 

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”**

**Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial**

Nome Completo do Autor

Nome Completo do Autor

Nome Completo do Autor

**TÍTULO**

**Subtítulo (se houver)**

**Americana, SP**

**ANO**

 

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”**

**Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial**

Nome Completo do Autor

Nome Completo do Autor

Nome Completo do Autor

**TÍTULO**

**Subtítulo (se houver)**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, sob a orientação do (a) Prof.(a) Titulação maior do mesmo (Esp. / Me. / Dr.) Nome completo do(a) professor(a)

Área de concentração: **INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO**

**Americana, S. P.**

**ANO**

**– FICHA CATALOGRÁFICA –**

Gerada pelo próprio autor via site da Fatec – menu

“Biblioteca” – menu “Trabalho de conclusão

de curso” e inserido nesta página.

Nome Completo do Autor

Nome Completo do Autor

Nome Completo do Autor

**TÍTULO**

**Subtítulo (se houver)**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia de Americana “Ministro Ralph Biasi”.

Área de concentração: **INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO**

Americana, dd de mês de defesa da banca de 9999.

**Banca Examinadora:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nome completo do orientador (Presidente)

Maior titulação do orientador

Instituição de atuação

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nome completo do membro da banca (Membro)

Maior titulação

Instituição de atuação

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nome completo do membro da banca (Membro)

Maior titulação

Instituição de atuação

 (Texto de dedicatória – OPCIONAL) – Sóbria e breve

Aos meus pais

 (Texto de agradecimentos – OPCIONAL)

Agradeço ao amigo pela oportunidade de realização deste estágio, e os professores do Curso de Tecnologia em Gestão Empresaria pela ......

**RESUMO**

O resumo informa ao leitor os objetivos, metodologia, resultados e conclusões do documento (trabalho). Deverá ser composto de uma sequência de frases concisas, afirmativas e não de enumeração de tópicos. Recomenda-se o uso de parágrafo único. A primeira frase deve ser significativa, explicando o tema principal do documento. Deve-se usar o verbo na voz ativa e na terceira pessoa do singular. Devem-se evitar: símbolos e contrações que não sejam de uso corrente; fórmulas, equações, diagramas etc., que não sejam absolutamente necessários. Deve ter de 150 a 500 palavras. É preciso que o resumo seja escrito de forma a ser completo, de forma atrativa e informativa, dispensando a consulta ao restante do trabalho para que o leitor tenha a idéia do que se trata o trabalho. Uma outra observação importante é que o resumo seja elaborado depois de concluído o trabalho, pois conterá uma visão geral do trabalho. Deve basear-se na norma da ABNT 6028.

**Palavras-chave:** colocar no máximo três (3) principais palavras ou termos que representem o seu trabalho além da área temática como primeiro itemseparado por ponto-e-vírgula. Converse com o(s) orientador(a) de modo a definirem as palavras corretas visto que o mesmo irá servir para indexação.

Exemplo:

**Palavras-chave:** mídias sociais; *facebook*,; setor de moda

**ABSTRACT**

*Neste item o resumo do trabalho deverá ser traduzido em lingua estrangeira, normalmente sendo utilizado o ingles, devendo a tradução ser revisada por alguém que possua o domínio da língua estrangeira utilizada. Como é uma lingua estrangeira deverá ser registrado em itálico.*

***Keywords:****tradução das palavras-chave do resumo.*

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

**Quadro 1.**Cronograma de desenvolvimento da pesquisa---------------------------PG

(Nota explicativa:a LISTA DE ILUSTRAÇÕES é um elemento opcional. Deve ser elaborada de acordo com a ordem apresentada no texto, com cada item designado por seu nome específico, acompanhado do respectivo número da página. Quando necessário, recomenda-se a elaboração de lista própria para cada tipo de ilustração (desenhos, esquemas, fluxogramas, fotografias, gráficos, mapas,organogramas, plantas, quadros, retratos e outros).

