



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS PICOS
TECNOLOGO EM ANALISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

RENAN LUCAS DE LIMA OLIVEIRA

**Plano de Negócio: Eagles Software – Uma Solução Digital para a Gestão de
Achados e Perdidos**

PICOS, PIAUÍ
2025

RENAN LUCAS DE LIMA OLIVEIRA

Plano de Negócio: Eagles Software – Uma Solução Digital para a Gestão de
Achados e Perdidos

Plano de Negócio apresentado como exigência parcial para a conclusão do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Picos.

Orientador: Prof. Me. Aislan Rafael Rodrigues de Sousa

Coorientadora: Prof.^a Ma. Maria da Conceição Leal Carvalho

PICOS, PIAUÍ

2025

RENAN LUCAS DE LIMA OLIVEIRA

Plano de Negócio: Eagles Software – Uma Solução Digital para a Gestão de
Achados e Perdidos

Plano de Negócio apresentado como exigência
parcial para a conclusão do Curso de Análise e
Desenvolvimento de Sistemas do Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí,
Campus Picos.

Aprovada em: 05 / 09 / 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Aislan Rafael Rodrigues de Sousa (Orientador)

Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof.^a Ma. Maria da Conceição Leal Carvalho (co-orientadora)

Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Me . João Paulo Lima do Nascimento

Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Profa. Ma. Luanny Emmanuely Oliveira Pacheco Lopes

Instituto Federal do Piauí (IFPI)

PICOS, PIAUÍ

2025

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho só foi possível graças ao apoio, incentivo e colaboração de muitas pessoas a quem desejo expressar a minha mais profunda gratidão.

Primeiramente, agradeço a Deus, pela força e discernimento que me guiaram ao longo de toda esta jornada acadêmica e pessoal.

Agradeço à minha família, em especial aos meus pais, Deusivania e Enisvaldo, pelos conselhos e paciência ao longo de toda a minha trajetória. Quero expressar uma gratidão à minha mãe, Deusivania, que com sua força, dedicação e esforço sempre lutou e correu atrás para que eu chegasse até aqui. Da mesma forma, registro meu agradecimento ao meu pai, Enisvaldo, pelo exemplo de trabalho e honestidade, valores que sempre me inspiraram a persistir mesmo diante das dificuldades. Todo este trabalho é também uma forma de retribuir o investimento, a confiança e o exemplo de perseverança que vocês sempre depositaram em mim.

Um agradecimento especial à minha tia, Maria Graziela, que foi muito mais do que uma anfitriã durante minha estadia em Picos. Ela me ofereceu não apenas uma morada, mas um verdadeiro lar, com todo o apoio, carinho e incentivo necessários para que eu pudesse me dedicar integralmente aos estudos. Sua generosidade foi um pilar fundamental nesta conquista, tornando esta caminhada não apenas possível, mas também mais acolhedora.

Ao meu orientador, Prof. Me. Aislan Rafael, e à minha coorientadora, Maria da Conceição, por suas orientações precisas, pelos conselhos valiosos e, sobretudo, por acreditarem no potencial deste projeto. A disponibilidade e o direcionamento de vocês foram fundamentais para o enriquecimento desta pesquisa.

Ao meu colega e parceiro de projeto, João Victor Pereira Borges, com quem compartilhei os desafios e as conquistas no desenvolvimento do Eagles Software. Esta jornada não teria sido a mesma sem a sua colaboração e amizade.

Por fim, aos meus amigos e colegas do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, que tornaram esta jornada infinitamente mais leve e significativa. Agradeço pelas horas de estudo em conjunto, pelas discussões que ampliaram meus horizontes, pelo apoio mútuo nos momentos de maior dificuldade e, acima de tudo, pela amizade e pelas risadas que foram o combustível para seguir em frente. Vocês foram essenciais. A todos, o meu muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho apresenta um plano de negócio para o Eagles Software, uma *startup* de tecnologia que desenvolveu uma plataforma no modelo Software as a Service (SaaS) para a gestão de achados e perdidos. O projeto aborda a problemática da gestão ineficiente de objetos perdidos em ambientes de grande circulação, como instituições de ensino, shoppings e aeroportos, um problema validado por meio de pesquisa de mercado e entrevistas qualitativas. A solução proposta é um sistema *web* que automatiza o processo de cadastro, busca e devolução de itens, visando otimizar o tempo das equipes administrativas e melhorar a experiência do usuário final. A metodologia do plano de negócio inclui a definição de *personas*, a estruturação do modelo de negócio via *Business Model Canvas*, uma análise SWOT e o desenvolvimento de um plano de marketing e financeiro enxuto, alinhado à realidade de uma startup em estágio inicial. O modelo de receita é B2B, focado na assinatura do serviço pelas instituições, com um potencial de receita secundária através de publicidade contextualizada. O projeto, validado inicialmente em um piloto no Instituto Federal do Piauí (IFPI), demonstra um significativo potencial de escalabilidade e impacto positivo, posicionando-se como uma solução segura, eficiente e adaptada ao mercado brasileiro.

Palavras-chave: software de gerenciamento, achados e perdidos, plano de negócio, startup, SaaS.

ABSTRACT

This paper presents a business plan for Eagles Software, a tech startup that has developed a Software as a Service (SaaS) platform for lost and found management. The project addresses the problem of inefficient management of lost items in high-traffic environments, such as educational institutions, shopping malls, and airports, a problem validated through market research and qualitative interviews. The proposed solution is a web-based system that automates the process of registering, searching for, and returning items, aiming to optimize the time of administrative teams and improve the end-user experience. The business plan's methodology includes the definition of personas, the structuring of the business model via the Business Model Canvas, a SWOT analysis, and the development of a lean financial and marketing plan, aligned with the reality of an early-stage startup. The revenue model is B2B, focused on institutional subscriptions, with potential for secondary revenue through contextual advertising. The project, initially validated in a pilot at the Federal Institute of Piauí (IFPI), demonstrates significant potential for scalability and positive impact, positioning itself as a secure, efficient, and well-adapted solution for the Brazilian market.

