

Recomendações

Segue as principais recomendações para a elaboração do Plano de Negócios.

Além do relatório, cada equipe deverá realizar uma apresentação em sala, utilizando para esta apresentação, o Power Point (pode ser o PREZI) que também deverá ser inserido no Moodle da disciplina de Empreendedorismo.

- 1.1. Nesta apresentação a equipe deverá abordar os principais temas desenvolvidos no seu Plano de Negócios. Como desenvolveu seu trabalho, quais foram as etapas de pesquisa e os resultados obtidos.
- 1.2. A apresentação deverá ser programada para ser feita entre 10 à 15min e, mais 10 min. para perguntas.
2. **Da forma como deverá ser entregue o relatório do Plano de Negócio:**
 - 2.1. O relatório deverá ser digitado no Word, com fonte Times New Roman, ou Arial tamanho 12.
 - 2.2. Espaço entre linhas igual a 1,5 entre linhas
 - 2.3. Margens, esquerda = 3 cm, direita = 2,5cm, Superior = 2,5 cm, inferior = 2,5cm.
 - 2.4. Todas as páginas deverão ser numeradas.
 - 2.5. O relatório deverá conter as seguintes partes:
 - 2.5.1. 1ª folha - Capa, contendo identificação da universidade, disciplina, **dados do alunos** e Nome/Título do Trabalho e data.
 - 2.5.2. 2ª folha – Sumário descritivo de todas as partes do Plano de Negócios
 - 2.5.3. 3ª folha – Lista de figuras
 - 2.5.4. 4ª folha – Lista de tabelas
 - 2.5.5. 5ª folha – Início do desenvolvimento do Plano de Negócios
 - .
 - .
 - .
 - 4.5.n. Conclusões, referências bibliográficas, apêndice e anexos.

3. Da forma como deverá ser a apresentação:

- 3.1. A apresentação deverá ser digitada no Power Point ou PREZI, com fonte

Times NewRoman, ou Arial tamanho 28 ou 32.

3.2. 1º Slide - Capa, contendo identificação da Universidade, disciplina, dados daequipe e o nome do trabalho e data.

3.3. 2º Slide – Sumário da apresentação (não é do relatório).

3.4. 3º Slide – Início da apresentação.

4. Da avaliação:

4.1. A nota atribuída se dará através da avaliação do relatório do Plano de Negócios e pela forma como a equipe apresentou seu trabalho.

4.2. Serão considerados para efeito de nota no **relatório**:

- a. Se não houve fuga ao tema proposto;
- b. Cópia ou plágio de trabalhos de outros autores;
- c. Atendimento a todas as **etapas** de elaboração do Plano de Negócios;
- d. Profundidade da pesquisa e nos dados levantados para elaboração doPlano de Negócios;
- e. Atendimento as solicitações de elaboração de relatório, item nº 3 (deste documento);
- f. Atendimento a sequência de informações solicitadas que deverão constar no relatório conforme item N° 5 (deste documento).

4.3. Serão considerados para efeito de nota da **apresentação**:

- a. Se não houve fuga ao tema do tema proposto;
- b. Cópia ou plágio de trabalhos de outros autores;
- c. Síntese da elaboração do Plano de Negócios;
- d. Dados e resultados obtidos;
- e. Conclusão;
- f. Linguagem adequada a apresentação;
- g. Uso correto do Power Point.

5 PLANO DE NEGÓCIO

5.1 INTRODUÇÃO

O Plano de Negócios é um documento usado para descrever e apresentar uma determinada empresa aos fornecedores, investidores, clientes, parceiros, empregados etc.

O principal objetivo do Plano de Negócios é: planejar as atividades quando do início de uma empresa ou, quando se procura alavancar o crescimento da mesma.

Dentre as principais funções de um bom Plano de Negócios, está a análise e a identificação dos pontos de riscos, que um determinado negócio pode possuir. Assim será possível definir antecipadamente qual deve ser a estratégia a ser utilizada por essa empresa, para conquistar e ou manter um determinado mercado consumidor.

Outra função do Plano de Negócios, está em poder prever com “grande” exatidão os seus custos, ou seja, quais serão os custos fixos e variáveis desta empresa, que são impactantes no futuro, assim como, poder calcular o seu ponto de equilíbrio.

5.2 DEFINIÇÕES

a. Definição do Negócio.

