

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN
ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM
ADMINISTRAÇÃO**

**BRUNA DE ALMEIDA MACIEL
EMILLY MENESES SILVA
FERNANDA CASTRO DOS SANTOS
HEVELLYN VITÓRIA DOS SANTOS SILVA
KAUA FREITAS DE OLIVEIRA
LUCAS GABRIEL SANTANA DE MIRANDA
MARIA EDUARDA FERREIRA DA SILVA
OTÁVIO MIRANDA OLIVEIRA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**DO. T
APLICATIVO LOCALIZADOR DE EVENTOS**

OSASCO-SP

2023

BRUNA DE ALMEIDA MACIEL
EMILLY MENESES SILVA
FERNANDA CASTRO DOS SANTOS
HEVELLYN VITÓRIA DOS SANTOS SILVA
KAUA FREITAS DE OLIVEIRA
LUCAS GABRIEL SANTANA DE MIRANDA
MARIA EDUARDA FERREIRA DA SILVA
OTÁVIO MIRANDA OLIVEIRA

DO.T
APLICATIVO LOCALIZADOR DE EVENTOS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso do Ensino Médio
Com Habilitação Profissional De Técnico
Em Administração do Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza- Etec
Professor André Bogasian, como parte
dos requisitos necessários à obtenção do
título de técnico administrativo.

Orientadores:
KLEBER TADEU VIEIRA DA ROCHA
LUCIMAR SILVA LIMA ORSI

Osasco-SP
2023

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN - OSASCO**

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO
DE CURSO - TCC.**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Ensino Médio Com Habilitação Profissional De Técnico Em Administração, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores da Obra, **DO.T - APLICATIVO LOCALIZADOR DE EVENTOS**, Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na ETEC Professor André Bogasian, Município de Osasco autorizamos o Centro Paula Souza reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais, a partir desta data, por tempo indeterminado.

OSASCO, 08 DE DEZEMBRO DE 2023.

**BRUNA DE ALMEIDA MACIEL
EMILLY MENESES SILVA
FERNANDA CASTRO DOS SANTOS
HEVELLYN VITÓRIA DOS SANTOS SILVA
KAUA FREITAS DE OLIVEIRA
LUCAS GABRIEL SANTANA DE MIRANDA
MARIA EDUARDA FERREIRA DA SILVA
OTÁVIO MIRANDA OLIVEIRA**

Cientes:

Lucimar Silva Lima Orsi

Kleber Tadeu Vieira da Rocha

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN-OSASCO**

TERMO DE AUTENTICIDADE

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO-TCC

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Ensino Médio Com Habilitação Profissional De Técnico Em Administração na ETEC Professor André Bogasian, município de Osasco declaramos ter pleno conhecimento do Regulamento para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Paula Souza. Declaramos, ainda, que o trabalho apresentado é resultado do nosso próprio esforço e que não há cópias de obras impressas ou eletrônicas, é autêntico e original.

OSASCO, 08 DE DEZEMBRO DE 2023.

BRUNA DE ALMEIDA MACIEL

EMILLY MENESES SILVA

FERNANDA CASTRO DOS SANTOS

HEVELLYN VITÓRIA DOS SANTOS SILVA

KAUA FREITAS DE OLIVEIRA

LUCAS GABRIEL SANTANA DE MIRANDA

MARIA EDUARDA FERREIRA DA SILVA

OTÁVIO MIRANDA OLIVEIRA

OSASCO - SP

2023



Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado à Etec Professor André Bogasian, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração, com nota final igual a _____ conferida pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Kleber Tadeu Viera da Rocha

Lucimar Silva Lima Orsi

Professores Responsáveis pela disciplina e desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso.

Professor Etec Professor André Bogasian

Professor Etec Professor André Bogasian

Professor Etec Professor André Bogasian

OSASCO-SP

2023

RESUMO

O presente relatório representa todo o plano de negócio da empresa DO. T - Aplicativo Localizador De Eventos, ou seja, todas as principais etapas que constituem um plano de negócio, como: Plano de Marketing, Plano Operacional e Plano Financeiro serão encontrados nesse documento.

Através de muita pesquisa e reflexão foi possível construir um projeto de excelência acadêmica e comercial, visando um bom aproveitamento de cada etapa realizada.

Ao longo do desenvolvimento do trabalho, foi apontado as principais características da empresa e as justificativas para a sua criação, que levaram a uma alta probabilidade de crescimento do mercado que atua, com grandes inovações.

Palavras-chave: aplicativo; empresa; comercial; criação.

ABSTRACT

This report represents the entire business plan of the company DO. T - Event Locator Application, that is, all the main steps that specify a business plan, such as: Marketing Plan, Operational Plan and Financial Plan, will be found in this document.

Through a lot of research and reflection it was possible to build a project of academic and commercial excellence, developing a good use of each stage carried out.

Throughout the development of the work, the main characteristics of the company and the justifications for its creation were pointed out, which lead to a high probability of growth of the market in which it operates, with great innovations.

Keywords: Application, company, commercial, creation.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	14
2.1. Dados Da Empresa.....	15
2.1.1 Missão	15
2.1.2 Visão.....	15
2.1.3 Valores	15
2.1.4 Objetivos Estratégicos	16
2.1.5 Natureza Do Negócio	16
2.1.6 Abrangência De Atuação.....	16
2.1.7 Responsabilidade Social	16
2.2 Gerenciamento e Estrutura Organizacional.....	16
2.2.1 Descrição Do Organograma	16
2.2.3.1 Recrutamento E Seleção.....	17
3. PRODUTOS E SERVIÇOS.....	17
3.1 Descrição De Produtos E Serviços.....	17
4. PLANO DE MARKETING.....	18
4.1 Análise De Ambiente.....	18
4.1.1 Fatores Econômicos.....	18
4.1.2 Fatores Socioculturais	19
4.1.3 Fatores Políticos/Legais	20
4.1.4 Fatores Tecnológicos	20
4.1.5 Concorrência	21
4.1.5.1 Concorrentes Diretos.....	21
4.1.5.2 Concorrentes Indiretos	21
4.2 Análise FOFA.....	22
4.2.1 Fatores Internos.....	22

4.2.1.1	Forças.....	22
4.2.1.2	Fraquezas.....	22
4.2.2	Fatores Externos	22
4.2.2.1	Oportunidades	22
4.2.2.2	Ameaças.....	22
4.3	Definição de Público-Alvo	22
4.3.1	Pessoas Físicas.....	22
4.3.1.1	Geográficos	22
4.3.1.2	Demográficos.....	22
4.3.1.3	Psicográficos	23
4.3.1.4	Comportamentais	23
4.4	Definição De Posicionamento De Mercado.....	23
4.4.1	Como O Cliente Vê O Negócio.....	23
4.5	Definição De Marca	23
4.5.1	Nome	23
4.5.2	Slogan	23
4.5.3	Logo.....	24
4.6	Definição Das Estratégias De Marketing.....	24
4.6.1	Objetivos.....	24
4.6.2	Metas.....	25
4.7	Definição Das Estratégias De Marketing.....	25
4.7.1	Cinco P´s Da Estratégia	25
4.7.1.1	Produto:	25
4.7.1.2	Preço:	25
4.7.1.3	Praça:	25
4.7.1.4	Promoção:	26
4.7.1.5	Pessoas:.....	26

4.8	Pesquisa De Mercado	26
4.8.1	Introdução.....	26
4.8.2	Perguntas	26
4.9	Implementação Do Plano De Marketing	27
5.	PLANO OPERACIONAL.....	27
5.1	Layout Geral	27
5.2	Mapa De Risco.....	27
5.3	Capacidade De Atendimento.....	27
5.4	Fluxograma Atendimento	28
5.4.1	Usuário E Equipe.....	28
5.4.2	Parceiros E Equipe	28
5.5	Processos Operacionais	29
5.6	Necessidade Do Pessoal.....	29
5.7	Vantagens Competitivas.....	31
5.8	Descrição De Parceria	31
5.9	Gestão De Qualidade	31
5.10	Gestão De Segurança E Saúde	32
5.11	Gestão De Impacto Ambiental	32
5.12	Gestão De Ação Social	32
6.	PLANO FINANCEIRO	32
6.1	Estimativa Dos Investimentos Fixos	32
6.2	Capital De Giro	33
6.2.1	Contas A Receber	33
6.2.2	Contas A Pagar	33
6.2.3	Necessidade Liquida De Capital De Giro	33
6.2.4	Caixa Mínimo.....	33
6.2.5	Capital De Giro - Resumo.....	33

6.3	Investimentos Pré-Operacionais	33
6.4	Investimento Total.....	34
6.5	Estimativa Do Faturamento Anual Da Empresa	34
6.6	Estimativa Dos Custos Fixos Operacionais Mensais	34
6.7	Demonstrativo De Resultados	34
6.8	Indicadores de viabilidade	34
6.8.1	Lucratividade	35
6.8.2	Rentabilidade.....	35
6.8.3	Prazo De Retorno Do Investimento	35
7.	CONCLUSÃO.....	36
8.	APÊNDICES.....	37
8.1	Organograma.....	37
8.2	Logo Da DO. T	37
8.3	Gráfico 1 – Residem Em São Paulo.....	37
8.4	Gráfico 2 – Região.....	38
8.5	Gráfico 3 – Dificuldades Na Busca	38
8.6	Gráfico 4 – Frequência Em Eventos	38
8.7	Gráfico 5 – Canais De Busca.....	39
8.8	Gráfico 6 – Interessados Na Abertura Do Aplicativo	39
8.9	Design Do Aplicativo	39
8.9.1	Entrar Como Pessoa Jurídica	39
8.9.2	Entrar Como Pessoa Física	40
8.10	Implementação Do Plano De Marketing	41
8.11	Estimativa De Investimentos Fixos	41
8.12	Caixa Mínimo	41
8.13	Capital De Giro	42
8.14	Investimento Pré-Operacional	42

8.15 Investimento Total.....	42
8.16 Estimativa De Faturamento Mensal	43
8.17 Estimativa De Custos Fixos Operacionais Mensais.....	47
8.18 Demonstrativo De Resultados	47
8.19 Lucratividade, Rentabilidade e PayBack.....	47
8.20 Planta Baixa Do Coworking - Layout.....	48
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

1. INTRODUÇÃO

A DO. T é um prestador de serviços, que fornece um aplicativo que facilita a encontrar o evento perfeito para cada perfil.