**LISTA DE TABELAS**

 **Tabela 1:**Descritivo de segmento e produtos ( exemplo fictício) PG

(Nota explicativa: aqui devem ser colocadas todas as tabelas utilizadas neste trabalho, conforme exemplo acima. A **LISTA DE TABELAS** é um elemento opcional, que deve ser elaborado de acordo com a ordem apresentada no texto, com cada item designado por seu nome específico, acompanhado do respectivo número da página).

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**FINEP:** Financiadora de Estudos e Projetos (exemplo fictício)

(Nota explicativa: aqui devem ser colocadas todas as abreviaturas e siglas utilizadas neste trabalho, conforme exemplo acima. A mesma deve estar em ordem alfabética e devem ser seguidas das palavras ou expressões correspondentes grafadas por extenso. Recomenda-se a elaboração de lista própria para cada tipo, ou seja, uma lista para abreviaturas e outra para siglas. Consiste também em um elemento opcional).

**LISTA DE SÍMBOLOS**

**®:** Marca registrada( exemplo fictício)

(Nota explicativa: todos os símbolos utilizados neste trabalho devem estar listados aqui, com a sua explicação sequencial conforme modelo. É também um elemento opcional, devendo ser elaborada de acordo com a ordem apresentada no texto, com o devido significado).

**SUMÁRIO**

##

[1. SUMÁRIO EXECUTIVO 14](#_Toc33199081)

1.1. [Resumo dos principais pontos do Plano de Negócios 14](#_Toc33199082)

[1.2Dados dos empreendedores 16](#_Toc33199084)

[1.3Dados do empreendimento 16](#_Toc33199085)

[1.4Core Business da empresa 16](#_Toc33199086)

[1.5. Forma jurídica 16](#_Toc33199087)

[1.6Enquadramento tributário 16](#_Toc33199088)

[1.6.1 Âmbito federal 16](#_Toc33199089)

[1.7Capital Social 16](#_Toc33199090)

[1.8Fonte de recursos 17](#_Toc33199091)

[2. ANÁLISE DE MERCADO 18](#_Toc33199092)

[2.1. Análise Macroambiental 18](#_Toc33199093)

[2.1.1. Fatores Demográficos 18](#_Toc33199094)

[2.1.2. Fatores Econômicos 18](#_Toc33199095)

[2.1.3. Fatores Naturais 18](#_Toc33199096)

[2.1.4. Fatores Tecnológicos 18](#_Toc33199097)

[2.1.5. Fatores Político-legais 18](#_Toc33199098)

[2.1.6. Fatores Culturais 18](#_Toc33199099)

[2.2. Estudo dos clientes 18](#_Toc33199100)

[2.2.1 Público-alvo 18](#_Toc33199101)

[2.2.2 Comportamento dos clientes 18](#_Toc33199102)

[2.2.3 Segmentação de mercado 18](#_Toc33199103)

[2.2.4. Pesquisa de mercado 19](#_Toc33199104)

[2.3 Estudo dos concorrentes 19](#_Toc33199105)

[2.4 Estudo dos fornecedores 19](#_Toc33199106)

[3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA 19](#_Toc33199107)

[3.1 Análise da matriz F.O.F.A. (SWOT) 19](#_Toc33199108)

[4. PLANO DE MARKETING 21](#_Toc33199109)

[4.1 Descrição dos principais produtos e serviços 21](#_Toc33199110)

[4.2 Preço 21](#_Toc33199111)

[4.3 Estratégias promocionais 21](#_Toc33199112)

[4.4 Estrutura de comercialização 21](#_Toc33199113)

[4.5 Localização do negócio 21](#_Toc33199114)

[5. PLANO OPERACIONAL 22](#_Toc33199115)

[5.1 Layout do arranjo físico 22](#_Toc33199116)

[5.2 Capacidade produtiva 22](#_Toc33199117)

[5.3 Processos operacionais 22](#_Toc33199118)

[5.4 Necessidade de pessoal 23](#_Toc33199119)

[6. PLANO FINANCEIRO 24](#_Toc33199120)

[6.1 Estimativa dos investimentos fixos 24](#_Toc33199121)

[6.1.1 Máquinas e equipamentos 24](#_Toc33199122)

[6.1.2 Móveis e utensílios 24](#_Toc33199123)