Neste item, é necessário definir as principais características da empresa, se é uma indústria que entregará um determinado produto ou uma empresa prestadora de serviço.

b. Justificativa do porquê foi optado por esse ramo de atividade?

Neste item, é necessário justificar o porquê os empreendedores optaram por esse ramo de atividade, deverá ser descrito quais foram as oportunidades, ou deficiências de mercado que os fez levar a empreender e a optarem por esse ramo.

c. Descrever qual é o diferencial tecnológico proposto para esse negócio?

Neste item, os empreendedores deverão descrever qual o diferencial tecnológico que está se propondo em relação ao produto ou serviço, o que diferencia esta empresa em relação aos concorrentes já existentes no mercado, tais como tecnologia, etc.

d. Para essa empresa que se pretende iniciar, definir:

- i) Nome de fantasia, que a empresa pretende ser conhecida.
- ii) Definição de Missão para essa empresa.
- iii) Definição de Visão para essa empresa.
- iv) Exemplificação dos principais valores a serem seguidos pela empresa.
- v) Definir a localização desta nova empresa, tais como: endereço, sede própria ou alugada, dimensões, tipo de infraestrutura, etc.

e. Qual a estrutura organizacional da empresa.

Nesse item deve-se descrever como a empresa estará estruturada em relação a função, quais serão os cargos existentes e quais as obrigações que cada um irá desempenhar as atividades básicas (Administrativas, Comerciais e Produtivas) pelo menos.

Definir quem irá ser responsável pelo que, por ex.

- finanças,
- vendas,
- compras,
- desenvolvimento,
- a necessidade de contratação de outras pessoas etc.
-

f. Identificação dos parceiros?

Nesse item será necessário definir quem são os parceiros para o empreendimento proposto, empresas ou instituições que podem auxiliar na estruturação do negócio.

Entende-se por parceiros empresas ou entidades, capazes de auxiliar na organização deste novo empreendimento, com apoio técnico, treinamento, consultorias, desenvolvimento de parcerias para implementação de novos produtos/serviços (utilizar os dados iniciais do CANVAS).

Ex. SEBRAE, Incubadoras, Prefeituras, Órgãos de Fomento do Estado etc.,

g. Perfil dos empreendedores

Esse item deve apresentar as características individuais de cada sócio empreendedores. Qual sua formação, sua experiência anterior, seja no segmento do negócio ou em outras áreas que podem contribuir para viabilização deste negócio proposto.

5.3. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

5.3.1. Mercado Consumidor

Neste item deve-se descrever quem são os clientes ou grupos de clientes que a empresa pretende atender, quais são as necessidades destes clientes e,

como o produto/serviço oferecido poderá atendê-los. Utilizar como fonte de auxílio para definição do mercado o “**Business Model Canvas**”.

COMPLETAR:

a) Caracterizar o consumidor final.

Definir quem é o consumidor final, nível de **renda, sexo, faixa etária** e alguma outra característica própria se for o caso. É importante nessa pesquisa conseguir mensurar o tamanho de nicho de mercado.

b) Quem são seus clientes?

Para o produto ou serviço que está se propondo, os clientes são os próprios consumidores finais, ou são outras empresas, tais como: **atacadistas, varejistas, indústrias**.

c) Esses clientes, onde se localizam?

Esses clientes/consumidores estão localizados em relação à área geográfica, onde?

Por ex.

Somente no município, ou, no município e região metropolitana, no estado, em todo Brasil, etc.

d) Atualmente esses possíveis clientes/consumidores consomem o que dos concorrentes?

Descrever as características **do produto** consumido por esses clientes ou consumidores finais, conforme o tamanho, padrões, técnicas, volume, quantidade, peso, etc., ou do serviço como é executado.

e) Atualmente esses possíveis clientes/consumidores na hora de comprar, decidem comprar porque, como se comportam.

Ao fazer a pesquisa de mercado, cada equipe deverá prestar atenção quanto ao perfil do consumidor que foi descrito no item “a”. Cada equipe, deverá procurar o máximo de informações a respeito do perfil de compra desse cliente. Ou seja, descrever como esse cliente procura por um produto, pelo menor preço, pelo maior prazo para pagamento, pela qualidade, pela existência de garantia, pela marca, pelo tempo de entrega do produto, ou outros fatores que decidem a compra.

- f) Em relação a forma como compram os produtos/serviços adquiridos pelo consumidor.