Através de uma pesquisa de mercado, com intuito de adquirir informações qualitativa, mediante a aplicação do questionário estruturado e aplicado pela empresa, 80% do público demonstrou interesse em utilizar esse serviço, podendo ser notado que teve grande aceitação, considerando ser um novo empreendimento. A Do.t além de inovador no mercado atual, visa o melhor para o seu cliente no âmbito empresarial e social, se comprometendo sempre com a sua intervenção social de encontrar um evento que seja agradável para cada pessoa, podendo alegrar e divertir e incentivar a sair da rotina e ter um momento de paz com alguma pessoa importante.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A DO. T consiste em um aplicativo localizador de eventos em tempo real, feito para facilitar os dias de lazer das pessoas. Basicamente você terá todas as informações básicas sobre cada evento de seu agrado, localização (onde é, como chegar, meios de transporte), cardápio, lotação em tempo real, onde comprar o ingresso (caso o evento escolhido tenha venda ou reserva), fornecendo Data, horário, informações sobre a Linne up (Lista de artistas/ atrações), do dia ou mensal depende do evento escolhido, vai ter área de feedback de cada evento para você saber na sinceridade a opinião das pessoas sobre o lugar que você está escolhendo e dar sua opinião também. Para as empresas a grande chance de crescer mais o seu evento e impulsionar cada vez mais seu local, divulgaremos o seu evento com as informações básicas sobre ele, as pessoas com as quais se encaixam no perfil, receberam notificação sobre ele, e quem buscar por evento em tempo real também receberá, trazendo cada vez mais pessoas para seu evento que poderá ser um cliente frequente no lugar.

A parte pro do aplicativo para clientes contém agenda de datas comemorativas, onde basicamente ele mostrará eventos que ocorreram naquela data e sugestões com base no seu perfil, além de retirar ads, dando a possibilidade de fechar o pacote mensal ou anual, podendo mudar a opção dentro da plataforma. As empresas também poderão escolher se quer fechar o pacote mensal ou anual.

No plano operacional é possível observar que a Do.t visa focar inicialmente no estado de São Paulo, para atrair uma visibilidade positiva para o negócio e atraindo cada vez mais interesses de pessoas e empresas de todo mundo e mais para frente expandir para outros estados.

No plano de marketing é onde se encontra a pesquisa de mercado, responsável pelo maior índice de aceitação do aplicativo no mercado. Através da pesquisa de mercado, a Do.t focalizou em potencializar suas forças e liquidar suas fraquezas ao máximo, focando em satisfazer tanto nossos usuários, quanto as empresas para melhor experiência. Para promover a imagem da Do.t serão utilizadas as redes sociais.

Possuindo um investimento total de R\$264.997,98 adquirido através do financiamento do BNDES. Portanto conclui-se que a empresa é de um setor muito efetivo para ser investido, dando retorno lucrativo para todos os envolvidos.

2.1. Dados Da Empresa

Nome: DO. T – Aplicativo Localizador De Eventos LTDA.

Nome fantasia: DO. T.

E-mail: Do.tappcontato@gmail.com

2.1.1 Missão

A missão da DO. T é oferecer uma experiência de descoberta personalizada e eficiente para todos os usuários e empresas, conectando pessoas a eventos e locais incríveis. Buscamos enriquecer vidas, apoiar a cultura local e em um mundo tão digital, simplificar o acesso ao entretenimento real.

2.1.2 Visão

A visão da DO. T é se tornar a principal plataforma para a descoberta e promoção de eventos locais, conectando pessoas a eventos de seu interesse. Queremos enriquecer a vida das pessoas fortalecer comunidades e oferecer às empresas uma maneira eficaz de alcançar seu público. Em resumo, buscamos ser o catalisador da celebração da cultura, arte, esportes e entretenimento em todo o mundo.

2.1.3 Valores

Inovação: Buscamos constantemente maneiras inovadoras de aprimorar a experiência do usuário e a promoção de eventos.

Integridade: Compromisso com a honestidade, transparência e ética em todas as operações e relações.

Excelência: Busca pela qualidade e desempenho superiores em todos os aspectos das operações e produtos ou serviços oferecidos.

Resiliência: Compromisso com a capacidade de se adaptar e superar desafios, mantendo a determinação e o otimismo, mesmo diante de adversidades.

Sustentabilidade: Compromisso com práticas ecológicas e responsáveis para proteger o meio ambiente.

2.1.4 Objetivos Estratégicos

Crescimento de usuários: Com tráfego pago para alcançar mais usuários e empresas, com intenção de expandir cada vez mais.

Aquisição de assinaturas recorrentes: Atrair empresas de pequena e médio porte e promotores de eventos.

Personalização da experiência: Oferecer recomendações de eventos personalizadas através da inteligência artificial.

Eficácia na promoção: Desenvolver estratégias para ampliar a audiência através das mídias digitais.

2.1.5 Natureza Do Negócio

A Do.t atua no ramo de aplicativo de eventos, apresentando este ramo de uma forma inovadora a população brasileira. O diferencial da Do.t é fornecer todas as informações detalhadas e facilitando a promoção de eventos. Esse negócio gira em torno da tecnologia, marketing de eventos e proporcionar uma experiência conveniente para os usuários.

2.1.6 Abrangência De Atuação

Futuramente a Do.t atuará como um aplicativo em todo o Brasil, expandindo aos poucos para outros países.

2.1.7 Responsabilidade Social

A Do.t se compromete com a responsabilidade social, adotando práticas ambientes conscientes, apoiando causas sociais, promovendo a diversidade e inclusão, e beneficiando a comunidade local, contribuindo para um impacto positivo e sustentável.

2.2 Gerenciamento e Estrutura Organizacional

2.2.1 Descrição Do Organograma

No topo do organograma da Do.t ficam os Diretores Gerais (sócios da organização) responsável por gerir todo o empreendimento. Subordinado aos diretores gerais está o Diretor Comercial, responsável pelo Marketing e a área de TI da empresa. Subordinado também aos diretores gerais está o Diretor Administrativo que é encarregado de passar todas as informações necessárias para o RH e a Contabilidade terceirizada para o bom andamento da empresa.

Apêndice 1 – Organograma

2.2.2 Comitê Diretivo

O comitê diretivo será composto por todos os sócios da empresa:

- ✓ Bruna de Almeida Maciel
- ✓ Emilly Meneses Silva
- ✓ Fernanda Castro dos Santos
- ✓ Hevellyn Vitória dos Santos Silva
- ✓ Lucas Gabriel Santana de Miranda
- ✓ Maria Eduarda Ferreira da Silva
- ✓ Otávio Miranda Oliveira

2.2.3 Política de RH

2.2.3.1 Recrutamento E Seleção

A empresa estabelece o processo de recrutamento dos CLT divulgando as vagas em anúncios colocados nas empresas com parcerias, e através de sites de emprego como linkedin, Nube, infojobs, etc. Já em relação ao processo seletivo, será direto por meio de currículos enviados.

3. PRODUTOS E SERVIÇOS

3.1 Descrição De Produtos E Serviços

A Do. t oferece uma plataforma digital que combina produtos e serviços para atender às necessidades de seus dois principais públicos: usuários finais e contratantes de eventos.

Para os usuários, terá: Descoberta de eventos: a principal funcionalidade permite que os usuários descubram uma ampla gama de eventos locais, desde shows e festivais até esportes e exposições culturais.

Detalhes do evento e recomendações personalizadas: Os usuários podem acessar informações detalhadas sobre os eventos, incluindo datas, horários, localização, lotação, preços de ingressos até mesmo imagens do local, cardápios, compras ou reserva pelo site parceiro e etc. A plataforma utiliza algoritmos de recomendação para sugerir eventos com base nas preferências do usuário, histórico de visualizações e interações passadas.

Feedback: a área de feedback, algum que consideramos extremamente importante na hora de ajudar os usuários a tomar decisões informadas sobre os eventos, com opiniões de pessoas que já foram, outras que frequentam e deixar sua opinião após visitar pela primeira vez.

Para contratantes de eventos:

Promoção de eventos: Empresas e promotores podem listar seus eventos na plataforma, fornecendo detalhes abrangentes para alcançar um público mais amplo.

Ferramentas de promoção: A Do.t oferece ferramentas de análise de dados e estratégias de marketing para ajudar contratantes a promover eventos com sucesso.

Gestão de ingressos: Os contratantes podem gerenciar a venda de ingressos ou reserva de ingresso e acompanhar o desempenho de vendas e reserva pelo site parceiro.

Alcance de público-alvo: A plataforma ajuda contratantes a alcançar seu público-alvo, seja por meio de anúncios direcionados ou promoções específicas.

Análise de Resultados: Acompanhar o desempenho do evento e receber feedback dos participantes é fundamental para melhorar futuras promoções.

Experiência completa de descoberta e participação em eventos locais, enquanto fornecem aos contratantes as ferramentas necessárias para promover e gerenciar seus eventos de maneira eficaz.

4. PLANO DE MARKETING

4.1 Análise De Ambiente

4.1.1 Fatores Econômicos

Segundos a ICCA (Associação Internacional de Congressos e Convenções o Brasil permaneceu em 1º lugar entre os países da América Latina que mais receberão eventos desde 2016. Nesta segunda-feira (8), a ICCA divulgou o ranking anual dos destinos que mais realizam eventos internacionais. Nas Américas, o País fica em terceiro atrás apenas dos Estados Unidos e Canadá. O segmento MICE (Meetings, Incentives, Congress & Events) é o segundo segmento que mais contribui no fluxo internacional de visitantes para o Brasil, logo após do Lazer. Baseando-se

nos dados de impacto econômico apresentados pela pesquisa da FGV, apenas para as ações realizadas pelo Programa de Apoio à Captação e Promoção de Eventos Internacionais no ano de 2016, a Embratur apoiou a entrada de mais de R\$ 300 milhões na economia brasileira até 2025.