Keywords: management software, lost and found, business plan, startup, SaaS.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Business Model Canvas.....	15
Figura 2 - Jornada de Usuário.....	19
Figura 3 - Interface para Cadastro de Itens.....	21
Figura 4 - Listagem dos Itens Cadastrados.....	21
Figura 5 - Página para Editar e Dar Baixa nos Itens.....	22
Figura 6 - Página com todos os itens cadastrados.....	23
Figura 7 - Detalhes dos Itens.....	23
Figura 8 - Roadmap do Eagles Software.....	24
Figura 9 - Perda de Itens.....	26
Figura 10 - Preocupação com a perda dos itens.....	26
Figura 11 - Processo de recuperação.....	27
Figura 12 - Validando a Solução.....	27
Figura 13 - Validando as Funcionalidades.....	28
Figura 14 - Validação dos Anúncios.....	28
Figura 15 - Matriz Swot.....	29

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADS	Análise e Desenvolvimento de Sistemas
B2B	Business-to-Business (Empresa para Empresa)
CAC	Custo de Aquisição de Clientes
CTA	Call to Action (Chamada para Ação)
IA	Inteligência Artificial
IFPI	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí
IoT	Internet of Things (Internet das Coisas)
KPI	Key Performance Indicator (Indicador-Chave de Desempenho)
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
MVP	Mínimo Produto Viável
RA	Realidade Aumentada
SaaS	Software as a Service (Software como Serviço)
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)
UCD	User-Centered Design (Design Centrado no Usuário)
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UI	User Interface (Interface do Usuário)
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas
UX	User Experience (Experiência do Usuário)

LISTA DE SÍMBOLOS

US\$ Dólar Americano

% Porcentagem

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO E CONTEXTO.....	10
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	10
2 PERSONAS E PÚBLICO-ALVO.....	11
2.1 PRIMEIRA PERSONA.....	11
2.2 SEGUNDA PERSONA.....	12
3 ANÁLISE DE MERCADO.....	12
3.1 ANÁLISE DE CONCORRENTES.....	12
3.1.1 Concorrente 1: Sistemas Institucionais (Ex: UNICAMP, UFRJ).....	12
3.1.2 Concorrente 2: Soluções Comerciais Internacionais (Ex: Lost and Found Software).....	12
3.1.3 Concorrente 3: Soluções Informais (Grupos de Redes Sociais).....	13
3.2 TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES DE MERCADO.....	13
4 DESCOBERTA E VALIDAÇÃO.....	13
4.1 PROPOSTA DE VALOR.....	13
4.2 DIFERENCIAL EM RELAÇÃO A CONCORRÊNCIA.....	14
5 MODELO DE NEGÓCIOS.....	15
5.1 BUSINESS MODEL CANVAS.....	15
5.1.1 Segmentos de Clientes (Customer Segments).....	15
5.1.2 Proposta de Valor (Value Propositions).....	15
5.1.3 Canais (Channels).....	16
5.1.4 Relacionamento com Clientes (Customer Relationship).....	16
5.1.5 Fontes de Receita (Revenue Streams).....	16
5.1.6 Recursos Principais (Key Resources).....	16
5.1.7 Atividades-Chave (Key Activities).....	16
5.1.8 Parcerias Principais (Key Partners).....	16
5.1.9 Estrutura de Custos (Cost Structure).....	16
5.2 ENTREGA AO USUÁRIO.....	17
5.4 MODELO FINANCEIRO.....	17
5.4.1 Monetização.....	17

5.4.2 ESTRUTURA DE CUSTOS.....	18
6 JORNADA DE USUÁRIO.....	18
7 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO.....	20
7.1 PLANEJAMENTO DO PRODUTO (MVP).....	20
7.2 FUNCIONALIDADES ESSENCIAIS DO MVP.....	20
7.2.1 MÓDULO ADMINISTRATIVO.....	20
7.2.2 MÓDULO DO USUÁRIO FINAL.....	22
7.3 CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO.....	24
7.4 ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO E VALIDAÇÃO.....	25
7.4.1 VALIDAÇÃO DA PESQUISA COM USUÁRIOS.....	25
7.4.1.1 VALIDANDO O PROBLEMA.....	25
7.4.1.2 VALIDAÇÃO DA SOLUÇÃO.....	27
7.4.1.3 VALIDAÇÃO DAS FUNCIONALIDADES.....	28
7.4.1.4 VALIDAÇÃO DO MODELO DE RECEITA SECUNDARIO.....	28
8 ANÁLISE SWOT.....	29
8.1 FORÇAS (Strengths).....	29
8.2 FRAQUEZAS (Weaknesses).....	29
8.3 OPORTUNIDADES (Opportunities).....	30
8.4 Ameaças (Threats).....	30
9 PLANO DE MARKETING.....	31
9.1 PROSPECÇÃO ATIVA POR EMAIL PROFISSIONAL.....	31
9.2 AUTORIDADE E RELACIONAMENTO NO LINKEDIN.....	31
9.3 ENGAJAMENTO E PRESENÇA DIGITAL NAS REDES SOCIAIS.....	31
10 CONCLUSÃO.....	32

1 INTRODUÇÃO E CONTEXTO

Na economia de serviços contemporâneos, a experiência do cliente consolidou-se como um dos principais diferenciais competitivos para qualquer organização. Pesquisas indicam que a maioria dos consumidores valoriza uma experiência positiva a ponto de estar disposta a pagar mais por ela, e seus padrões de exigência estão cada vez mais altos (PWC, 2018).

Nesse cenário, a eficiência operacional não é apenas um objetivo de gestão interna, mas um pilar essencial para a entrega de um serviço de qualidade. Falhas em processos, mesmo os considerados secundários, podem gerar atritos que comprometem a percepção de valor e a reputação da marca, impactando diretamente a satisfação do público.

É precisamente em uma dessas falhas operacionais que este trabalho se aprofunda: a gestão ineficiente de objetos perdidos em ambientes com grande circulação de pessoas. A dificuldade em gerenciar esses itens representa um ponto de atrito significativo na jornada do cliente, com potencial para gerar frustração e sobrecarga administrativa.