Descrever qual é o meio utilizado por esses possíveis clientes/consumidores adquirem seus produtos, atualmente os consumidores: por telefone, através de visita de vendedores, catálogos, venda direta, sites da empresa, ou outros meios. (utilizar os canais de venda visto inicialmente no exercício do CANVAS).

- g) Existe sazonalidade para aquisição deste produto/serviço.

Os produtos e serviços que tem atualmente no mercado, dependem de algum tipo liberação governamental, dependem de safra, ou qualquer outro tipo de periodicidade.

5.3.2. Mercado Concorrente

Nesse item deve-se relacionar os principais concorrentes para o negócio proposto, que poderão ser pessoas ou empresas que oferecem mercadorias/serviços iguais ou semelhantes àqueles que serão colocados para o mercado consumidor por sua nova empresa. Utilizar como fonte de auxílio para definição do mercado o “**Business Model Canvas**”.

COMPLETAR:

- a) Quem são os principais concorrentes e seu tamanho.

Nesse item será necessário relacionar e descrever quem são os concorrentes e o que eles oferecem quanto a produtos/serviços. Onde se localizam, qual o seu tamanho.

Essa lista deverá ser a maior e mais abrangente em relação ao negócio proposto. Esta lista deverá constar o nome da empresa, onde se localiza, se é uma empresa antiga, ou não, qual é seu tamanho, (pequena, média ou grande).

Lista no mínimo 10 empresas

- b) Qual é o preço praticado na venda deste produto ou serviço?

Procurar identificar os produtos oferecidos por essas empresas “concorrentes”, qual o valor de venda praticado para os produtos).

Fazer uma tabela de empresas concorrentes e, a cada empresa relacionar os

produtos/serviços oferecidos e os preços de venda.

- c) Qual o meio que os concorrentes utilizam para se efetuar a vendade seus produtos.

Em relação aos produtos colocados no mercado, quais as formas utilizadas por essas empresas para chegar até os clientes/consumidor. Através de venda ao varejo, televendas, vendedores externos, catálogos, sites da empresa, ou outros meios). No item anterior (5.3.1 letra “f”) foi relacionado o interesse do cliente/consumidor na forma de comprar, agora, neste item, deve ser analisado o que os concorrentes oferecem atualmente.

- d) Com relação a forma com que os concorrentes atingem seus clientes.

Nesse item procurar identificar a maneira com que as empresas concorrentes já estabelecidas no mercado oferecem seus produtos/serviços, como elasprocuram conquistar a atenção dos seus clientes/consumidores. Por ex. através da demonstração da qualidade dos produtos, do atendimento, da garantia, do prazo de pagamento, assistência técnica e outros serviços.

- e) Em relação ao que se comenta dos concorrentes, quais seus pontos fortes a destacar?

Nesse item há necessidade de se efetuar uma pesquisa com os clientes dos concorrentes.

Procurar identificar a opinião dos consumidores (clientes) e verificar se eles estão elogiando, ou se fazem algum tipo de comentário favorável em relação a empresa, etc.

Faça uma tabela identificado a opinião dos consumidores relacionando o quecada concorrente tem de pontos positivos.

- f) O mesmo aos pontos fracos existente em seus concorrentes.

O mesmo deve ser realizado aos pontos fracos dessa empresa, quais as deficiências, quais são dificuldades e quais são reclamações dos consumidores (clientes).

Faça uma tabela identificado a opinião dos consumidores relacionando o quecada concorrente tem de pontos negativos.

- g) Com relação a divulgação de seus produtos/serviços, quais os meios mais utilizados pelas empresas concorrentes para chegar

até os consumidores?

Nesse item, verificar como essas empresas “concorrentes”, fazem para divulgar seus produtos ou serviços: jornais, panfletos, faixa, rádio, televisão, mala direta, sites, mídias sociais ou outros meios.

Faça uma tabela identificando a forma como esses concorrentes tem-se utilizado para divulgar seus produtos.

5.3.3. Mercado Fornecedor

Fornecedores são o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a necessidade de uma empresa com equipamentos, matéria prima, mercadorias e outros materiais necessários ao seu perfeito funcionamento.

COMPLETAR:

a) Quais são seus principais fornecedores?

Descrever quem **são** e **onde** se localizam essas empresas que fornecem algum tipo de subsídio, citar nome, endereço e demais dados relevantes.

Lista no mínimo 10 empresas

b) Existe sazonalidade de fornecimento de subsídios?