"Os eventos incrementam a economia local e contribuem para o desenvolvimento de diversas cidades brasileiras. Se a Embratur tiver mais autonomia na promoção do País, poderá aumentar ainda mais o número de cidades que sediam eventos e criar uma verdadeira cultura de turismo de Negócios e Eventos no Brasil", falou Lummertz.

O ranking da América Latina segue com Argentina (188 eventos), México (182), Colômbia (147) e Chile (104). Dentre as cidades brasileiras, São Paulo é a primeira (62 eventos), fazendo com que mais e mais visitantes queiram conhecer nossa cidade.

4.1.2 Fatores Socioculturais

Os fatores socioculturais desempenham um papel crucial no sucesso de empresas e produtos, influenciando como as pessoas interagem e adotam novas tecnologias. No contexto do aplicativo DO. T, esses fatores desempenham um papel significativo na forma como o aplicativo é recebido e utilizado pelas comunidades.

A diversidade cultural, cada cultura possui suas próprias preferências e tradições de entretenimento. Eventos que são populares em uma região podem não ter o mesmo apelo em outra. Portanto, o aplicativo deve ser adaptável para incluir uma ampla variedade de tipos de eventos, desde festivais tradicionais até exposições contemporâneas, para atender às diferentes expectativas culturais. Além disso, os hábitos de lazer e entretenimento variam de acordo com cada cultura. Alguns podem preferir eventos ao ar livre, enquanto outros podem se inclinar para ambientes fechados. Conhecer essas preferências ajuda a personalizar a oferta do aplicativo, garantindo que ele proporcione opções relevantes e atraentes para cada usuário. O calendário de eventos locais também desempenha um papel importante. Feriados, festivais e eventos especiais fazem parte da vida cultural de cada região. Integrar esses eventos ao aplicativo não apenas mantém os usuários atualizados, mas também cria uma conexão mais profunda entre o aplicativo e as tradições locais.

O comportamento digital também é moldado pela cultura. Alguns usuários podem ser mais ativos nas redes sociais, enquanto outros podem preferir formas mais diretas de comunicação. Adaptar a interface e as interações do aplicativo para juntar comportamentos é fundamental para manter os usuários engajados. A acessibilidade e inclusão também são aspectos socioculturais importantes. Certos grupos culturais podem ter necessidades específicas em relação à acessibilidade e o aplicativo mostrando imagens e informando isso, sendo projetado de forma que conseguimos atender a essas demandas para garantir uma experiência inclusiva para todos. DO. T aplicativo localizador de eventos, estamos dispostos a se adaptar as diferentes realidades de cada região, demonstrar sensibilidade cultural. Isso não apenas aumenta a aceitação do aplicativo, mas também ajuda a construir uma base de usuários leais e engajados, ao proporcionar experiências alinhadas com as expectativas socioculturais específicas.

4.1.3 Fatores Políticos/Legais

- Código de Defesa do consumidor (lei N°8.078, de 11 de setembro de 1980)
- Lei N°12.965/2014 (marco civil da internet)
- Lei geral da proteção de dados- LGPD (BRASIL-2018) n°13.709/18
- Lei Carolina Dieckmann (Brasil-2012) N°12.737/12.

4.1.4 Fatores Tecnológicos

Fator 1: Inteligência artificial (AI): Chatbot é um programa de computador que tenta simular um ser humano na conversação com as pessoas. O objetivo é responder as perguntas de tal forma que as pessoas tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa e não com um programa de computador.

Fator 2: PostgreSQL: PostgreSQL é um sistema gerenciador de banco de dados objeto relacional, desenvolvido como projeto de código aberto.

Fator 3: Django: Em suma, esse framework é utilizado na facilitação e otimização de tempo do desenvolvimento de projetos web por meio da linguagem de programação Python.

Fator 4 :JavaScript -Programação que permite a você implementar itens complexos em páginas web, responsável pelo Front-end (experiência do usuário dentro de uma aplicação web, ele quem carrega, quem desenha e desenvolve as páginas com as quais irão interagir), e no Back-End (onde os dados são tratados, e

onde são feitas as requisições para o banco de dados para inserir, ler, arquivar esses dados).

Fator 5: Python- Para o Desenvolvimento de Machine Learning (Sistemas recomendados e de reconhecimento - Faz recomendações baseadas no seu histórico e histórico de Imagem).

Fator 6: Armazenamento de Dados - Armazenado na chamada nuvem", é um modelo de computação em nuvem que armazena dados na internet por meio de um provedor que gerencia e opera o armazenamento físico de dados como serviço, por exemplo o Backup de Fotos do celular no Google Fotos, ou de arquivos, no Google Drive. Os melhores serviços são: Amazon Cloud Drive, Box Drive, Dropbox.

4.1.5 Concorrência

O mercado de aplicativos localizadores de eventos pode ser competitivo, pois existem várias empresas que oferecem serviços semelhantes.

4.1.5.1 Concorrentes Diretos

Meetup: Foca em conectar pessoas com interesses similares, permitindo que grupos organizem e encontrem eventos locais relacionados a seus hobbies e interesses.

Facebook Events: O Facebook possui uma seção dedicada a eventos, onde os usuários podem criar, compartilhar e encontrar eventos locais.

Time Out: Esta plataforma oferece listagens de eventos, restaurantes, bares e atrações locais em várias cidades ao redor do mundo.

Eventful: Oferece um serviço de descoberta de eventos locais e permite que os usuários personalizem suas preferências para receber recomendações personalizadas.

4.1.5.2 Concorrentes Indiretos

Eventbrite é uma plataforma completa de venda de ingressos e marketing, com tudo que você precisa para, de forma on-line, vender ingressos de eventos para o público certo.

Songkick: Concentra-se em eventos musicais, ajudando os usuários a rastrear seus artistas favoritos e descobrir concertos locais

StubHub: Conhecido principalmente pela venda de ingressos, a plataforma também oferece informações sobre eventos locais e a possibilidade de comprar ingressos.

Bandsintown: Similar ao Songkick, este aplicativo se concentra em eventos musicais, alertando os usuários sobre shows e apresentações de seus artistas favoritos.

4.2 Análise FOFA

4.2.1 Fatores Internos

4.2.1.1 Forças

Fornecer recomendações personalizadas, detalhes precisos e uma experiência do usuário intuitiva.

4.2.1.2 Fraquezas

Dependência tecnológica.

4.2.2 Fatores Externos

4.2.2.1 Oportunidades

Como crescimento do mercado de apps, colaborações com organizadores de eventos, integração com redes sociais e expansão para nichos de eventos específicos.

4.2.2.2 Ameaças

Concorrência forte de plataformas similares, mudanças nas preferências dos usuários, problemas técnicos, preocupações de privacidade, regulamentações em constante evolução, dependência excessiva de parceiros, avanços tecnológicos, desenvolvimentos inesperados no mercado, mudanças nas políticas de distribuição e baixa fidelidade dos usuários.

4.3 Definição de Público-Alvo

4.3.1 Pessoas Físicas

4.3.1.1 Geográficos

Pessoas que residem no estado de São Paulo.

E as empresas contratantes também.

4.3.1.2 Demográficos

Pessoas com acesso a dispositivos móveis e internet, acima de 16 anos.

Empresas de entretenimento, agências de marketing, promotores de eventos, locais de eventos.

4.3.1.3 Psicográficos

Composto por indivíduos sociais, culturalmente curiosos e entusiastas do entretenimento.

Empresas que priorizam o aumento do reconhecimento da marca, geração de vendas e conscientização sobre seus eventos

4.3.1.4 Comportamentais

Composto por indivíduos que frequentemente participam de eventos locais, buscam novas experiências de entretenimento e valorizam informações detalhadas sobre eventos. Eles são adaptadores tecnológicos, socialmente engajados e procuram valor agregado, conveniência e recomendações personalizadas.

Empresas que adotam estratégias direcionadas e personalizadas para atingir seu público específico, que buscam aumento do público e ROI (Retorno sobre investimento).

4.4 Definição De Posicionamento De Mercado

4.4.1 Como O Cliente Vê O Negócio

O usuário vê o aplicativo como um facilitador de encontrar festa, tornando mais fácil para as pessoas encontrarem festas e eventos interessantes na área. Ele permite que os usuários saiam de casa e participem de atividades sociais de forma mais rápida e conveniente. E a empresa como um meio de oportunidade de aumentarem suas vendas e visibilidade, usando o marketing do aplicativo.

4.5 Definição De Marca

4.5.1 Nome

O aplicativo conecta a pessoa ao ponto de interesse, em inglês ponto é **dot** e colocando do.t colocaria duas palavras em uma só **do it** (faça isso, se mexe e faz isso). **DO. T corra atrás do seu ponto de interesse.**

4.5.2 Slogan

DO. T, guiando experiências.

4.5.3 Logo

O ícone da nossa logo foi inspirado em um tipo de high-tech, que traduzido do inglês significa alta tecnologia, ou seja, você em contato com as inovações e com o que há de mais recente no mercado.

E nas cores, optamos por usar esse degradê de cores fluorescente, que dão uma injeção de alto astral e energia aos designs.

A literatura sobre as cores explica que o Azul é uma cor que transmite confiança e ordem, o roxo que é a cor da "realeza" transmite luxo e sabedoria. E o rosa dá a ideia de diferenciação e inovação, com isso tende a despertar o desejo dos consumidores de conhecer produtos e serviços novos

Apêndice 2- Logo Da DO. T

4.6 Definição Das Estratégias De Marketing

4.6.1 Objetivos

Melhorar a Descoberta de Eventos: Desenvolver algoritmos de recomendação eficazes que ajudem os usuários a descobrirem eventos alinhados com seus gostos pessoais.

Fornecer informações: Garantir que o aplicativo forneça informações abrangentes sobre eventos, incluindo datas, horários, preços, atrações, localizações e disponibilidade de ingressos pelo parceiro.

Promover a Segurança e a Privacidade: Proteger a privacidade dos usuários e garantir a compra segura de ingresso ou fazer reservas para eventos com o sympla.

Expandir a Base de Usuários: Atrair e reter um número crescente de usuários, expandindo para novas áreas geográficas.