O presente projeto justifica-se por sua dupla relevância. A primeira é acadêmica, ao aplicar metodologias de pesquisa e desenvolvimento de *software* para resolver um problema real e pouco explorado. A segunda é mercadológica, ao estruturar um empreendimento de base tecnológica com potencial de escalabilidade, alinhado aos princípios da startup enxuta (RIES, 2011).

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A perda de objetos pessoais em ambientes de grande circulação, como instituições de ensino, shoppings, aeroportos e centros de eventos, é um problema recorrente e de impacto direto na experiência do público. A gestão desses itens, quando existente, frequentemente se mostra deficiente, caracterizada por processos manuais, desorganizados e sem controle formal sobre o registro de entrada e devolução dos pertences. Essa ausência de um procedimento estruturado não apenas dificulta a recuperação dos objetos, mas também gera angústia e frustração nos usuários, além de sobrecarregar as equipes administrativas (SILVA; COSTA, 2018). O ponto de partida deste projeto foi a observação direta dessa problemática no Instituto Federal do Piauí (IFPI), que serviu como um microcosmo para a

validação inicial do problema.

A relevância do tema foi confirmada quantitativamente por meio de pesquisa aplicada ao público-alvo. Os resultados demonstraram a alta incidência da situação: 84,6% dos participantes afirmaram já ter perdido um objeto de valor em local público, e, dentre esses, 67,3% classificaram a tentativa de recuperação como uma experiência frustrante. Além disso, a preocupação com a possibilidade de perda mostrou-se expressiva, com 93,9% dos entrevistados declarando-se preocupados ou muito preocupados com a situação. A percepção sobre os métodos atuais de gestão é predominantemente negativa, com 64,3% considerando o processo de recuperação “geralmente difícil e desorganizado”, o que reforça a necessidade de uma solução tecnológica mais eficiente e estruturada.

2 PERSONAS E PÚBLICO-ALVO

Para o desenvolvimento de um sistema eficaz, é fundamental compreender em profundidade as necessidades e expectativas dos usuários, princípio central do Design Centrado no Usuário (UCD) (NORMAN, 2013). A criação de *personas* — arquétipos de usuários baseados em pesquisa — é uma ferramenta essencial nesse processo, pois orienta decisões de *design* e desenvolvimento, garantindo que a solução seja construída a partir da perspectiva do público real (COOPER, 1999). Embora o problema da perda de objetos pessoais seja recorrente em diversos ambientes públicos, a validação inicial da solução **Eagles Software** foi conduzida no Instituto Federal do Piauí (IFPI).

Nessa fase do projeto, o público-alvo principal é composto por estudantes, servidores técnicos e docentes da instituição. Com base na pesquisa aplicada dentro do IFPI, foram criadas duas *personas* representativas, que refletem os principais perfis de usuários esperados na etapa piloto da solução. Os comportamentos, motivações e necessidades dessas *personas* foram validados por meio de entrevistas e do uso de Mapas de Empatia, possibilitando uma compreensão mais profunda do contexto e das dores dos usuários.

2.1 PRIMEIRA PERSONA

Roberto Pereira, representa o funcionário responsável pelo setor de achados e perdidos. Com 40 anos e atuando no controle de disciplina do campus, Roberto é um profissional que valoriza a organização e a automação de tarefas. Suas dores se

manifestam na dificuldade em gerenciar o grande volume de objetos perdidos e na frustração de não possuir um controle eficaz sobre o que entra e sai do setor, o que consome seu tempo e o coloca em contato direto com proprietários angustiados. Sua principal necessidade, portanto, é um sistema que lhe ofereça praticidade e agilidade, permitindo-lhe organizar o setor de forma eficiente e sentir a satisfação de ajudar a comunidade a recuperar seus itens.

2.2 SEGUNDA PERSONA

Laura Silva, representa o usuário final do sistema. É uma estudante de Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS), de 20 anos, dedicada aos estudos, mas frequentemente distraída, o que a leva a esquecer ou perder seus pertences no campus. Sua frustração reside na preocupação com a perda de itens de valor sentimental ou financeiro e na insegurança de não conseguir recuperá-los. Laura necessita de um sistema que seja fácil e intuitivo, que forneça informações detalhadas sobre os objetos encontrados como local, data e foto, para que ela possa reaver seus pertences de forma rápida e segura, o que lhe traria tranquilidade.

Essa definição de personas foca na realidade prática do primeiro ambiente de testes do Eagles Software, permitindo que a solução seja desenvolvida com base em dados reais e adaptada conforme novas validações forem realizadas em outros contextos de aplicação.

3 ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado tem como objetivo identificar o cenário atual, mapear soluções já existentes e compreender as oportunidades e desafios que orientam o desenvolvimento da proposta.

3.1 ANÁLISE DE CONCORRENTES

Nesta seção, são avaliados os principais concorrentes do Eagles Software, destacando seus pontos fortes e fracos sob a ótica da realidade institucional brasileira.

3.1.1 Concorrente 1: Sistemas Institucionais (Ex: UNICAMP, UFRJ)

- **Ponto Forte:** Validam a existência da necessidade no meio acadêmico e possuem a confiança da comunidade interna.
- **Ponto Fraco:** Frequentemente apresentam fragilidades técnicas, como

interfaces não responsivas para dispositivos móveis, e limitações operacionais, como prazos curtos para a guarda de itens.

3.1.2 Concorrente 2: Soluções Comerciais Internacionais (Ex: Lost and Found Software)

- **Ponto Forte:** São tecnologicamente avançados, oferecendo recursos como IA para reconhecimento de imagens e relatórios detalhados.
- **Ponto Fraco:** Possuem barreiras significativas para o mercado brasileiro, como o alto custo (geralmente em dólar ou euro) e a falta de suporte técnico e de interface em língua portuguesa.

3.1.3 Concorrente 3: Soluções Informais (Grupos de Redes Sociais)

- **Ponto Forte:** Amplo alcance, custo zero e extrema facilidade de uso, estando integrados à rotina dos usuários.
- **Ponto Fraco:** Carecem de qualquer tipo de organização, segurança e privacidade, expondo dados pessoais dos usuários e não oferecendo um processo formal de validação, o que gera alto risco de fraudes.