Em relação ao fornecimento de matéria prima ou serviço, existe algum tipo de sazonalidade. Qual e por quê?

c) Qual é a necessidade de realizar parcerias para fabricar o seu produto e/ou fornecer o seu serviço?

Para o perfeito desenvolvimento do negócio proposto, há necessidade de desenvolvimento de algum tipo de parceria, para desenvolvimento do produto/serviço.

5.3.4. Participação no Mercado

Nesse item para um perfeito desenvolvimento de um Plano de Negócios é necessário identificar a fatia de mercado que a empresa pretende conquistar, onde a empresa pretende estar localizada, ou seja: no município, no estado ou no país, comparando dentre os principais concorrentes já relacionados.

COMPLETAR:

a) Qual é o tamanho atual do mercado.

Determinar qual é o tamanho do mercado que se pretende ingressar, procurar identificar o montante que representa em relação a quantidade de produtos/serviços (100 mil peças, ou 1.000.000 de peças), ou identificar em valores, Milhões de Reais movimentado por ano, ou outra forma de dimensionamento).

b) Qual é o comportamento deste mercado, frente a seu crescimento.

Nos últimos anos (5 ou 10 anos) esse mercado consumidor de produtos/serviços, como tem sido o seu crescimento, procurar identificar a taxa de crescimento anual através de dados/informações de órgãos oficiais ou empresas especializadas. Qual o percentual de mercado atendido (20%, 30%, 50%) pela segmentação de mercado e qual é a participação em percentual de participação dos principais concorrentes. (item 5.3.2 letra “a”) Identificar a participação dos concorrentes a nível local, regional, estadual e nacional.

c) Qual é a intenção desta empresa (no Plano de Negócios) na participação deste mercado

Definir qual é a expectativa (ou o desejo) de participação no mercado (5%, 10%, ou mais). Em quanto tempo a equipe (empreendedores) entende que seja possível atingir a essa meta proposta.

5.4 ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

Cada equipe ao elaborar o seu Plano de Negócio, deve também estar atento que somente um bom PN, não garante que de fato a empresa terá êxito e uma boa receita.

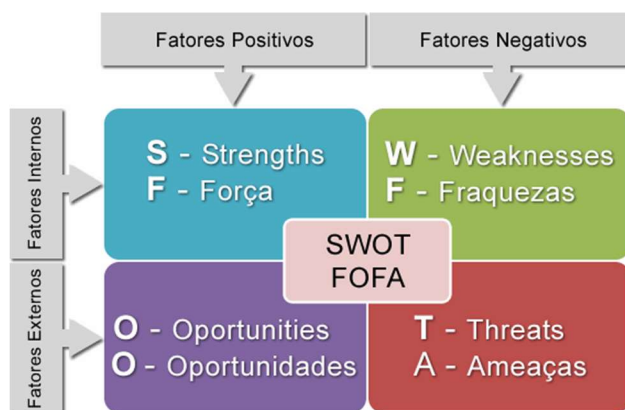
Não basta ter um bom produto, é preciso ter um negócio. Produtos não geram receitas por si só. A forma como são gerados negócios, que geram receitas.

Para que se tenha receita é preciso ter uma estratégia e uma estrutura que permita posicionar o produto no mercado.

É comum empresas que possuem um bom produto “morrerem”, porque não conseguiram encontrar uma maneira de posicionar este produto no mercado desejado.

COMPLETAR:

5.4.1 Análise do ambiente interno e externo da empresa, utiliza-se a análise “SWOT”



a) Forças no ambiente interno

Nesse item os futuros empreendedores (a equipe que está propondo o plano de negócio) deve olhar para dentro de sua empresa, **analisar** e **descrever** quais competências que possui, para enfrentar a concorrência e as mudanças tecnológicas, tanto à nível de pessoas, quanto à nível de tecnologia. (Seria o RX da empresa).

Cada equipe deve descrever quais são as competências, as tecnologias que pretende utilizar e tem domínio, qual deverá ser a política de desenvolvimento a ser adotada, etc.

b) Fraquezas no ambiente interno

Nesse item os futuros empreendedores (a equipe que está propondo o plano de negócio) deve procurar olhar também para dentro de sua empresa/negócio, procurar anteceder o que poderá ocorrer em relação às **mudanças políticas, econômicas, sócio culturais e tecnológicas** que podem interferir no futuro no crescimento de seu negócio, e, descrever/planejar quais serão as estratégias para enfrentamento dessas mudanças, (investimentos, treinamentos, parcerias, etc.) para enfrentar essas mudanças.