Melhorar a Satisfação do Cliente: Manter uma alta classificação e avaliação média nas lojas de aplicativos, responder prontamente às consultas dos usuários e resolver problemas de forma eficaz.

Gerar Receita Sustentável: Implementar modelos de monetização que equilibrem a geração de receita com a satisfação dos usuários, como publicidade direcionada e vendas de ingressos.

4.6.2 Metas

Fornecer Detalhes Abundantes: Completude das Informações de Eventos: Garantir que 96% dos eventos listados tenham informações completas (data, horário, preço, localização, atrações etc.) até o final do próximo mês.

Promover a Segurança e a Privacidade: Zero Incidência de Violações de Dados: Manter um registro de segurança limpo, sem incidentes de violação de dados pessoais de usuários ao longo do ano.

Estabelecer Parcerias Estratégicas: Parcerias de Alto Perfil: Fechar parcerias com 110 organizadores de eventos de alto perfil até o final deste ano.

Melhorar a Satisfação do Cliente: Classificação Média nas Lojas de Aplicativos: Manter uma classificação média nas lojas de aplicativos de 4,5 estrelas ou mais ao longo do ano.

4.7 Definição Das Estratégias De Marketing

4.7.1 Cinco P's Da Estratégia

4.7.1.1 Produto:

- Oferece um aplicativo intuitivo e amigável para localizar eventos locais.
- Recursos como recomendações personalizadas, detalhes abrangentes de eventos e interações sociais contribuem para uma experiência rica.
- O aplicativo busca ser confiável, atualizado e em conformidade com as preferências culturais.

4.7.1.2 Preço:

- O preço pode variar, dependendo do modelo de negócios escolhido. Pode ser um aplicativo gratuito com opções de compra no aplicativo para recurso pro.
- O preço deve ser competitivo em relação a outros aplicativos semelhantes, considerando o valor oferecido aos usuários.
- O preço para contratantes pode variar, dependendo do modelo que também pode ser escolhido dentro do aplicativo, opção mensal ou anual.

4.7.1.3 Praça:

- O aplicativo pode ser disponibilizado em lojas de aplicativos como a App Store e o Google Play, facilitando o acesso para os usuários.

- Parcerias com organizadores de eventos e locais para acesso a informações sobre eventos pode ampliar a gama de conteúdo disponível.

4.7.1.4 Promoção:

- A promoção destaca os diferenciais da DO.t, como recomendações personalizadas, detalhes abrangentes de eventos e interações sociais.
- Estratégias de marketing digital, publicidade online e uso de redes sociais, aumentando a visibilidade do aplicativo.
- Colaborações com influenciadores locais ou personalidades culturais uma maneira eficaz de promover o aplicativo.

4.7.1.5 Pessoas:

- A equipe por trás deve ter habilidades em desenvolvimento de aplicativos, design, marketing e gerenciamento de produtos.
- O atendimento ao cliente e o suporte devem ser ágeis e responsivos para lidar com dúvidas e problemas dos usuários.
- Estabelecer parcerias com organizadores de eventos, locais e influenciadores locais pode envolver a comunidade e ampliar a base de usuários.

4.8 Pesquisa De Mercado

4.8.1 Introdução

A pesquisa de mercado foi feita com o intuito de esclarecer dúvidas existentes nas hipóteses, através de perguntas qualitativas e quantitativas, possibilitou a equipe um conhecimento sobre seu público-alvo e sobre a relevância do nosso aplicativo em sociedade brasileira. Esse processo foi de grande importância em todo o planejamento de todas as funcionalidades do aplicativo e de todo o projeto como um todo.

Foi realizado no Google Forms com total de 122 respostas.

4.8.2 Perguntas

Apêndice 3 – Gráfico 1: Residem em São Paulo.

Apêndice 4 - Gráfico 2: Região.

Apêndice 5 - Gráfico 3: Dificuldades Na Busca.

Apêndice 6 - Gráfico 4: Frequência. Em Eventos.

Apêndice 7 - Gráfico 5: Canais De Busca.

Apêndice 8 - Gráfico 6: Interesse dos usuários.

4.9 Implementação Do Plano De Marketing

A do.t implementa o plano de marketing executando estratégias para a realização dos objetivos da empresa, fazendo uma boa divulgação para atrair os clientes, facilitando em vários aspectos principalmente com marcas parceiras, mantendo o aplicativo atualizado, entre outros. Tendo assim o interesse e satisfação dos clientes.

Apêndice 10 - Implementação Do Plano De Marketing.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1 Layout Geral

O escritório da empresa, consiste em um espaço coworking, alugado somente para nos reunir 2 vezes por mês, devido ao processo operacional ser terceirizado e o serviço que será feito pelos sócios da empresa, ser realizado de maneira home office. O espaço alugado é equipado com todos os móveis necessários e equipamentos de segurança obrigatório, dessa forma a empresa terá uma redução nos investimentos pré-operacionais, podendo investir em promover cada vez mais o aplicativo. Está localizado na Rua Tenente Aviador Mota Lima, 170

Apêndice 20 – Planta Baixa Do Coworking - Layout

5.2 Mapa De Risco

O Mapa de Risco responsabilidade do serviço terceirizado, ou seja, do prédio alugado pela nossa empresa.

Apêndice 20 – Planta Baixa Do Coworking - Layout

5.3 Capacidade De Atendimento

A previsão da empresa DO. T é de atender em média 180 clientes diariamente no chat do aplicativo, visando o melhor atendimento dos clientes e sua satisfação total. E uma previsão de 6 reuniões com empresas em média de 50 minutos cada, por dia.

A DO. T terá seu horário de funcionamento da seguinte forma:

Horário de atendimento das 08:00 às 18:00 de segunda-feira a sexta-feira, o chat será a única função de contato com a equipe que funcionara de fim de semana.

5.4 Fluxograma Atendimento

5.4.1 Usuário E Equipe

O usuário vai baixar o aplicativo na play store ou app store, quando o download estiver concluído, vai abrir o aplicativo DO.T, ele vai se cadastrar ou fazer login, logo após termino dessa etapa, o usuário vai navegar pelos eventos e pode encontrar um problema ou ter uma dúvida, o usuário acessa a seção de suporte ou atendimento no aplicativo, o usuário escolhe entre opções de suporte, como “contate-nos” ou “ perguntas frequentes”, se o usuário escolher por “Contate-nos” para assistência individual, ele vai enviar uma mensagem detalhando seu problema ou pergunta, a mensagem ira ser encaminhada para a equipe de suporte, a equipe recebe a mensagem e avalia o problema ou a pergunta, responde à mensagem do usuário com uma solução ou esclarecimento, o usuário recebe a resposta pode continuar a conversa se necessário, caso não seja necessário a interação é encerrada, se necessário, a equipe pode solicitar informações adicionais ou realizar ações especificas para solução do problema, o usuário recebe assistência adicional ou instruções, quando o problema é resolvido, a interação é encerrada.

5.4.2 Parceiros E Equipe

O parceiro (organizador de eventos ou local) entra em contato com a equipe DO.T, para enviar solicitação de parceria ou informações sobre um novo evento , a equipe de gerenciamento receberá a solicitação, a equipe de gerenciamento irá avaliar a solicitação e a viabilidade da parceria/evento, a equipe responde ao parceiro com aprovação, solicitando informações adicionais ou recusa, se aprovado, o parceiro fornece informações detalhadas sobre, o evento, incluindo datas, localização, atrações, preços e etc. A equipe DO.T confirma a inclusão do evento no aplicativo e cria uma página de evento, logo em seguida é disponibilizado no aplicativo para visualização dos usuários, os usuários podem visualizar detalhes do evento e optar por participar ou comprar ingressos (se necessário), o parceiro recebe notificações de participação de usuários e detalhes de vendas de ingressos (se aplicável) , o parceiro realiza o eventos conforme planejado, acompanha o

desempenho do evento e coleta de feedback dos usuários, a equipe DO.T e parceiro avaliam o sucesso da parceria e discutem oportunidades futuras, se houver mais eventos planejados, o ciclo de parceria se repete, caso seja um evento continuou continuará disponível dentro do aplicativo.

5.5 Processos Operacionais

O usuário entra em contato com o suporte ou atendimento do DO. T, a equipe de atendimento recebe a solicitação ou mensagem do usuário, a equipe de atendimento avalia a natureza da solicitação (suporte técnico, dúvida, sugestão etc.). Se a solicitação é técnica: a equipe de atendimento direciona a solicitação para o suporte técnico, o suporte técnico analisa o problema e fornece uma solução, se o problema é resolvido, a interação é encerrada, se necessário a interação continuará com suporte técnico até a resolução completa, se a solicitação não é técnica: Equipe de atendimento responde a dúvida, sugestão ou solicitação do usuário, se a questão do usuário for resolvida, a interação é encerrada, se necessário, a equipe de atendimento pode continuar a interação até a resolução completa, após resolução ou conclusão de interação, a equipe de atendimento registra detalhes relevantes, feedback do usuário é coletado para avaliar a qualidade do atendimento, se necessário, a equipe de atendimento pode realizar ações de acompanhamento ou monitoramento para garantir a satisfação do usuário.

5.6 Necessidade Do Pessoal

Requisitos e expectativas da equipe que trabalha no desenvolvimento, operação e atendimento do aplicativo. Estas necessidades podem incluir:

Habilidades Técnicas e Conhecimento: A equipe precisa de habilidades técnicas relevantes, como programação, design de aplicativos, gerenciamento de banco de dados e análise de dados, para desenvolver, manter e aprimorar o aplicativo.

Recursos Tecnológicos: Para desenvolver e operar o aplicativo com eficiência, a equipe precisa de acesso a hardware e software adequados, bem como a ambientes de desenvolvimento e teste.

Treinamento e Desenvolvimento: A formação contínua e o desenvolvimento profissional são importantes para manter a equipe atualizada com as últimas tecnologias e práticas de desenvolvimento de aplicativos.

Comunicação Eficaz: Habilidades de comunicação são necessárias para colaboração eficaz dentro da equipe, bem como para interagir com os usuários e parceiros.