[6.1.3 Veículos 24](#_Toc33199124)

[6.1.4 Total dos investimentos fixos 24](#_Toc33199125)

[6.2 Capital de giro 24](#_Toc33199126)

[6.3 Investimentos pré-operacionais 25](#_Toc33199127)

[6.4 Investimento total 25](#_Toc33199128)

[6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa 25](#_Toc33199129)

[6.6 Estimativa do custo unitário do produto 25](#_Toc33199130)

[6.7 Estimativa dos custos de comercialização 25](#_Toc33199131)

[6.8 Apuração dos custos dos materiais diretos e mercadorias vendidas 25](#_Toc33199132)

[6.9 Estimativa dos custos com mão de obra 25](#_Toc33199133)

[6.10 Estimativa do custo com depreciação 25](#_Toc33199134)

[6.11 Estimativa de custos fixos operacionais mensais 26](#_Toc33199135)

[6.12 Demonstrativo de resultados 26](#_Toc33199136)

[6.13 Indicadores de viabilidade 26](#_Toc33199137)

[6.13.1 Ponto de equilíbrio 26](#_Toc33199138)

[6.13.2 Índice Lucratividade 26](#_Toc33199139)

[6.13.3 Rentabilidade 26](#_Toc33199140)

[6.13.4 Prazo de retorno do investimento (Payback) 26](#_Toc33199141)

[REFERÊNCIAS 28](#_Toc33199142)

[APÊNDICE A – Formulário de pesquisa a clientes 29](#_Toc33199143)

[ANEXO A – Relatório sobre o consumo da classe A 30](#_Toc33199144)

1. **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O Sumário Executivo, segundo Salim, Hochman, Ramal e Ramal (2005, p.41) “é um extrato competente e motivacional do plano de negócios”. Ainda segundo os autores, é o compilado de informações ditas de forma clara, objetiva e sucinta, sem muitos detalhes, sobre o investimento necessário, quanto tempo de recuperação do dinheiro investido, informações da empresa em geral e entre outros.

Faça uma breve apresentação do trabalho, o que será abordado, o assunto que será tratado, os resultados pretendidos, etc.

A introdução serve para “vender” o trabalho, fazendo com que o cliente (no caso o leitor) se sinta motivado a adquirir o produto, neste caso, ler o trabalho até o fim.

## Resumo dos principais pontos do Plano de Negócios

Apresentação dos principais pontos do plano de negócios, como: Lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno do investimento, ponto de equilíbrio (PE), ou outros atributos pertinentes.

## Dados dos empreendedores

Informações dos sócios (nome, endereço, cidade, estado, telefones), perfil do sócio e atribuições dos sócios.

## Dados do empreendimento

Serão adicionadas informações sobre o nome da empresa e CNPJ.

## Core Business da empresa

Apresentação da missão, da visão e dos valores da empresa, assim como o motivo para a escolha dos mesmos.

* 1. **Setores de atividade**

Definir os setores de atuação do empreendimento (exemplo: Agropecuária, indústria, comércio, serviços e outros).

## 1.6 Forma jurídica

 Apresentação da forma jurídica do empreendimento, assim como a justificativa para esta escolha.

 Tipos: Microempreendedor Individual – MEI; Empresário Individual; Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI; Sociedade Limita; etc.

## Enquadramento tributário

### Âmbito federal

Considerar os tributos a serem recolhidos caso a empresa não seja optante pelo Simples.

## Capital Social

Apresentação das frações de participação de todos os sócios e a quantidade monetária correlatadas ao índice de participação dos sócios.

## Fonte de recursos

Descreva como a empresa poderá usufruir de seus recursos para realizar suas operações de funcionamento.

# 2. ANÁLISE DE MERCADO

## 2.1. Análise Macroambiental

Aqui deverá ser elencado e descrito com base nas informações de mercado os dados levantados, avaliados e analisados para cada um dos macroambientes e identificados na matriz SWOT.

