecedores que irão atender a empresa. Destacar formas de relacionamento comercial da empresa com os fornecedores e realizar entrevistas com os fornecedores, apontando os pontos mais relevantes de cada um.

6.4 SISTEMA DE GESTÃO

É a estrutura organizacional que busca garantir a eficiência e eficácia da empresa, o alcance dos objetivos estratégicos. Descreva aqui o gerenciamento de estoque, vendas, custos, receitas, folhas de pagamento, impostos, clientes e resultados.

Existem diversos tipos de sistemas de gestão e cada um aborda uma área especifica da empresa, com seu foco específico, a seguir:

**6.4.1 Gestão da Qualidade**

O sistema de Gestão da Qualidade (ISO 9001) foca na melhoria contínua dos processos e na satisfação do cliente. Delimite qual modelo de qualidade será utilizado pela empresa e explicitar a sua metodologia.

**6.4.2 Gestão da Segurança e Saúde do Trabalhador**

Implementar e manter sistemas eficazes de gestão e saúde ocupacional. A norma de Gestão de Saúde e Segurança no Trabalho (ISO 45001) foi desenvolvida para ajudar empresas a garantir um ambiente de trabalho seguro e saudável para os funcionários através de uma avaliação de riscos ocupacionais, estabelecimento de políticas e procedimentos, medidas de prevenção e monitoramento e melhoria continua das condições de trabalho

**6.4.3 Gestão de Impacto Ambiental**

É um conjunto de práticas e procedimentos que visam identificar, avaliar, controlar e melhorar o desempenho de uma empresa em relação aos impactos ambientais no meio ambiente, como emissões poluentes, resíduos, uso de recursos naturais, poluição entre outros. Identifique e avalie os riscos associados aos impactos, tanto negativos quanto positivos, e sugira a implementação de medidas para diminuir e prevenir esses riscos.

**7 PLANO FINANCEIRO**

Tem a finalidade de apresentar a viabilidade financeira da empresa objeto do Plano de Negócio. Demonstrar por meio de números prováveis como que a empresa irá se manter. Utilizar demonstrativos, tabelas, quadros ou gráficos. Descrever cada objeto apresentado, tornando clara a estrutura financeira do empreendimento.

No caso de reestruturação, deve-se apresentar as informações obtidas sobre a empresa.

Nesse capitulo se dará a conclusão do trabalho, é importante que seja usada uma linguagem objetiva, focando nos índices financeiros que demonstrem a viabilidade do negócio.

As partes do plano financeiro, que poderão ser analisadas no trabalho são:

* Demonstrativo de investimento;
* Estrutura do Capital: capital próprio ou capital de terceiros;
* Dimensionamento da mão de obra: diretoria/administração e mão de obra indireta; produção ou mão de obra direta; terceirização ou profissionais autônomos;
* Receitas;
* Custos e despesas;
* Rateio (quando necessário);
* Impostos e taxas;
* Demonstrativo de resultado;
* Projeção de fluxo de caixa;

7.1 CAPITAL PRÓPRIO

A estrutura do Capital deverá ser demonstrada por tabela, gráfico ou quadro, ou de forma textual. Deve conter qual parcela total do investimento será proveniente de capital próprio dos sócios, demonstrando a origem dos recursos iniciais.

7.2 REMUNERAÇÃO

Retorno financeiro que os investidores (sócios, acionistas) da empresa, recebem ser através de dividendos, juros (JCP) ou ganhos de capital. Deve ser utilizada a taxa Selic

7.3 PLANILHAS

Explique através de planilhas como está estruturado o planejamento financeiro da empresa.

**8 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Deve ser argumentado por que o autor investiria no plano de negócios apresentado. Segue algumas dicas que podem ser usadas nesse capitulo de fechamento:

* Apresentar a ideia de negócio e o objetivo principal;
* Apresentar a metodologia usada na investigação para comprovação dos fatos apresentados;
* Descrever a pesquisa de campo ou de mercado, as principais conclusões sobre a análise de dados;
* Relatar o que fez com que desse sequência ao plano de negócios, quais as áreas de maior força da empresa (estratégica, marketing, pessoas ou outra), e como ela irá atuar.
* Principais tópicos da área financeira relevantes para que o investimento se torne lucrativo e explicar o motivo de forma sucinta;
* Argumentar em um parágrafo por que o autor investiria no negócio apresentado.