Gestão de Projeto: A equipe deve ser capaz de gerenciar projetos, definir metas, prazos e planejar recursos de forma eficaz para garantir o desenvolvimento e a manutenção adequados do aplicativo.

Suporte ao Cliente: Membros da equipe que lidam com atendimento ao cliente precisam de habilidades de atendimento ao cliente, empatia e capacidade de resolução de problemas para ajudar os usuários com suas necessidades e preocupações.

Segurança de Dados e Privacidade: A equipe deve estar ciente das melhores práticas de segurança de dados e privacidade para proteger as informações dos usuários.

Conhecimento de Mercado: Compreender as tendências do mercado de localização de eventos e as necessidades dos usuários é fundamental para tomar decisões estratégicas informadas.

Criatividade e Inovação: A capacidade de pensar de forma criativa e inovadora é importante para desenvolver recursos diferenciados que mantenham o aplicativo competitivo.

Liderança e Gestão: Equipes de gerenciamento precisam de habilidades de liderança para orientar suas equipes e tomar decisões estratégicas.

Flexibilidade e Adaptação: A capacidade de se adaptar a mudanças tecnológicas, regulatórias e de mercado é importante para garantir a relevância contínua do aplicativo.

Motivação e Engajamento: Um ambiente de trabalho motivador e um senso de propósito podem aumentar a produtividade e a satisfação da equipe.

Atender às necessidades da equipe é fundamental para garantir que o aplicativo DO.t seja desenvolvido e operado com eficácia e eficiência, proporcionando uma experiência de usuário de alta qualidade e alcançando o sucesso no mercado.

Estaremos com 8 funcionários na empresa e 4 funcionários terceirizados.

5.7 Vantagens Competitivas

Experiência: Possibilita que o aplicativo entregue os eventos para as pessoas certas e oferecendo uma ótima experiência e segurança para nossos clientes nos eventos

Proximidade: Não adianta oferecer lugares que está longe do seu público. A distância pode ser um fator de desistência para muitas pessoas.

Informações atualizadas: Podendo acessar e encontrar informações em qualquer momento pelo aplicativo.

Aumento da participação: Os usuários podem interagir durante o evento fazendo perguntas, enviando fotografias na área de feedback, tudo em tempo real.

5.8 Descrição De Parceria

As parcerias do do.t serão o sympla, Uber, 99, moovit e waze e cada um terá como funções específicas no uso do aplicativo.

sympla: realização remota de eventos, possibilitando que pessoas que organizam e participam de eventos também vivam experiências online, e disponibilizando a compra de ingressos

Uber: facilitar a locomoção dos usuários para os eventos desejados.

99: é uma das opções disponíveis para o transporte de pessoas a um endereço específico.

Moovit: para guiar as pessoas de maneira simples e eficiente, combinando meios de transportes públicos.

Waze: navegação por GPS e que contém informações de usuários e detalhes sobre rotas, dependendo da localização do dispositivo portátil na rede.

5.9 Gestão De Qualidade

A empresa Do.t trabalha diariamente para cumprir com a qualidade de serviço para cumprir com a sua proposta de criar boas memórias para seus usuários com bons eventos, prezando sempre pela segurança dos dados de seus usuários com um sistema altamente qualificado para essa segurança.

Com os feedbacks de seus usuários e clientes a Do.t resolvendo os problemas apontados para melhor satisfação.

5.10 Gestão De Segurança E Saúde

A proposta utilizada pela Do.t será de coworking onde os colaboradores deixaram o mapa de risco exposto para os funcionários da equipe, a limpeza do ambiente utilizado também será disponibilizada pelos colaboradores, assim prevenindo riscos biológicos do local, o escritório terá também: câmeras, extintores, alarmes de incêndio.

5.11 Gestão De Impacto Ambiental

Objetivo desenvolver projetos ambientais, de forma mensal ficaremos com um ecoponto, que envolva os colaboradores e os usuários do aplicativo para o descarte correto de lixo eletrônico, juntamente com o projeto de reciclagem ecobraz emigre.

5.12 Gestão De Ação Social

A DO. T irá divulgar como uma ação social a ONG Criança e Adolescente. ChildFund Brasil – Fundo para Crianças, uma vez por ano a DO. T irá fazer campanha para arrecadação de fundos para a ONG.

6. PLANO FINANCEIRO

6.1 Estimativa Dos Investimentos Fixos

Investimento refere-se aos bens necessários para a abertura da empresa. Neste tópico, são calculados as máquinas, equipamentos, utensílios e materiais, incluindo a quantidade, o valor unitário e o valor total de cada item. As tabelas estão divididas em:

Máquinas e equipamentos;

Criação do aplicativo;

Utensílios.

Adicionando os subtotais de todas as tabelas, o total final é de R\$103.995,64

Apêndice 11 - Estimativa De Investimentos Fixos.

6.2 Capital De Giro

6.2.1 Contas A Receber

O cálculo do período médio de vendas, usado para averiguar o total de vendas da empresa, foi estimado o prazo de 30 dias. Referente às vendas da área premium anual de vendas tanto empresa, tanto usuário, correspondem a 50% e o restante, são vendas mensais que correspondem a 50%.

6.2.2 Contas A Pagar

O prazo médio de contas a pagar é entorno de 42 dias para efetuar o pagamento para a empresa responsável pela manutenção do aplicativo

6.2.3 Necessidade Liquida De Capital De Giro

A somatória do prazo médio de vendas com a necessidade de estoque, subtraindo o valor em “dias” do prazo de compras resulta na necessidade liquida de capital de giro. A necessidade de capital de giro da empresa, totaliza 12 dias

6.2.4 Caixa Mínimo

Representa o valor em dinheiro que a empresa precisa ter disponível para cobrir os custos até que as contas a receber de empresas e usuários entrem no caixa. O caixa mínimo da Do.t, encontra-se no valor de R\$122.276,74

Apêndice 12 - Caixa Mínimo.

6.2.5 Capital De Giro - Resumo

O capital de giro é a diferença entre os recursos disponíveis em caixa e a soma das despesas e contas a pagar. Foi calculada a necessidade de capital de giro no valor de R\$122.276,74

Apêndice 13 - Capital De Giro.

6.3 Investimentos Pré-Operacionais

São despesas registradas durante o período que antecede o início das operações sociais da empresa, abrangendo diversas despesas. A empresa teve como resultado de investimentos pré-operacionais o valor de R\$38.725,60.

Apêndice 14 - Investimento Pré-Operacional.

6.4 Investimento Total

A tabela de descrição do investimento contém a soma do investimento fixo, capital de giro e investimento pré-operacional. O valor total atribuído foi de R\$264.997,98. O BNDES concederá um empréstimo de R\$264.997,98, com parcelas de R\$15.272,64 em 19 meses, a uma taxa de 1,44% a.m., sobre o valor do financiamento.

Apêndice 15 - Investimento Total.

6.5 Estimativa Do Faturamento Anual Da Empresa

Foram realizadas projeções das vendas dos 12 primeiros meses de início das atividades da empresa, considerando as informações obtidas na pesquisa de mercado. O valor total do faturamento anual foi de R\$1.288.546,40.

Apêndice 16 - Estimativa De Faturamento Mensal E Anual.

6.6 Estimativa Dos Custos Fixos Operacionais Mensais

Custo fixo refere-se a todos os valores constantes, que independente das vendas terão que ser arcados mensalmente. Segundo os cálculos a empresa tem um custo fixo mensal R\$329.299,69.

Apêndice 17 - Estimativa De Custos Fixos Operacionais Mensais.

6.7 Demonstrativo De Resultados

Com o demonstrativo de resultado do exercício é possível averiguar o resultado do exercício anual da empresa, prevendo se ela terá lucro ou prejuízo. A Do.t baseou-se nas tabelas anteriores para efetuar os cálculos e resultou em lucro líquido de R\$757.590,76.

Apêndice 18 – Demonstrativo de Resultados.

6.8 Indicadores de viabilidade

Para esta análise a Do.t utilizou alguns indicadores que comprovam que o negócio é viável, sendo eles a lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno de investimentos.

6.8.1 Lucratividade

Este indicador está relacionado às vendas da empresa e posiciona a empresa em relação a sua competitividade. Quanto maior a lucratividade, mais chances ela tem de investir e se tornar competitiva. O índice de lucratividade dos aplicativos de eventos ou publicidade é de 35% a 40%, segundo a Repositório institucional da UFSC e RI UFPE. A do.t possui a lucratividade de 35%, a lucratividade da empresa é na média do mercado.

6.8.2 Rentabilidade

Este indicador mede o retorno do investimento da empresa para sócios, que é um indicador da atividade dos negócios. Neste tópico, a empresa gerou uma rentabilidade de 178%.

6.8.3 Prazo De Retorno Do Investimento

Este indicador também mede atratividade, assim como o anterior e demonstra o tempo necessário para que os sócios proprietários recuperem o que os sócios proprietários recuperem o que investiram na empresa. O prazo de retorno da Do.t é de 1 ano e 7 meses.

Apêndice 19 – Lucratividade, Rentabilidade e PayBack.

7. CONCLUSÃO

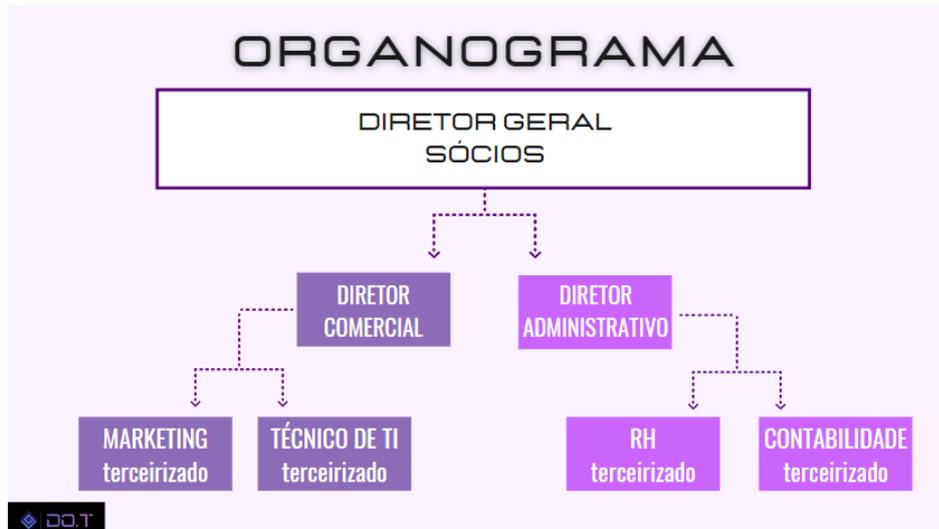
A elaboração deste trabalho teve como principal objetivo apresentar o plano de negócio da empresa Do.t. Um aplicativo que atua no setor de aplicativos de redes sociais e organização pessoal, que disponibiliza o serviço para pessoas que buscam um aplicativo literário com diversas funções, promovendo organização, lazer e diversão.