3.2 TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES DE MERCADO

O setor de *softwares* para gestão de itens perdidos está em uma trajetória de crescimento, impulsionado pela inovação tecnológica. As principais tendências apontam para a adoção de Inteligência Artificial (IA) na categorização de itens, Internet das Coisas (IoT) para rastreamento em tempo real e Realidade Aumentada (RA) para aprimorar a experiência de busca. A segurança cibernética também emerge como um fator crucial para garantir a proteção dos dados dos usuários, especialmente em ambientes públicos e institucionais, representando uma oportunidade para soluções que priorizem a conformidade com a LGPD.

4 DESCOBERTA E VALIDAÇÃO

Esta seção apresenta os principais aprendizados obtidos durante a fase de descoberta do problema e validação da solução proposta. Com base em entrevistas, pesquisas com usuários e análise de mercado, foi possível identificar as reais dores dos stakeholders e desenvolver uma proposta de valor aderente à realidade do contexto institucional. A seguir, são descritos a proposta de valor do Eagles Software

e o modelo de negócio adotado, com base na metodologia Business Model Canvas.

4.1 PROPOSTA DE VALOR

A proposta de valor é um dos pilares centrais do modelo de negócios, pois define com clareza como a solução se destaca no atendimento às necessidades do público-alvo. No caso do Eagles Software, a proposta de valor está orientada à resolução de um problema comum e recorrente em ambientes acadêmicos: a dificuldade de recuperação de objetos perdidos de forma ágil, segura e eficiente. A proposta de valor do Eagles Software pode ser descrita da seguinte forma:

Para alunos e servidores do IFPI – Campus Picos que desejam recuperar objetos perdidos, o Eagles Software é uma solução online especializada na gestão de achados e perdidos que, diferentemente de sistemas institucionais tradicionais — como o da UNICAMP, que apresenta limitações em agilidade e detalhamento —, proporciona uma recuperação rápida e segura dos itens por meio de um cadastro rico em informações relevantes.

A plataforma permite o registro completo dos objetos encontrados, incluindo foto, descrição, local exato, data, horário e identificação de quem encontrou, além de promover uma resposta mais rápida da equipe responsável e facilitar a localização por parte do usuário, economizando tempo e reduzindo o estresse envolvido no processo.

4.2 DIFERENCIAL EM RELAÇÃO A CONCORRÊNCIA

A análise do cenário competitivo revela um espaço claro para uma solução que supere as deficiências das alternativas existentes. O Eagles Software se posiciona de forma vantajosa ao entregar valor de eixos estratégicos principais:

- **Riqueza de Detalhes e Usabilidade:** Diferentemente de sistemas institucionais legados, que frequentemente possuem interfaces pouco intuitivas e limitadas, o Eagles Software foi projetado com foco na experiência do usuário. O cadastro detalhado com fotos e múltiplos campos de informação facilita a identificação precisa dos itens, superando a superficialidade e a desorganização das soluções informais, como grupos de redes sociais.
- **Acessibilidade e Adaptação ao Mercado Brasileiro:** Enquanto soluções

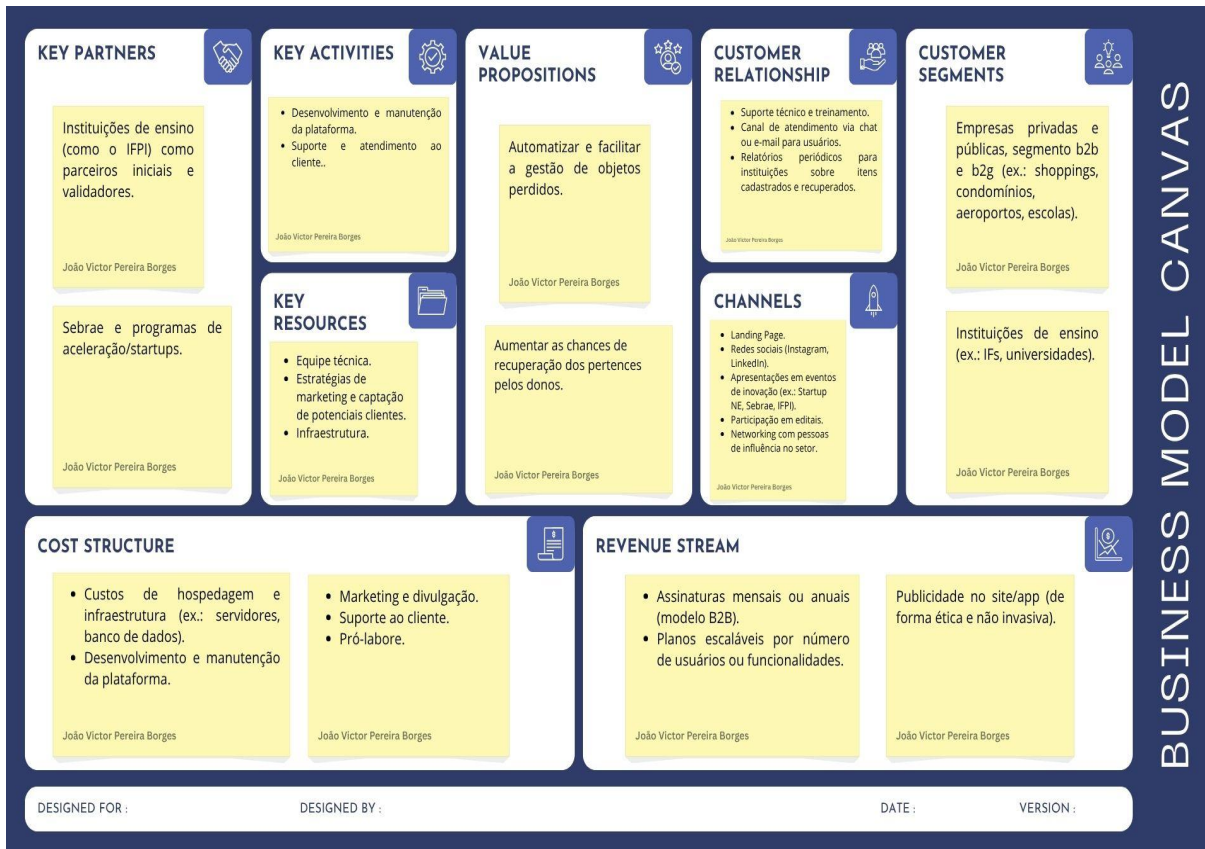
comerciais internacionais apresentam barreiras de alto custo e falta de suporte em português, o Eagles Software foi desenvolvido para a realidade brasileira. O modelo de negócio SaaS com planos acessíveis torna a tecnologia viável para uma ampla gama de instituições, desde escolas até grandes centros comerciais, oferecendo um custo-benefício superior e suporte técnico local.