Cada equipe deve descrever quais são os investimentos necessários, as tecnologias que pretende utilizar, qual deverá ser a política de desenvolvimento de RH a ser adotada etc.

Análise do ambiente externo

O sucesso de uma empresa está em saber identificar as **oportunidades de crescimento**, assim como **eventuais ameaças**, em função de não realizar determinadas mudanças na hora certa. Na identificação das ameaças e

oportunidades o futuro empreendedor deve olhar para fora de sua empresa e buscar os mais diferentes aspectos que podem afetar seu negócio, assim como novos concorrentes, mudanças no perfil do mercado consumidor, alterações na legislação, aparecimento de novas tecnologias, etc.

COMPLETAR:

a) Quanto às oportunidades.

Nesse item os futuros empreendedores (a equipe que está propondo o plano de negócio) deverão procurar evidenciar as possibilidades futuras de **crescimento do negócio proposto**, ou seja, deverá relacionar a possibilidade de lançar novos produtos no mercado, investir em novos mercados. Os empreendedores devem analisar o futuro da empresa que está estruturando no Plano de Negócios. Deve-se procurar definir quais serão os futuros investimentos. (daqui a 1, 2, ou 5 anos).

d) Quanto às ameaças.

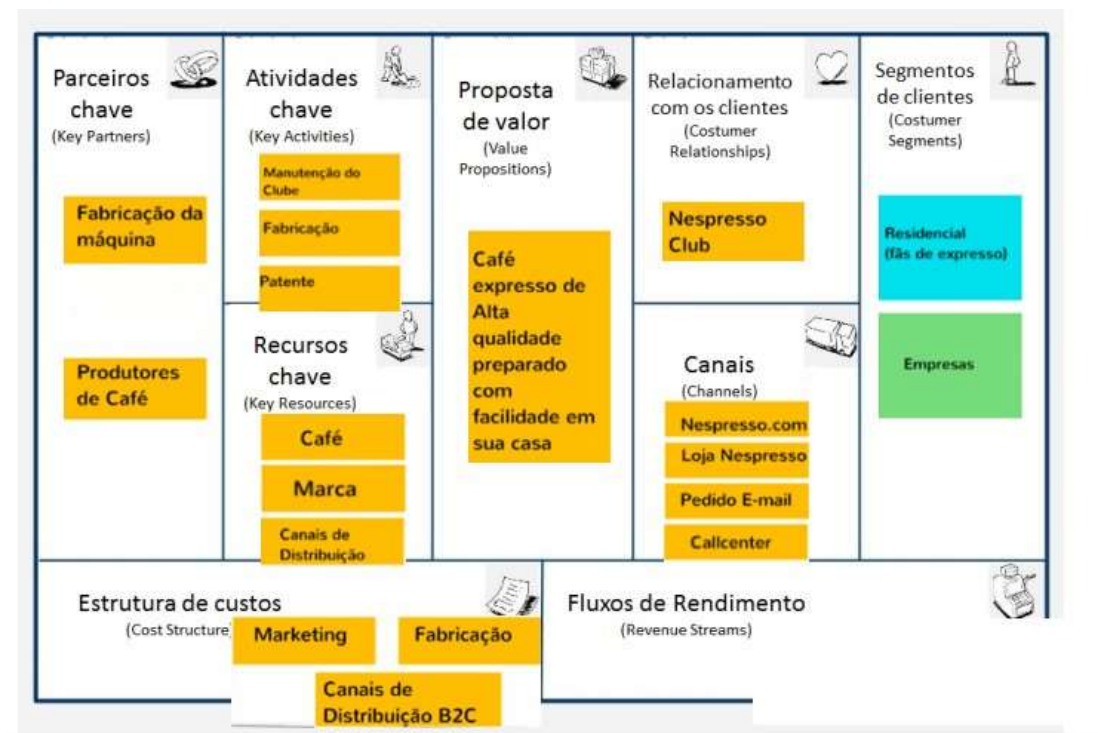
Nesse item os futuros empreendedores (a equipe que está propondo o plano de negócio) deverão procurar descrever todas as ameaças existentes externas, que poderão dificultar o crescimento do negócio (empresa) proposta. Ou seja, a possibilidade de entrada de novos produtos/serviços no mercado desejado pela empresa, ou, eventuais barreiras políticas governamentais, etc.