Para ser comprovada a viabilidade do negócio, foram realizadas diversas pesquisas via internet, contando também com a pesquisa de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, além de outros processos necessários para a abertura do empreendimento.

Conclui-se que a empresa Do.t é uma organização viável, tendo uma boa aceitação no mercado e grande probabilidade de crescimento.

8. APÊNDICES

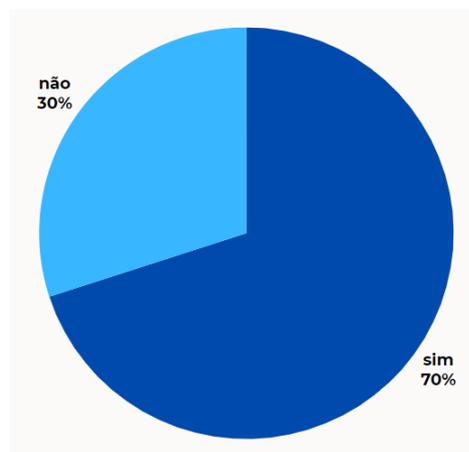
8.1 Organograma



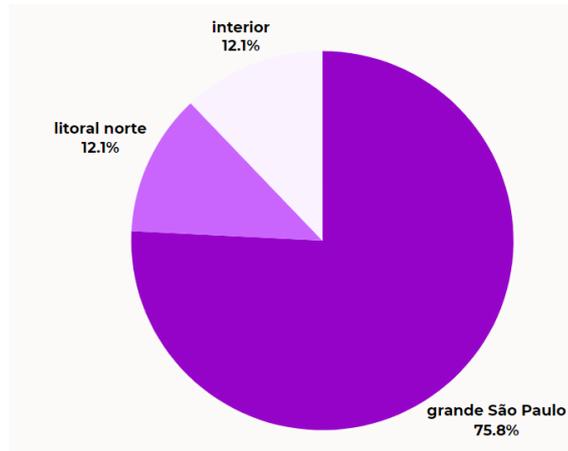
8.2 Logo Da DO. T



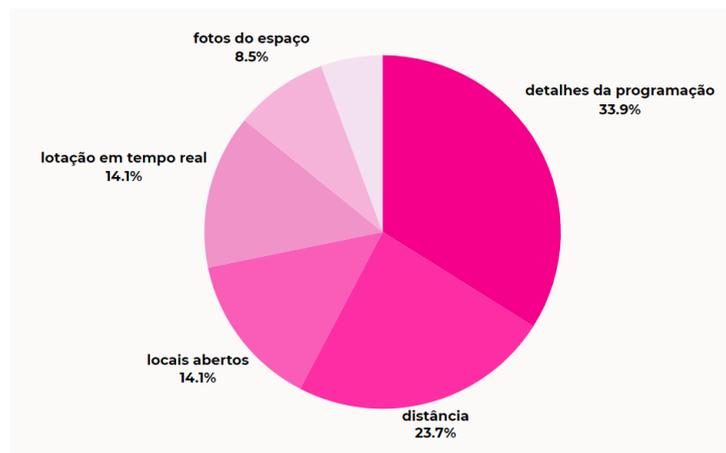
8.3 Gráfico 1 – Residem Em São Paulo.