5 MODELO DE NEGÓCIOS

O modelo de negócio do Eagles Software foi estruturado com base na metodologia Business Model Canvas (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010), uma ferramenta que permite visualizar de forma integrada como a organização cria, entrega e captura valor. A seguir, são descritos os nove blocos que compõem o Canvas, acompanhados de sua representação visual.

5.1 BUSINESS MODEL CANVAS

Figura 1 - Business Model Canvas



Fonte: Autoria própria (2025)

5.1.1 Segmentos de Clientes (Customer Segments)

O foco principal são clientes B2B (Business-to-Business), divididos em dois grandes grupos: instituições de ensino (universidades, escolas técnicas, colégios) e empresas privadas com grande circulação de público (shoppings, aeroportos, condomínios, rodoviárias e hotéis).

5.1.2 Proposta de Valor (Value Propositions)

A proposta central é automatizar e facilitar a gestão de objetos perdidos, com o objetivo secundário de aumentar as chances de recuperação dos pertences pelos seus donos, transformando um processo caótico em um serviço de valor agregado para a instituição.

5.1.3 Canais (Channels)

A aquisição de clientes será realizada por meio de uma Landing Page otimizada para conversão, presença ativa em redes sociais (LinkedIn, Instagram), apresentações em eventos de inovação e startups, e networking com influenciadores do setor.

5.1.4 Relacionamento com Clientes (Customer Relationship)

O relacionamento será construído através de suporte técnico e treinamento para as equipes das instituições clientes, canais de atendimento via chat, e o envio de relatórios periódicos sobre os itens cadastrados e recuperados.

5.1.5 Fontes de Receita (Revenue Streams)

A principal fonte de receita será a cobrança de assinaturas mensais ou anuais (modelo SaaS). Haverá planos escaláveis baseados no número de usuários ou funcionalidades. Uma fonte de receita secundária poderá ser a publicidade não invasiva no site.

5.1.6 Recursos Principais (Key Resources)

Os recursos essenciais para a operação são a equipe técnica qualificada, a infraestrutura de tecnologia (servidores, software) e as estratégias de marketing e captação de clientes.

5.1.7 Atividades-Chave (Key Activities)

As atividades mais importantes são o desenvolvimento e a manutenção contínua da plataforma e o suporte e atendimento ao cliente, garantindo a satisfação

e a retenção.

5.1.8 Parcerias Principais (Key Partners)

As parcerias estratégicas incluem instituições de ensino como o IFPI, que atuam como parceiros iniciais e validadores, e programas de aceleração e fomento como o Sebrae, que oferecem suporte, mentoria e networking.

5.1.9 Estrutura de Custos (Cost Structure)

Os principais custos do negócio envolvem a hospedagem e manutenção da infraestrutura, os custos de desenvolvimento da plataforma, o suporte ao cliente, os investimentos em marketing e divulgação e o pró-labore da equipe.

5.2 ENTREGA AO USUÁRIO

A entrega da solução **Eagles Software** ao mercado adota o modelo estratégico *freemium*, no qual parte das funcionalidades é oferecida gratuitamente, enquanto recursos avançados são disponibilizados mediante assinatura. Esse formato busca remover barreiras de entrada, permitindo que potenciais clientes experimentem a plataforma antes de um compromisso financeiro. A proposta gratuita atua como ferramenta de atração e validação de valor, enquanto a versão paga gera receita recorrente e sustentabilidade ao negócio.

O modelo foi escolhido por sua adequação ao estágio inicial da *startup* e ao público-alvo institucional, que tende a adotar novas soluções de forma gradual. Ao permitir testes sem custo, o freemium reduz a resistência de gestores administrativos e facilita a demonstração dos benefícios da digitalização do processo de achados e perdidos. Dessa forma, a estratégia contribui para a escalabilidade da solução e para o aumento da base de usuários de forma orgânica e sustentável. A entrega ocorre em duas frentes:

- **Para a Instituição Cliente (Administrador):** A porta de entrada para a plataforma é a **versão gratuita**. Qualquer instituição pode se cadastrar e começar a utilizar as funcionalidades essenciais do sistema imediatamente, com uma limitação no volume de itens que podem ser cadastrados. Esta abordagem permite que a empresa teste a solução, comprove seu valor na prática e entenda o impacto positivo na sua operação sem nenhum custo

inicial. Caso a instituição necessite de um volume maior de cadastros ou de funcionalidades avançadas, ela pode optar por contratar um dos planos de assinatura, momento em que a versão completa do painel de gerenciamento é liberada.

- **Para o Usuário Final (Público):** Independentemente do plano da instituição (gratuito ou pago), a experiência para o usuário final é sempre **pública e gratuita**. O acesso ao portal de busca de itens é disponibilizado através de um link único que a instituição pode divulgar em seus próprios canais de comunicação (site, redes sociais, etc.), garantindo um acesso amplo e sem atritos para toda a sua comunidade.

5.4 MODELO FINANCEIRO

A sustentabilidade do projeto está ancorada em um modelo de negócio **Freemium**, projetado para remover a barreira de entrada e monetizar com o crescimento do uso e a entrega de valor contínuo. A estratégia reflete a realidade de uma startup em fase de validação, onde a aquisição de uma base de usuários inicial é mais prioritária do que a receita imediata.