Por ex. barreiras políticas governamentais de proteção ao mercado interno, falta de incentivo à exportação, crises econômicas que abalam a nossa economia, pandemias, produtos similares importados, questões ambientais, etc.

6 PLANO DE MARKETING

O plano de marketing deve ser desenvolvido com o intuito de definir como a empresa pretende apresentar o seu produto/serviço aos novos clientes/consumidores. O plano de marketing serve também para demonstrar como deverá manter o interesse dos clientes pelos produtos e aumentar a demanda.

O plano de Marketing nada mais é do que a execução de uma estratégia, definida anteriormente em relação ao posicionamento desejado da empresa para o mercado.



COMPLETAR:

- a) Que estratégia adotará para conquistar o mercado frente à concorrência?

Qual seu plano de Marketing para atingir seu cliente, qual é o seu plano de vendas e pós-vendas de seus produtos e ou serviços que será oferecido por sua empresa. (lembrar quais são os canais de vendas propostos no CANVAS).

- b) Por que os futuros clientes comprarão desta nova empresa, quais serão as formas de atender às necessidades?

Explicar o que será oferecido aos clientes, que fará que ele mudar de fornecedor, que vantagem competitiva será oferecida, que diferencial de qualidade do produto e ou serviço será oferecido, qual é a forma que esta empresa (do Plano de Negócios) pretende apresentar para ingressar no mercado e a forma de distribuição que serão adotadas. (descrever qual é a proposta de valor desejada pela equipe ao fazer o CANVAS).

- c) Como esta empresa pretende colocar seu produto nos diferentes locais de venda?

Nesse item será necessário descrever como será feito a distribuição de seus produtos/serviços, informar se as vendas serão feitas diretamente, ou através de outras redes de distribuição como atacadistas, ou através da internet, sites próprios, mídias sociais, etc. (lembrar quais são os canais de vendas propostos no CANVAS).

d) Política de preço do produto ou serviço

Nesse item será necessário descrever a política de preço que será praticado pela empresa, no momento de venda de um produto/serviço ao cliente. Deverá descrever a margem de lucro pretendida, assim como eventuais descontos na compra à vista ou em grande quantidade. Cada caso deverá ser analisado separadamente. (qual é o fluxo de rendimento usara referência do CANVAS).

7 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento financeiro de uma empresa é a etapa fundamental do sucesso ou fracasso desta empresa. Nessa etapa é necessário que os empreendedores levantem minuciosamente todos os custos necessários para abertura do negócio, analisar a viabilidade deste, perante o mercado, assim como, a necessidade de recursos financeiros e de onde virão esses recursos (recursos próprios ou de terceiros).

COMPLETAR:

a) Investimento Inicial:

Nesse item será necessário descrever todos os recursos necessários: como a instalação, suprimentos, equipamentos e mobiliário para que seja possível implantar um negócio. Estas especificações ajudarão no levantamento do custo fixo, ou seja, ativo permanente, necessário para a implantação da empresa.

Para esta etapa será necessário apresentar o **layout** do ambiente que se pretende instalar nessa empresa, tamanho e toda relação de materiais, equipamentos necessários para a execução da atividade, como eventuais reformas que sejam necessárias.

Tabela 01 Investimentos

Item	Características	Quantidade	Preço unitário	Preço total
01	Mesa (tipo).....			
02	Computador (tipo).....			
03	Reforma ou construção do ambiente			
04				

nn				
Total			R\$	R\$

b) Custos e Despesas:

Nesse item, diferente do anterior, será necessário prever os valores referente a realização do produto/serviço que a empresa está se propondo. Deverão ser levantados os custos/despesas **de produção**, custos **de mão de obra**, despesas operacionais para funcionamento, como água, luz, telefone e demais itens decorrentes de uma atividade produtiva/serviço/comércio.

Custos Operacionais, poderão ser divididos em custos fixos e custos variáveis.

Custos fixos:

Item	Características	Valor em Reais/Mês
01	Energia Elétrica	
02	Água	
03	Telefone	
04	Material de expediente e consumo	
05	Aluguel	
06	Condomínio	
07	Contador	
08	Salário de funcionários	
09	Impostos diretos aos funcionários	
10		
11		
	Outros	
Total		R\$

Custos Variáveis:

Item	Características	Valor em Reais/Mês
01	Telefone	
02	Material de expediente e consumo	
03	Juros e despesas bancárias	
04	Propaganda	
05	Manutenção	
06	Combustível	
07	Matéria Prima	
08	Outros	
09		
10		
	Outros	

Total		R\$ _____
-------	--	-----------

8 RECEITAS

As receitas virão através das vendas de produtos/serviços, cuja estratégia já foi definida no **item 6**, nesse item deverá ser feito o levantamento do montante que deverá ser vendido durante o mês e, a projeção para atingir o ponto de equilíbrio.