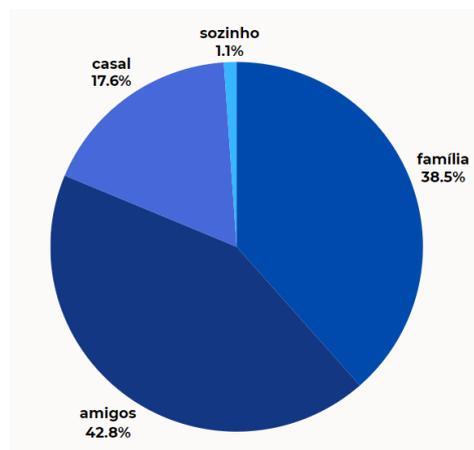
8.4 Gráfico 2 – Região



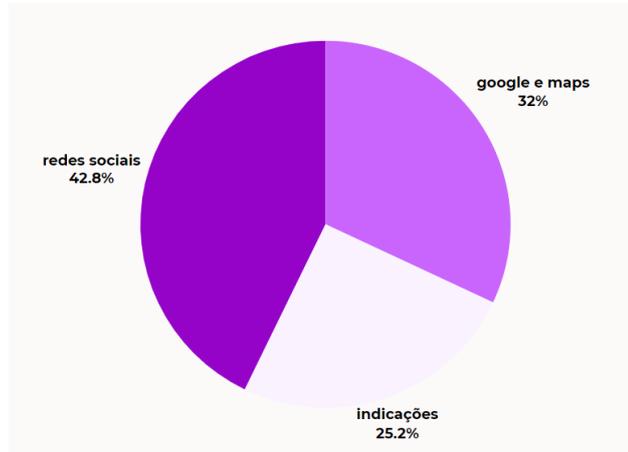
8.5 Gráfico 3 – Dificuldades Na Busca



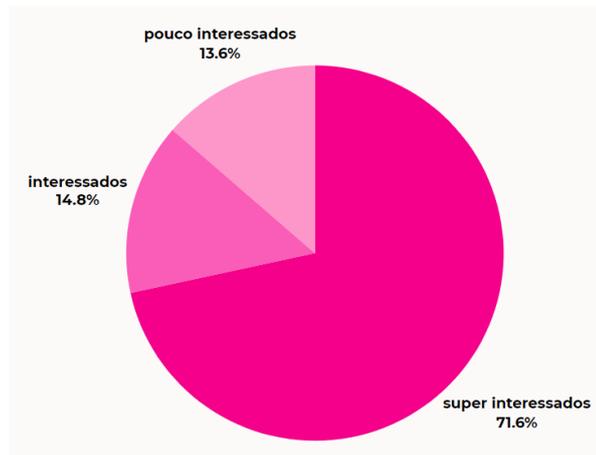
8.6 Gráfico 4 – Frequência Em Eventos



8.7 Gráfico 5 – Canais De Busca

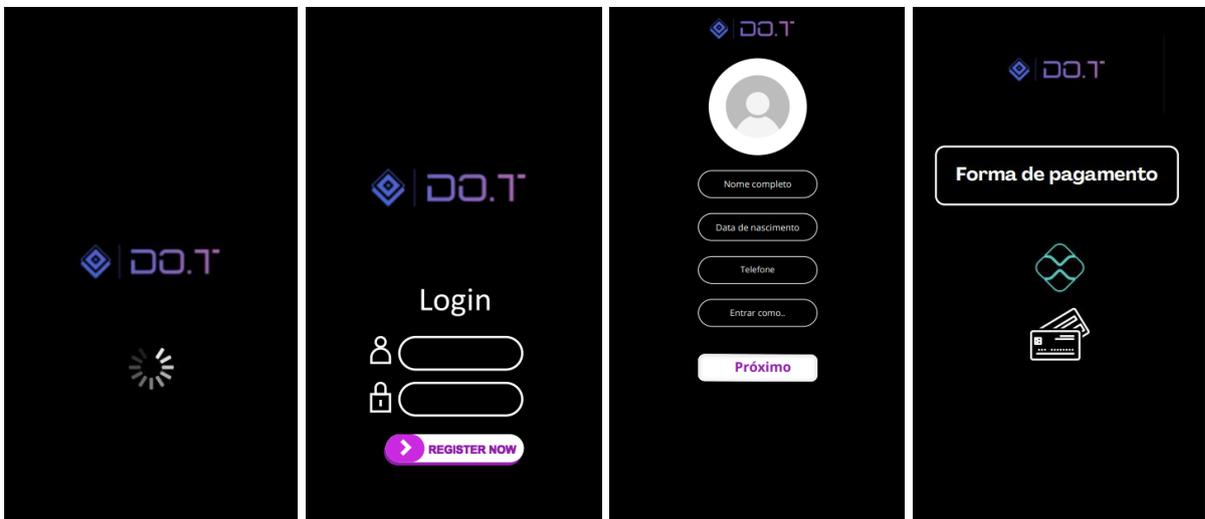


8.8 Gráfico 6 – Interessados Na Abertura Do Aplicativo

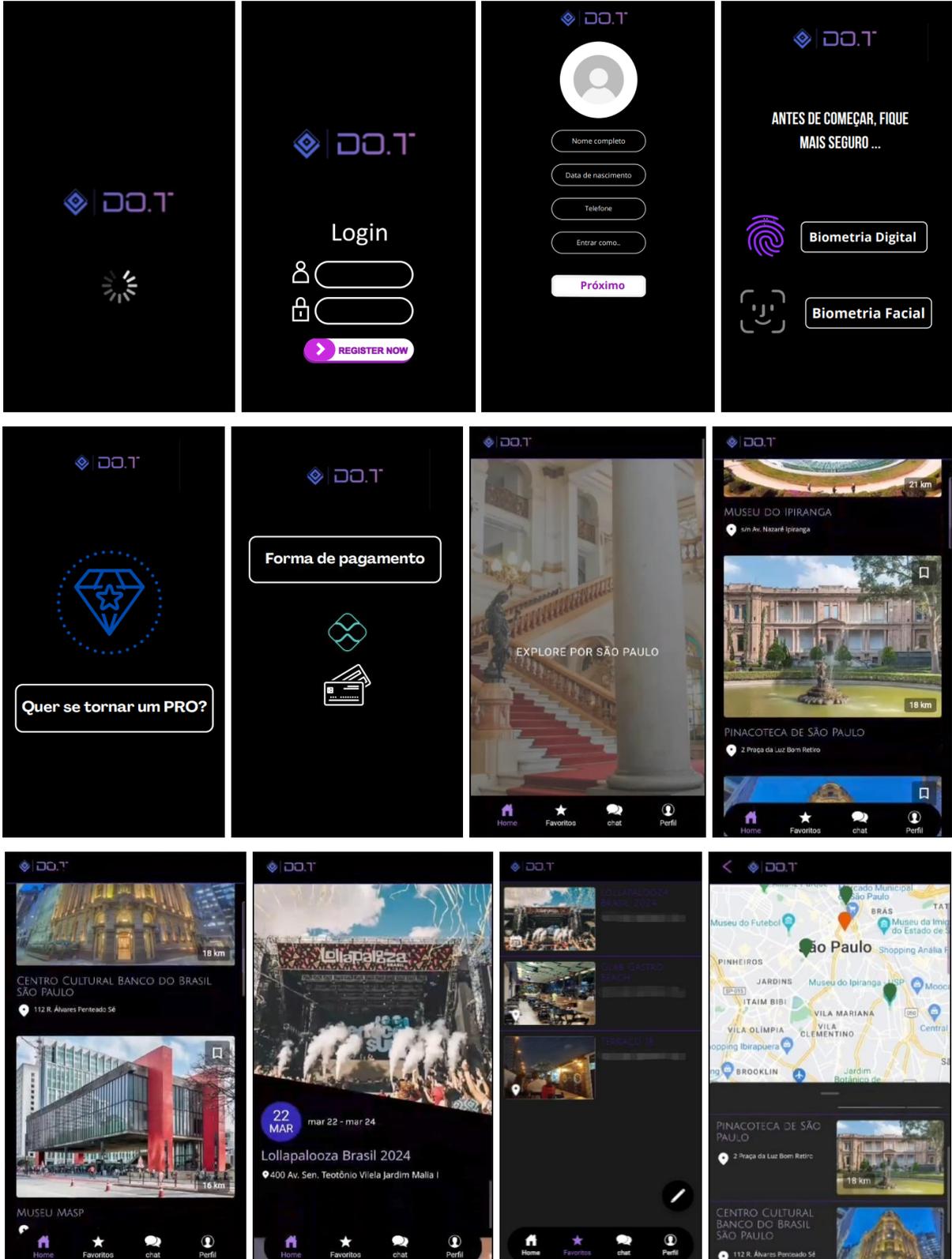


8.9 Design Do Aplicativo

8.9.1 Entrar Como Pessoa Jurídica



8.9.2 Entrar Como Pessoa Física



8.10 Implementação Do Plano De Marketing

AÇÕES	RESPONSÁVEL	CUSTO	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEC
Criação e registro de marca	DO.T	R\$ 1.333,93	R\$ 1.333,93											
Legalização, sinalização e taxas	DO.T	R\$ 783,85	R\$ 783,85											
Divulgação: Rádio	DO.T	R\$ 111,20	R\$ 111,20	R\$ 111,20	R\$ 111,20	R\$ 111,20	R\$ 111,20							
Divulgação: Youtube ads	DO.T	R\$ 27.900,00												R\$ 27.900,00
Divulgação: Spotify	DO.T	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95	R\$ 39,95
Divulgação: Influencers	DO.T	R\$ 246,91	R\$ 246,91	R\$ 246,91	R\$ 246,91	R\$ 246,91	R\$ 246,91							
Divulgação: Google ads	DO.T	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
TOTAL	DO.T	R\$ 34.915,84	R\$ 7.015,84	R\$ 4.898,06	R\$ 4.898,06	R\$ 4.898,06	R\$ 4.898,06	R\$ 4.651,15	R\$ 4.539,95	R\$ 32.439,95				

8.11 Estimativa De Investimentos Fixos

Estimativa de investimento fixos			
A-MAQUINAS E EQUIPAMENTOS			
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	TOTAL
Notebook	7	R\$ 3.000,00	R\$ 21.000,00
Mouse	7	R\$ 20,00	R\$ 140,00
Celular	1	R\$ 2.700,00	R\$ 2.700,00
		SUBTOTAL (A)	R\$ 23.840,00
B- MOVEIS E UTENSILIOS			
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	TOTAL
Pasta p/doc	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Planner agendas	7	R\$ 16,52	R\$ 115,64
		SUBTOTAL (B)	R\$ 155,64
		SUBTOTAL (A+B)	R\$ 23.995,64
custo app		R\$ 80.000,00	
total		R\$ 103.995,64	

8.12 Caixa Mínimo

Caixa minimo			
A- contas a receber			
Prazo vendas	porcentagem	numeros de dias	media em dias
a vista	50%	0	0
Prazo	50%	30	15
Total	100%		30
B-contas a pagar			
prazo vendas	porcentagem	numero de dias	media em dias
a vista	15%	0	
prazo	90%	42	15
total	100%		42
Total caixa minimo (A+B)		12 dias	

caixa mínimo		
custo fixo mensal	R\$	80.061,75
custo variavel mensal	R\$	-
custo total da empresa	R\$	42.214,99
necessidade liquida dias	12 dias	
Total	R\$	122.276,74

8.13 Capital De Giro

Capital de giro	
caixa mínimo	R\$ 122.276,74
total de capital de giro	R\$ 122.276,74

8.14 Investimento Pré-Operacional

Investimento Pré-operacional		
Descrição dos invest.	Valor (R\$)	
Despesas de legaliza	R\$	2.741,76
Divulgação	R\$	34.915,84
Treinamento	R\$	1.068,00
Total	R\$	38.725,60

8.15 Investimento Total

Investimento total		
Investimento fixo	R\$	103.995,64
Capital de giro	R\$	122.276,74
Investimento Pré-operacion	R\$	38.725,60
Total	R\$	264.997,98

8.16 Estimativa De Faturamento Mensal

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Janeiro				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	3.200	R\$ 0,96	R\$	3.351,60
Download play store	3.200	R\$ 0,96	R\$	3.351,60
anuncio Google (R\$0,10)	0	68%	R\$	-
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	90	R\$ 220,00	R\$	19.800,00
anuncios diarios	5	R\$ 150,00	R\$	750,00
sympla	20	R\$ 100,00	R\$	2.000,00
uber	25	R\$ 25,00	R\$	625,00
99 taxi	25	R\$ 25,00	R\$	625,00
moovite	90	R\$ 40,00	R\$	3.600,00
cooperador	kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual		R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	0	R\$ 15,00	R\$	-
Total			R\$	86.903,20

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Fevereiro				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.000	R\$ 0,96	R\$	3.830,00
Download play store	4.000	R\$ 0,96	R\$	3.830,00
anuncio Google (R\$0,10)	1000	68%	R\$	68,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	90	R\$ 220,00	R\$	19.800,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	90	R\$ 40,00	R\$	3.600,00
cooperador	kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	0	R\$ 15,00	R\$	-
Total			R\$	88.828,00

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Março				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.000	R\$ 0,96	R\$	3.830,00
Download play store	4.000	R\$ 0,96	R\$	3.830,00
anuncio Google (R\$0,10)	1000	68%	R\$	68,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	90	R\$ 220,00	R\$	19.800,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	20.000,00
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	0	R\$ 15,00	R\$	-
Total			R\$	107.628,00

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Abril				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.000	R\$ 0,96	R\$	3.830,00
Download play store	4.000	R\$ 0,96	R\$	3.830,00
anuncio Google (R\$0,10)	800	68%	R\$	800,00
anuncios privados	1000	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal	90	R\$ 220,00	R\$	19.800,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	0	R\$ 15,00	R\$	-
Total			R\$	88.360,00

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Maio				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.125	68%	R\$	76,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	100	R\$ 220,00	R\$	22.000,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	0	R\$ 15,00	R\$	-
Total			R\$	90.794,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Junho				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.125	68%	R\$	76,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	100	R\$ 220,00	R\$	22.000,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	20.000,00
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	0	R\$ 15,00	R\$	-
Total			R\$	110.794,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Julho				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.250	68%	R\$	85,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	120	R\$ 220,00	R\$	26.400,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	150	R\$ 15,00	R\$	2.250,00
Total			R\$	97.453,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Agosto				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.350	68%	R\$	93,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	120	R\$ 220,00	R\$	26.400,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	150	R\$ 15,00	R\$	2.250,00
Total			R\$	97.461,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Setembro				
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal	
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$	4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.250	68%	R\$	185,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$	-
Area pro anual empresa	20	R\$ 2.640,00	R\$	52.800,00
Area pro mensal empresa	120	R\$ 220,00	R\$	26.400,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$	900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$	2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$	750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$	2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$	-
Area pro anual	0	R\$ 120,00	R\$	-
area pro mensal	150	R\$ 15,00	R\$	2.250,00
Total			R\$	97.553,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Outubro			
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$ 4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$ 4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.250	68%	R\$ 185,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$ -
Area pro anual empresa	30	R\$ 2.640,00	R\$ 79.200,00
Area pro mensal empresa	130	R\$ 220,00	R\$ 28.600,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$ 2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$ 20.000,00
Area pro anual	15	R\$ 120,00	R\$ 1.800,00
area pro mensal	150	R\$ 15,00	R\$ 2.250,00
Total			R\$ 147.953,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Novembro			
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$ 4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$ 4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.250	68%	R\$ 185,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$ -
Area pro anual empresa	30	R\$ 2.640,00	R\$ 79.200,00
Area pro mensal empresa	128	R\$ 220,00	R\$ 28.160,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$ 2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$ -
Area pro anual	15	R\$ 120,00	R\$ 1.800,00
area pro mensal	150	R\$ 15,00	R\$ 2.250,00
Total			R\$ 127.513,40