5.4.1 Monetização

A estratégia de monetização do Eagles Software é dividida em duas frentes principais:

- **Plano Gratuito (Free):** As instituições poderão se cadastrar e utilizar a plataforma gratuitamente para gerenciar um número limitado de itens (e.g., até 10 itens cadastrados por mês). Este plano serve como a principal ferramenta de aquisição de usuários, permitindo que as empresas testem a solução e comprovem seu valor sem nenhum custo ou risco.
- **Plano Profissional (Premium):** Para instituições que necessitem de um volume maior de cadastros ou de funcionalidades avançadas, será oferecido um plano de assinatura mensal (SaaS). A assinatura removerá o limite de itens e poderá incluir recursos adicionais, como relatórios de gestão, múltiplos usuários administradores e suporte prioritário.

5.4.2 ESTRUTURA DE CUSTOS

A estrutura de custos será mantida enxuta, focada em despesas essenciais

para a operação e o crescimento.

- **Custos de Desenvolvimento e Manutenção:** Investimento contínuo na evolução da plataforma, majoritariamente composto pelo tempo e conhecimento técnico dos fundadores.
- **Custos de Infraestrutura:** Despesas com serviços de tecnologia para manter a plataforma no ar, como hospedagem em nuvem, domínio e bancos de dados.
- **Marketing e Aquisição:** Custos relacionados à atração de novos usuários por meio dos canais de divulgação estabelecidos.

É importante ressaltar que, na fase atual deste plano de negócio, a estrutura financeira foi mapeada de forma qualitativa. A elaboração de um modelo financeiro completo, com a projeção quantitativa de receitas e despesas, é definida como um próximo passo fundamental para a transformação do projeto em um negócio operacional.

6 JORNADA DE USUÁRIO

A jornada do usuário é uma ferramenta visual e narrativa que mapeia toda a experiência de interação com o Eagles Software, desde a identificação do problema até a sua resolução. Contada sob a perspectiva das personas, ela detalha cada ponto de contato e foca nas ações e emoções em cada etapa, demonstrando como a plataforma conecta os dois lados do ecossistema: o usuário final e o administrador. A jornada unificada pode ser visualizada na Figura 2 e é descrita nas seguintes etapas:

Figura 2 - Jornada de Usuário



Fonte: Autoria própria (2025)

Para o Eagles Software, o objetivo da jornada é demonstrar como a solução transforma um processo ineficiente e gerador de estresse em uma experiência fluida e positiva. Ela ilustra a interação entre as duas personas centrais, mostrando como a plataforma não apenas resolve um problema, mas também gera valor tanto para a instituição quanto para o seu público.

O objetivo da persona Laura (usuária final) é recuperar seu pertence de forma rápida e com o mínimo de esforço, eliminando a incerteza do processo. O Eagles Software resolve seu principal problema ao oferecer um canal único e organizado para a busca. Já o objetivo da persona Roberto (administrador) é gerenciar os itens encontrados de forma eficiente, sem sobrecarregar sua rotina. A simplicidade do cadastro e da baixa de itens o empodera a manter o setor organizado, economizando tempo e melhorando a imagem do seu trabalho.

7 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

Esta seção apresenta o planejamento e a execução do desenvolvimento do Eagles Software em sua fase de Produto Mínimo Viável (MVP). Embora ainda não

tenha sido implementado com usuários reais, o projeto encontra-se em estágio avançado de desenvolvimento e testes internos, com funcionalidades essenciais organizadas e priorizadas segundo metodologias ágeis. São também abordadas as estratégias planejadas para validação futura, crescimento do produto e a estrutura financeira que sustenta o projeto.

7.1 PLANEJAMENTO DO PRODUTO (MVP)

O desenvolvimento do Eagles Software segue a metodologia de Produto Mínimo Viável (MVP), focado em entregar as funcionalidades essenciais que resolvem o problema central do público-alvo. Esta abordagem está alinhada aos princípios da *Lean Startup*, que prioriza ciclos de aprendizado e validação com o mercado com o menor esforço possível (RIES, 2011; BLANK, 2013). A abordagem ágil foi escolhida por sua flexibilidade e capacidade de responder rapidamente aos feedbacks coletados.

7.2 FUNCIONALIDADES ESSENCIAIS DO MVP

A versão inicial do Eagles Software foi dividida em dois perfis de usuário, cada um com um conjunto de funcionalidades prioritárias que garantem a operação central do sistema.

7.2.1 MÓDULO ADMINISTRATIVO

Este módulo é de acesso restrito à equipe da instituição cliente e contém as ferramentas necessárias para a gestão dos itens perdidos.

- **Cadastro de Itens:** Esta é a funcionalidade central do sistema. Permite que o administrador registre um novo objeto encontrado através de um formulário simples, com campos para descrição detalhada, local onde foi encontrado, data e a possibilidade de fazer o upload de uma ou mais fotos do item.

Figura 3 - Interface para Cadastro de Itens

Fonte: Autoria própria (2025)