### 2.1.1. Fatores Demográficos

### 2.1.2. Fatores Econômicos

### 2.1.3. Fatores Naturais

### 2.1.4. Fatores Tecnológicos

### 2.1.5. Fatores Político-legais

### 2.1.6. Fatores Culturais

## 2.2. Estudo dos clientes

### 2.2.1 Público-alvo

 Para Lima e Richers (1991, p14), o público-alvo é o objetivo final de seus produtos. É quem receberá o produto ou serviço de sua empresa e saciará as necessidades do cliente.

### 2.2.2 Comportamento dos clientes

(interesses e o que os levam a comprar)

### 2.2.3 Segmentação de mercado

 Segmentação de mercado, segundo Lima e Richers (1991, p.16) é conhecer o mercado e encontrar segmentos, áreas, onde a empresa poderia encontrar seus melhores resultados.

### 2.2.4. Pesquisa de mercado

Apresentar os gráficos e resultados da aplicação de pesquisa de mercado, com a análise dos resultados em cada um dos mesmos, bem como a conclusão obtida com todos os resultados.

Não esquecer de correlacionar os dados e apresentar como tal conclusão irá dar suporte e direcionar a ação da empresa.

## 2.3 Estudo dos concorrentes

Comparações entre sua empresa e a empresa de seus concorrentes relacionando os atributos de qualidade, preço, condições de pagamento, localização, atendimento, serviços aos clientes, garantias oferecidas e entre outros.

## 2.4 Estudo dos fornecedores

Listar todos os fornecedores relacionados com a empresa e apresentar: Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços); Nome do Fornecedor; Preço; Condições de pagamento; Prazo de entrega; Localização (estado/município).

# 3. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

## 3.1 Análise da matriz F.O.F.A. (SWOT)

 Segundo Kotler (2000), a análise F.O.F.A. (SWOT) trata de relacionar os pontos fortes e fracos dentro de uma organização e cruzá-los com as oportunidades e ameaças do ambiente externo a organização. É uma das ferramentas mais utilizadas pelos gestores para desenvolvimento de estratégias e avaliação da situação da empresa no geral.

# 4. PLANO DE MARKETING

## 4.1 Estratégia de produtos e serviços

Descrição dos principais produtos a serem fabricados, revendidos ou serviços prestados. Informar a gestão do portfólio por linha / produtos / segmento de mercado, desenhando a matriz BCG e explicando a sua gestão.

## 4.2 Preço

Motivos que levaram para a escolha desse preço para seus produtos/serviços.

## 4.3 Estratégias promocionais

Apresente as estratégias de comunicação, promoção e divulgação que serão utilizadas.

## 4.4 Estrutura de comercialização

Descreva de que forma seu produto/serviço utilizará para a comercialização e a distribuição.

## 4.5 Localização do negócio

Apresentar a localização física da empresa, como endereço, bairro, cidade, estado, telefones, fax, e-mails, etc. Também vale ressaltar o motivo da escolha do ponto (localização) específico para a atuação da empresa.

# 5. PLANO OPERACIONAL

## 5.1 Layout do arranjo físico

 Para Frazier e Gaither (2007 p.197), planejar o Layout empresarial significa “planejar a localização de todas as máquinas, estações de trabalho, áreas de atendimento ao cliente, áreas de armazenamento de materiais, corredores, banheiros, refeitórios, bebedouros, divisórias internas, escritórios e salas de computador, e ainda os padrões de fluxo de materiais e de pessoas que circulam nos prédios”.

Apresente a esquematização do ambiente físico da empresa de forma ilustrativa, contendo as principais áreas e ferramentas, máquinas, equipamentos, móveis e etc.

## 5.2 Capacidade produtiva

 Para Frazier e Gaither (2007, p237), existem alguns pontos aos quais a organização deve possuir um bom entendimento, sendo eles:

 Quanto de cada recurso de produção está disponível?

 Para cada produto unitário, quanto é cobrado dos recursos produtivos?

 Em qual etapa de produção determinamos a capacidade?

 Quanto custa ajustar a capacidade para cima e para baixo?

Estabelecer uma capacidade máxima de produção, assim como a quantidade máxima de produtos que serão comercializados no mercado. Considere também em apresentar uma previsão para a capacidade produtiva e de comercialização no período inicial do negócio.