Estimativa do faturamento mensal da empresa: Dezembro			
Produto	Quantidade mensal	preço por uni	faturamento mensal
Download App store	4.500	R\$ 0,96	R\$ 4.309,20
Download play store	4.500	R\$ 0,96	R\$ 4.309,20
anuncio Google (R\$0,10)	1.250	68%	R\$ 185,00
anuncios privados	0	R\$ 0,10	R\$ -
Area pro anual empresa	30	R\$ 2.640,00	R\$ 79.200,00
Area pro mensal empresa	148	R\$ 220,00	R\$ 32.560,00
anuncios diarios	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00
sympla	25	R\$ 100,00	R\$ 2.500,00
uber	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
99 taxi	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
moovite	60	R\$ 40,00	R\$ 2.400,00
cooperador	5.000 kg	R\$ 4,00	R\$ 20.000,00
Area pro anual	15	R\$ 120,00	R\$ 1.800,00
area pro mensal	150	R\$ 15,00	R\$ 2.250,00
Total			R\$ 151.913,40
Total Anual			R\$ 1.288.546,40

8.17 Estimativa De Custos Fixos Operacionais Mensais

Estimativa de custos fixos operacionais mensais		
aluguel da sala coworking	R\$	360,00
manutenção do app	R\$	5.000,00
serviço de contabilidade	R\$	1.000,00
pró-labore para 7 socios	R\$	35.000,00
implementação de mkt	R\$	4.898,06
financiamento do bndes	R\$	15.272,56
Total	R\$	61.530,62

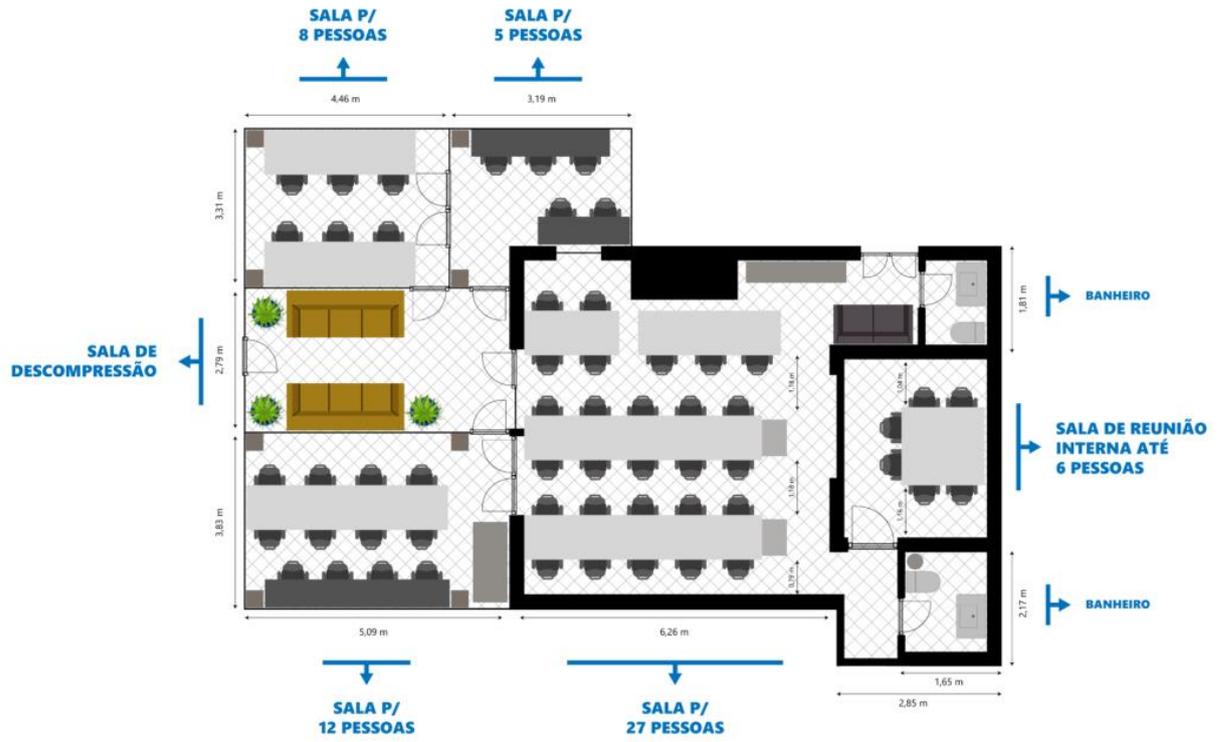
8.18 Demonstrativo De Resultados

DRE		
Descrição		Valor
Receita total com vendas		
Estimativa do faturamento	R\$	1.288.546,40
Custos variáveis		
Impostos simples nacional	R\$	201.655,95
Subtotal	R\$	201.655,95
Margem de contribuição		
Receita total com vendas	R\$	1.288.546,40
custo variáveis	R\$	201.655,95
subtotal	R\$	1.086.890,45
Custo fixos totais		
subtotal	R\$	629.497,00
Resultado Operacional		
Margem de contribuição	R\$	1.086.890,45
Custos fixos totais	R\$	329.299,69
Total	R\$	757.590,76

8.19 Lucratividade, Rentabilidade e PayBack

Lucratividade	35%
rentabilidade	178%
PayBack	1 ano e 7 meses

8.20 Planta Baixa Do Coworking - Layout



Fonte: Administração do edifício Rua Tenente Aviador Mota Lima, 170

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Marketing Industrial. Disponível em: <https://abraind.com/marketing-industrial?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=psq_trf-marketing-industrial&utm_term=import%C3%A2ncia%20do%20marketing&gclid=Cj0KCQiA4NWrBhD-ARIsAFCKwWvoyBjhrxleKvdtXFJI4JyzWdRf4p-wR_Mv8kKcFhSJER_psB1t6MQaAmk4EALw_wcB>. Acesso em: 10 maio. 2023.

A importância da comunicação e do marketing para eventos - Candiá. Comunicação, marketing e eventos para marcas, causas e cultura Candiá Produções, , 18 nov. 2022. Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/candiaproducoes.com.br/a-importancia-da-comunicacao-e-do-marketing-para-eventos/>>. Acesso em: 22 abr. 2023

desafios das micro e pequenas empresas. Disponível em: <<https://celero.com.br/blog/desafios-das-micro-e-pequenas-empresas/>>. Acesso em: 2 jun. 2023.

Falta de planejamento nas empresas. Disponível em: <<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/a-falta-de-planejamento-e-um-dos-viloes-da-mortalidade-das-empresas-no-brasil>>. Acesso em: 18 maio. 2023.

São Paulo. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp.html>>. Acesso em: 19 abr. 2023

Número de usuários do Instagram ultrapassa 2 bilhões e se aproxima do Facebook. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2022/10/numero-de-usuarios-do-instagram-ultrapassa-2-bilhoes-e-se-aproxima-do-facebook.ghtml>>. Acesso em: 13 jun. 2023.

SMASHINGLOGO. Disponível em: <<https://smashinglogo.com/pt/preview?s=n3r8qbqd4-f5v1hi62k>>. Acesso em: 20 maio. 2023.'

EVENTOS. Disponível em: <https://www.gov.br/museus/pt-br/assuntos/eventos>. Acesso em: 11 maio 2023.

EVENTOS | Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/senar/eventos>. Acesso em: 8 jul. 2023.

MICRO e pequenas empresas são as maiores empregadoras do país. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-12/micro-e-pequena-empresa-sao-maiores-empregadoras-do-pais>. Acesso em: 8 jul. 2023.

RELAÇÕES entre grandes e pequenas empresas de autopeças e a difusão de práticas de gestão da produção. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/hNBbC3mMQMcyTGBGW68796C/?lang=pt>. Acesso em: 6 ago. 2023.

Disponível em: <https://marketup.com/blog/duas-caracteristicas-das-novas-relacoes-entre-pequenas-e-grandes-empresas/>. Acesso em: 9 ago. 2023.

POR QUE 80% das micro e pequenas empresas não completam 1 ano? Disponível em: <https://onclick.com.br/por-que-80-das-micro-e-pequenas-empresas-nao-completam-1-ano/>. Acesso em: 3 ago. 2023.

QUAL o papel das pequenas empresas na economia brasileira - Sebrae SC. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>. Acesso em: 9 abr. 2023

PME: O que são pequenas e médias empresas. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/blog-pme/pme-o-que-sao-pequenas-e-medias-empresas/>.

AS MICRO e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil | IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/outras-estatisticas-economicas/9123-as-micro-e-pequenas-empresas-comerciais-e-de-servicos-no-brasil.html>. Acesso em: 11 ago. 2023.

PEQUENA, média ou grande: como definir o porte da empresa. 11 dez. 2023. Disponível em: <https://empresas.mercadopago.com.br/porte-da-empresa>. Acesso em: 11 ago. 2023.

GOVERNO do Estado de Mato Grosso do Sul - SGI. Disponível em: <https://www.semadesc.ms.gov.br/encontro-entre-grandes-e-pequenas-empresas-e-oportunidade-de-bons-negocios-para-todos/>. Acesso em: 11 ago. 2023.

EMPRESAS de eventos apostam no digital e se organizam para a futura retomada. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/04/18/empresas-de-eventos-apostam-no-digital-e-se-organizam-para-a-futura-retomada.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2023.

EVENTOS de negócio: Saiba como aproveitar as oportunidades! - Doity. Disponível em: <https://doity.com.br/blog/eventos-de-negocio/>. Acesso em: 12 maio 2023.

CAMPUS Pedreiras realizou o evento “Pequenas Empresas e Grandes Negócios”. Disponível em: <https://www.uema.br/2023/10/campus-pedreiras-realizou-o-evento-pequenas-empresas-e-grandes-negocios/>. Acesso em: 8 maio 2023.

QUEUE-IT. Disponível em: <https://www.sympla.com.br/evento/encontro-de-jovens-empresarios/1961971?referrer=www.google.com>. Acesso em: 9 ago. 2023.

EMPRESAS de Osasco marcam presença em evento do Sebrae em Nova York - Jornal ARua. Disponível em: <https://jornalarua.com/2022/06/14/empresas-de-osasco-marcam-presenca-em-evento-do-sebrae-em-nova-york/>. Acesso em: 8 abr. 2023.