8.1 ANÁLISE DE INVESTIMENTO

Utilizar os mecanismos de análise de investimentos, dentre os citados aqui, ou outros a escolha do autor.

**8.1.1 Investimento Inicial**

É o valor financeiro necessário para que um negócio comece efetivamente a funcionar.

**8.1.2 Markup**

É o preço de margem do produto, geralmente são determinados como uma percentagem dos custos de venda.

**8.1.3 Demonstração do Resultado de Exercício (DRE)**

A DRE é um relatório contábil que detalha as receitas, custos e despesas de uma empresa, para identificação do resultado financeiro de um determinado período.

**8.1.4 Ponto de Equilíbrio**

O Ponto de Equilíbrio (PE) indica o valor de receita em que a empresa não tem livro nem prejuízo. Esse fator é importante para definir metas de vendas e manter a margem de segurança. Pode-se elaborar um gráfico com os valores obtidos entre despesas, margem de contribuição e receita.

**8.1.5 Taxa Interna de Retorno (TIR) e Taxa Mínima de Atratividade (TMA)**

A TIR é a taxa de desconto que torna o Valor Presente Líquido (VPL) de um projeto igual a zero. É a taxa de retorno que o investimento promete ao longo do tempo. A TMA é a taxa de retorno mínima que um investidor espera obter para aceitar um determinado investimento.

**8.1.6 Payback**

É o prazo de retorno do investimento, em quanto tempo a empresa terá retorno do investimento como lucro. Informar a quantidade de meses.

# REFERÊNCIAS

Elemento obrigatório. Essa parte deve ser digitada sem parágrafo e com espaço simples, alinhado à esquerda. Deve-se deixar uma linha (um enter) entre uma referência e outra. Alguns exemplos:

ALVES, D. P. **Título da monografia**: subtítulo. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Nome do Curso) – Nome da Faculdade, Local, Ano. Disponível em http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: 11 abr. 2024 (exemplo de trabalho de conclusão de curso)

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Diretoria Colegiada. Circular nº 3.348, de 3 de mai o de 2007. Altera o Regulamento do Mercado de Câmbio e Capitais Internacionais (RMC CI). **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 144, n. 85, p. 32, 4 maio 2007. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: 11 abr. 2024. (exemplo de legislação)

CAVALCANTI, Jessica. Referência e Citação ABNT de Vídeo do YouTube. Youtube, 25 jan. 2024. 1 vídeo (22 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0xKTP8YdXrw>. Acesso em: 12 abr. 2024. (exemplo de vídeo na internet)

CID, Rodrigo. Deus: argumentos da impossibilidade e da incompatibilidade. In: CARVALHO, Mário Augusto Queiroz et al. **Blog investigação filosófica**. Rio de Janeiro, 23 abr. 2011. Disponível em: [http://investigacao-filosofica.blogspot.com/search/label/Postagens.](http://investigacao-filosofica.blogspot.com/search/label/Postagens.%20) Acesso em: 23 ago. 2011.

COMO escolher uma Mala de Bordo. **Mochilão barato**, 2019. Disponível em: [https://mochilaobarato.com.br/escolher-mala-de-bordo/.](https://mochilaobarato.com.br/escolher-mala-de-bordo/.%20) Acesso em: 25 set. 2019 (exemplo de página da internet sem autoria)

CURITIBA. **Lei nº 12.092, de 21 de dezembro de 2006**. Estima a receita e fixa a despesa do município de Curitiba para o exercício financeiro de 2007. Curitiba: Câmara Municipal, 2007. Disponível em: http://domino.cmc.pr.gov.br/contlei.nsf/98454e416897038b052568fc004fc180/e5df879ac6353e7f032572800061df72 Acesso em: 22 mar. 2007. (exemplo de legislação)

LOCAL. **Lei nº XXX, de XX de mês de ano**. Descrição da lei. Local: Casa Publicadora, [2007]. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: 11 abr. 2024. (exemplo de legislação)

NOME DO PODCAST: título do episódio que será citado. Entrevistada: nome da entrevistada. Entrevistador: nome do entrevistador. Local: produtora, dia, mês e ano. Podcast. Disponível em: <link>. Acesso em: dia mês ano.