## 5.3 Processos operacionais

 Segundo Frazier e Gaither (2007, p.05) os processos operacionais são “tudo aquilo que pertence a Administração da produção e operação (APO) tem a função de transformar os insumos nos produtos e serviços da organização”.

Informe como serão feitas as principais atividades do negócio.

## 5.4 Necessidade de pessoal

Faça uma relação entre os cargos e funções necessárias para o funcionamento de sua empresa com as qualificações necessárias para cada um desses cargos.

# 6. PLANO FINANCEIRO

## 6.1 Estimativa dos investimentos fixos

### 6.1.1 Máquinas e equipamentos

Informe as máquinas e equipamentos que serão necessários na empresa, assim como a quantidade, valor unitário e o total necessário.

### 6.1.2 Móveis e utensílios

Descrição, quantidade, valor unitário e total.

### 6.1.3 Veículos

Descrição, quantidade, valor unitário e total.

### 6.1.4 Total dos investimentos fixos

## 6.2 Capital de giro

 Para Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.174), capital de giro é definido como os recursos necessários para financiar a diferença entre os ativos circulantes operacionais e os passivos circulantes operacionais.

Apresentar neste tópico:

A - Estimativa do estoque inicial (descrição, quantidade, valor unitário, total).

B - Caixa mínimo contendo:

Contas a receber com o cálculo do prazo médio de vendas (prazo média de vendas, porcentagem, número de dias, média ponderada em dias);

Fornecedores com o cálculo do prazo médio de compras (prazo médio de vendas, porcentagem, número de dias, média ponderada);

Estoques com cálculo da necessidade média de estoques (necessidade média de estoques pelo número de dias);

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias.

Resumo do capital de giro contendo os valores de investimentos financeiros, estoque inicial e caixa mínimo.

## 6.3 Investimentos pré-operacionais

Informar os valores que foram utilizados para abertura da empresa, como despesas de legalização, obras civis e/ou reformas, divulgação, cursos e treinamentos, investimentos financeiros e outras despesas.

## 6.4 Investimento total

Resumo de tudo aquilo que foi apresentado anteriormente assim como os gastos totais da empresa.

## 6.5 Estimativa do faturamento mensal da empresa

## 6.6 Estimativa do custo unitário do produto

Estabelecer uma estimativa do custo unitário de matérias-primas, materiais diretos e terceirizações dos produtos oferecidos pela empresa.

## 6.7 Estimativa dos custos de comercialização

## 6.8 Apuração dos custos dos materiais diretos e mercadorias vendidas

## 6.9 Estimativa dos custos com mão de obra

## 6.10 Estimativa do custo com depreciação

 Algo que deve ser considerado é a depreciação, que, segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.174), deduz o valor da receita de uma empresa sem afeitar o caixa. Isso ocorre após um bem ou serviço se deteriorar fisicamente ou tornar-se ultrapassado com o fator tempo.

## 6.11 Estimativa de custos fixos operacionais mensais

## 6.12 Demonstrativo de resultados

## 6.13 Indicadores de viabilidade

### 6.13.1 Ponto de equilíbrio

 O ponto de equilíbrio permite encontrar, segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.214), a quantidade de produtos e serviços necessários para que o equilíbrio seja alcançado. O equilíbrio é o ponto em que as despesas são quitadas e, a partir dele, a empresa estará lucrando.

### 6.13.2 Índice Lucratividade

 Uma outra ferramenta muito utilizada é o Índice de Lucratividade e, segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.154), o qual apresenta a viabilidade dos lucros após o investimento inicial.