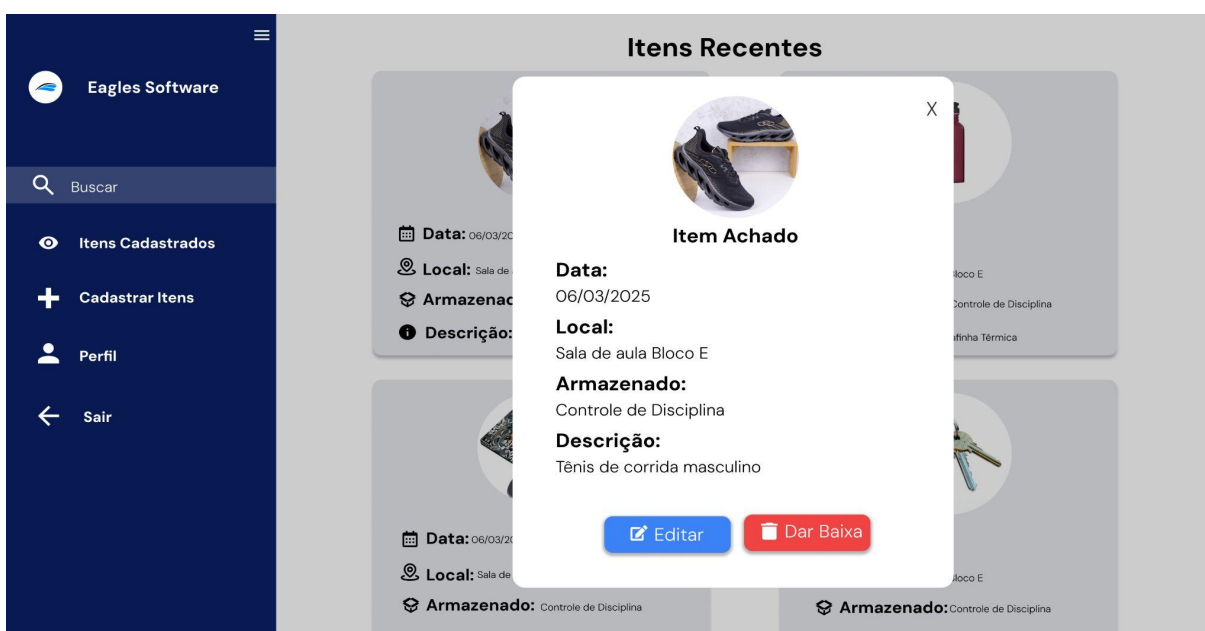
- Listagem e Gestão de Itens:** Um painel de controle exibe todos os itens cadastrados em formato de lista ou grade. O administrador pode pesquisar por itens específicos, utilizar filtros por data e acessar as opções de edição para corrigir ou adicionar informações a um registro.

Figura 4 - Listagem dos Itens Cadastrados

Fonte: Autoria própria (2025)

- **Edição e Baixa de Itens:** Ao selecionar um item na listagem, o administrador pode tanto editar suas informações quanto realizar a "baixa" do item, marcando-o como "devolvido". Essa ação remove o objeto da lista pública, mas mantém o registro em um histórico interno para fins de controle e geração de relatórios.

Figura 5 - Página para Editar e Dar Baixa nos Itens



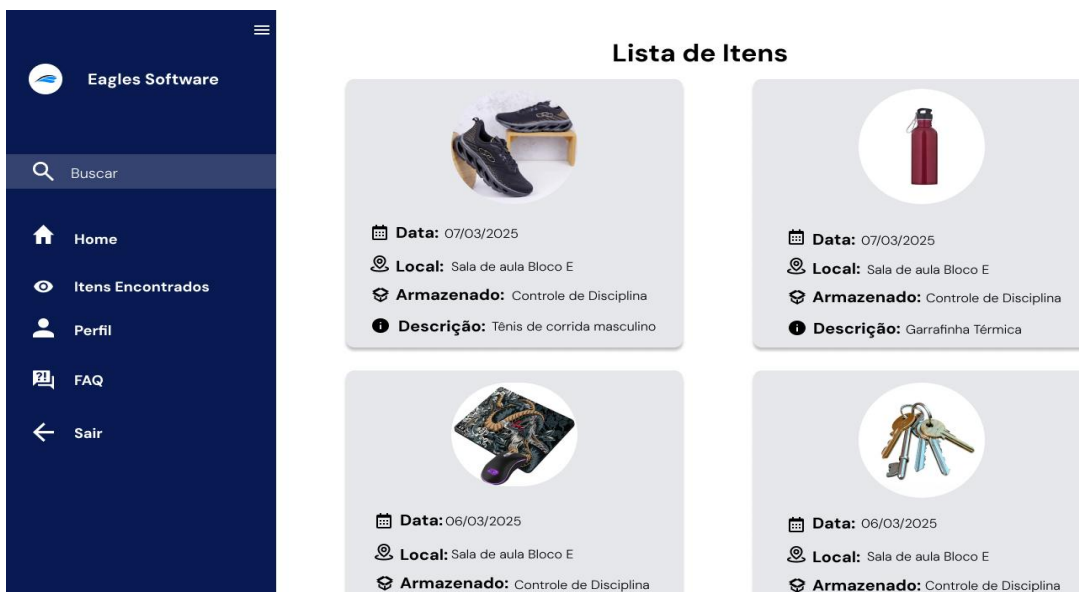
Fonte: Autoria própria (2025)

7.2.2 MÓDULO DO USUÁRIO FINAL

Este módulo corresponde à interface pública da plataforma, onde o público da instituição pode buscar por seus pertences.

- **Portal de Busca e Filtragem:** A tela principal para o usuário é uma interface de busca intuitiva. Ele pode pesquisar por palavras-chave (ex: "mochila preta", "chaveiro") e aplicar filtros por categoria, data ou local para refinar os resultados e encontrar seu pertence mais rapidamente.