COMPLETAR:

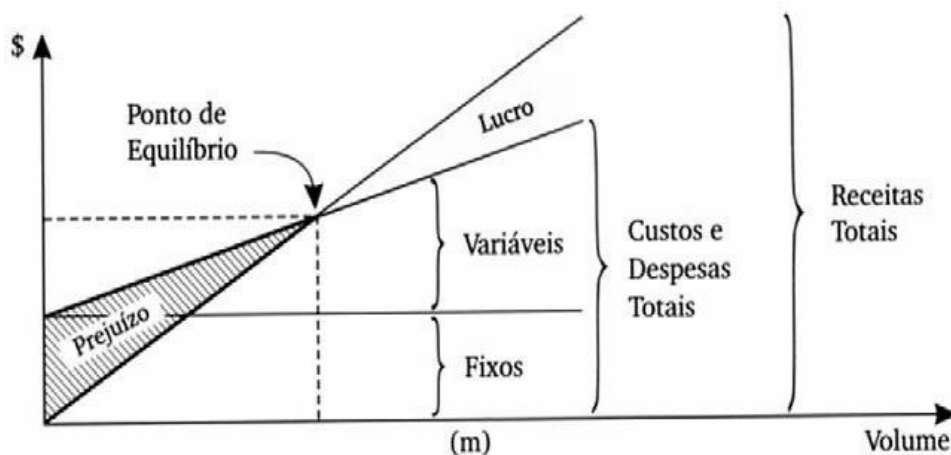
d) Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio, (do inglês *break-even-point*), é a denominação dada ao estudo, nas empresas, principalmente na área da contabilidade, onde o total das receitas é igual ao total das despesas. Neste ponto o resultado, ou lucro final, é igual a zero.

Ver video do Youtube link

=<https://www.youtube.com/watch?v=sfJnYQbdrw> (Este video é apenas uma sugestão para auxiliar no entendimento do que é P.E)

Fonte = <https://images.app.goo.gl/iSxrGWnmBuMuNoT88>



Aqui cada equipe (quem elaborou o Plano de Negócio) deverá apresentar qual deve ser o ponto de equilíbrio, uma vez que já foi definido os investimentos, custos fixos e variáveis.

Apresentar também dentro do planejamento, qual o tempo em meses será necessário para que esta empresa venha a atingir o ponto de equilíbrio.

9 PRODUTO/SERVIÇO

Nesse item o Plano de Negócios da empresa deverá apresentar em forma de tabela a relação de produtos/serviços que serão oferecidos aos consumidores. Será necessário descrever as características dos produtos/serviços oferecidos.

a) Preço

Definir qual é preço do(s) produto(s)/serviço(s) oferecidos pela empresa.

b) Características

Definir qual é o tamanho, volume dos produtos, ou tempo para realizar determinada atividade se for o caso de serviços.

c) Pagamento

A empresa definirá para a atividade qual a forma de pagamento: à vista, à prazo, crediário ou financiamento.

d) Produto

Apresentar o produto final (ou serviço), através de peças, catálogos (ou eletrônicos) e ou mostruários. No caso de produtos além do produto em si, qual será a embalagem utilizada, e quais informações deverão constar nesse produto.

10 CONCLUSÃO

Esse item é etapa final do Plano de Negócios, deverá ser apresentado a conclusão do projeto, tendo como base os valores dos produtos a serem vendidos aos consumidores, quantidade de produtos a serem vendidos por mês e ano, como também o tempo necessário para que a empresa atinja o ponto de equilíbrio.

Como sugestão, para realizar essa conclusão, procurar evidenciar três cenários, 1) O pessimista, 2) O realista e, 3) O otimista. Discutindo cada um isoladamente.

11 ANEXOS

Nesse espaço cada equipe poderá apresentar detalhes (anexos) como layout do ambiente, detalhes do produto, ex. do site da empresa, logomarca da empresa proposta, tudo o que possa contribuir para o entendimento do Plano de Negócio desejado.