### 6.13.3 Rentabilidade

### 6.13.4 Prazo de retorno do investimento (Payback)

 A ferramenta Payback, segundo Ross, Westerfield, Jaffe e Lamb (2015, p.139) é uma ferramenta popular que funciona para calcular o tempo necessário para que o dinheiro investido em algo seja recuperado

**7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS**

Um dos grandes problemas enfrentados pelas organizações, até mesmo para as mais preparadas, é o imprevisto. As reações de ações imprevistas podem trazer grandes impactos à empresa, de forma positiva e negativa. Contudo, para tornar as situações imprevistas em algo menos recorrente os gestores utilizam da construção de cenários para diversas situações e para diversas tomadas de decisões. Esses cenários são simulações do que podem acontecer desde o melhor dos casos ao pior deles. Por essa e outras utilidades, essa construção de cenários é considerada uma ferramenta analítica e de tomada de decisões. (GODET; ROUBELAT, 1996; GAUSEMEIER; FINK; SCHLAKE, 1998, *apud* TADEU, SILVA)

Informar a análise para os cenários pessimistas, realistas e otimistas relacionando as receitas, custos e lucratividade. Desenvolver ações corretivas e preventivas para cada cenário.

# REFERÊNCIAS

Listar todas as obras consultadas e utilizadas para a elaboração do TCC, em ordem alfabética, alinhadas à margem esquerda, com espaçamento simples na mesma referência e espaçamento duplo entre referências diferentes.

Livros: Autor (Sobrenome, nome). Título e subtítulo (em itálico e somente a primeira letra em maiúscula). Edição (número). Local: Editora, ano.

Internet: Autor (sobrenome, nome). Título (itálico). Local, ano. Acesso em dia mês ano (19 maio 2006)

Todas fontes utilizadas para o desenvolvimento do relatório de estágio, revistas, livros e sites.

GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. *Administração da produção e operações*. Capítulos 4, 5, 6 e 8. Ed. 8,São Paulo, Thomson learning 2007;

KOTLER, Phillip. *Administração de marketing*. Ed. 10, São Paulo, Pratice Hall 2000;

RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília Pimenta*. Segmentação: opções estratégicas para o mercado brasileiro*. Parte I e II. São Paulo, Nobel 1991;

ROSS, A Stephen; WESTERFIELD, Randolph W; JAFFE, Jeffrey; LAMB, Roberto. *Administração financeira*. Capítulos 2, 4, 5 e 6. Porto Alegre, AMGH 2015;

SALIM, Cesar Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Andrea Cecilia; RAMAL, Silvina Ana. *Construindo planos de negócios*. Capítulos 1, 4 e 6. Rio de Janeiro, Elsevier, 2005;

TADEU, Hugo Ferreira Braga; SILVA, Jersone Tasso Moreira. *Simulação de cenários para o planejamento estratégico empresarial*. Caderno de Ideias FDC – Nova Lima, 2013. Disponível em: http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Cadernos%20de%20Id%C3%A9ias/2013/CI1304.pdf . Acesso em 20 de Abril de 2018.

APÊNDICE A – Formulário de pesquisa a clientes

Apêndice é um elemento opcional, que consiste em um texto ou documento **ELABORADO PELO PRÓPRIO AUTOR**, a fim de complementar sua dissertação / argumentação.

(Nota explicativa: o apêndice é um elemento opcional, elaborado pelo próprio autor, a fim de complementar se trabalho. No caso de existir mais de um apêndice, ser identificado(s) por letras maiúsculas consecutivas, travessão e pelos respectivos títulos. Excepcionalmente, utilizam-se letras maiúsculas dobradas na identificação dos apêndices quando esgotadas as letras do alfabeto.) Exemplos:

APÊNDICE A – Formulário de pesquisa a cliente

APÊNDICE B – Ficha de atendimento ao cliente

ANEXO A – Relatório sobre o consumo da classe A

Anexo é um elemento opcional, que serve de complemento ao trabalho e fundamenta a pesquisa, porém, **NÃO É ELABORADO PELO AUTOR DO TRABALHO**.

(Nota explicativa: o anexo também é um elemento opcional, mas diferentemente do apêndice, não é elaborado pelo autor do trabalho. O mesmo é identificado por letras maiúsculas consecutivas, travessão e pelos respectivos títulos. Excepcionalmente, utilizam-se letras maiúsculas dobradas na identificação dos anexos, quando esgotadas as letras do alfabeto.)

Exemplos:

ANEXO A – Relatório sobre o consumo da classe A

ANEXO B – Código de defesa do consumidor