PODCAST DO MARKETING DIGITAL: teorias sobre lucratividade. Entrevistada: Bianca Gomes. Entrevistadora: Isabella Herculano. Rio de Janeiro: Agência MKT, 01 dez. 2021. Podcast. Disponível em: [www.podcastmkt/teoriasobrealucratividade.com.br.](file:///C:\Users\Biblioteca\Desktop\BIBLIOTECA\MODELOS%20TCC\Modelos%202024\www.podcastmkt\teoriasobrealucratividade.com.br) Acesso em: 04 dez. 2021. (exemplo de podcast)

PODCAST LXX: Brasil: parte 3: a república. [Locução de]: Christian Gutner. [*S. l.*]: **Escriba Café**, 19 mar. 2010. *Podcast*. Disponível em: [http://www.escribacafe.com/podcast-lxx-brasil-parte-3-a-republica/.](http://www.escribacafe.com/podcast-lxx-brasil-parte-3-a-republica/.%20) Acesso em: 4 out. 2010. (exemplo de podcast)

SANTOS, A.; BARBOSA, E.; SOUZA, K. M. (org.). **Título**. Local: Editora, Ano*. E-book*. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. pdf (formato acessado). Acesso em: 11 abr. 2024. (exemplo de ebook)

SILVA, A. B.; SOUZA, C. D. Título do artigo: subtítulo. **Título completo do periódico**: subtítulo se houver, Local, ano x, v. xx, n. x, ed. xx, p. xx-xx, 11 abr. 2024. DOI: <http://colocar> link do DOI se houver. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: 11 abr. 2024 (exemplo de artigo de periódico)

SOBRENOME, Nome (ou ENTIDADE RESPONSÁVEL). Título do vídeo: subtítulo (se houver). Plataforma, data de publicação. Duração. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: data de acesso.

SOBRENOME, Nome. Título da matéria. **Nome do site**, ano. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: dia, mês e ano. (exemplo de pagina da internet)

SOUZA, E. F. **Título do livro**: subtítulo se houver. xx.ed. Local de Publicação: Nome da Editora, Ano. xx p. v. xx. ISBN 978852120344 . (exemplo de livro)

TÍTULO do post. [Locução de]: Nome do locutor. Local: Produtora, dia mês ano. Podcast. Disponível em: http://Link do endereço eletrônico. Acesso em: data de acesso (exemplo de podcast)

VERÍSSIMO, L. F. Um gosto pela ironia. **Zero Hora**, Porto Alegre, ano 47, n. 16.414, p. 2, 12 ago. 2010. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jspx?uf=1&action=flip>. Acesso em: 12 ago. 2010. (notícia de jornal)

# APÊNDICE A – Título do Apêndice

Elemento opcional. Texto ou documento elaborado pelo autor, visando complementar sua argumentação, sem alterar o conteúdo do trabalho. Para identifica-lo deve-se utilizar letra maiúscula e travessão, com o respectivo título. Exemplo: APÊNDICE A – **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (**TCLE)

# ANEXO A – Título do Anexo

Elemento opcional. Anexos são textos ou documentos que não foram elaborados pelo autor, mas que devem ser incluídos quando são importantes para a compreensão do trabalho, pois servem de fundamentação, comprovação e ilustração. Para identifica-lo deve-se utilizar letra maiúscula e travessão, com o respectivo título. Exemplo: **ANEXO A** **- Instrumento de coleta de dados.**