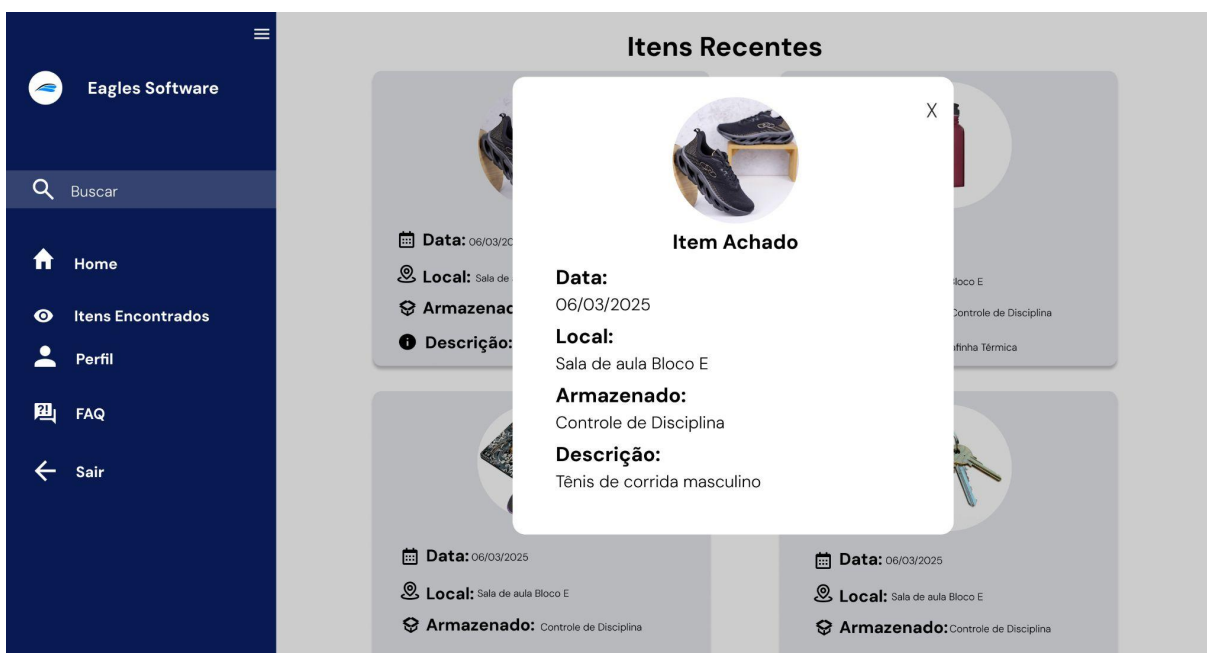
Figura 6 - Página com todos os itens cadastrados



Fonte: Autoria própria (2025)

- **Visualização de Detalhes do Item:** Ao clicar em um item da lista, o usuário é direcionado para uma página de detalhes que exibe todas as informações cadastradas pelo administrador, incluindo a foto ampliada, o que é crucial para a confirmação de que o objeto é realmente o seu.

Figura 7 - Detalhes dos Itens

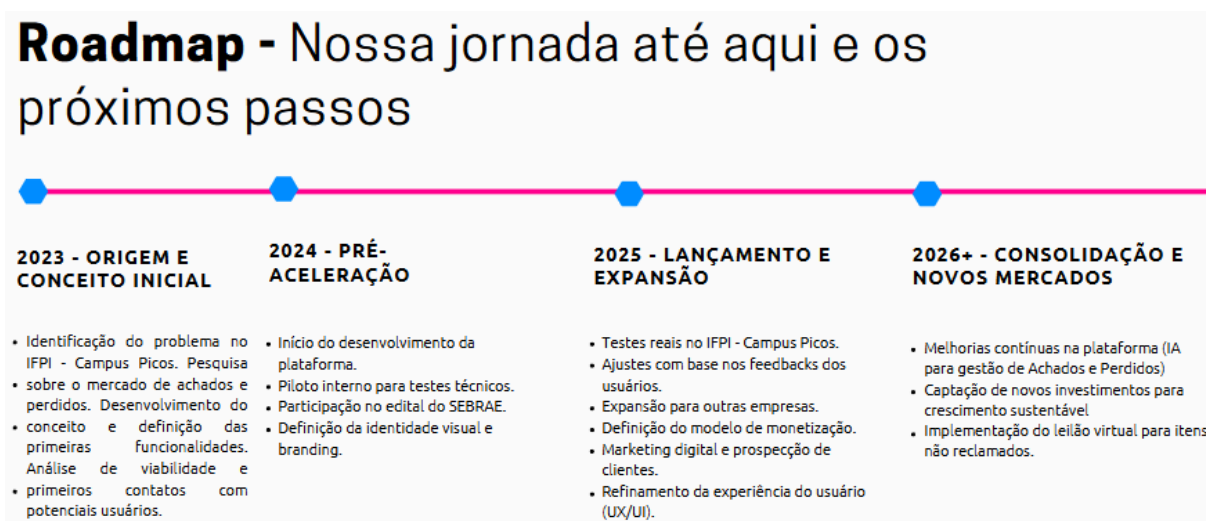


Fonte: Autoria própria (2025)

7.3 CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO

O *roadmap*, ou mapa do projeto, é uma ferramenta de comunicação visual essencial para alinhar *stakeholders* e ilustrar a trajetória estratégica do produto ao longo do tempo. Ele serve para demonstrar a evolução do *Eagles Software*, desde sua concepção até a visão de futuro, detalhando os marcos planejados para cada fase do seu desenvolvimento e expansão.

Figura 8 - Roadmap do Eagles Software



Fonte: Autoria própria (2025)

- **2023 - Origem e Conceito Inicial:** Fase dedicada à identificação do problema no IFPI, pesquisa de mercado, desenvolvimento do conceito e análise de viabilidade.
- **2024 - Pré-Aceleração:** Etapa focada no início do desenvolvimento da plataforma, criação de um piloto interno para testes técnicos, participação em editais de fomento (Sebrae) e definição da identidade visual da marca.
- **2025 - Lançamento e Expansão:** O ano de 2025 marca o lançamento oficial com os testes reais no IFPI, a realização de ajustes com base nos feedbacks, a expansão para outras empresas, a definição do modelo de monetização e o início da prospecção de clientes.
- **2026+ - Consolidação e Novos Mercados:** A visão de futuro inclui a melhoria contínua da plataforma com a incorporação de tecnologias como Inteligência Artificial, a captação de novos investimentos e a implementação de novas fontes de receita, como um leilão virtual para itens não reclamados.

7.4 ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO E VALIDAÇÃO

A estratégia de crescimento e validação do *Eagles Software* está centrada na execução de um projeto piloto no IFPI - Campus Picos, para o qual já foi obtida a autorização. Esta iniciativa será a principal ferramenta para a validação do produto em um ambiente real, permitindo a realização de testes com usuários (servidores e discentes) e a coleta de *feedbacks* diretos para aprimorar a usabilidade e a aderência da solução.

Paralelamente, a trajetória do projeto já conta com conquistas que validam seu potencial, como a seleção para a fase de aceleração do programa SEBRAE Startup Nordeste e a formação de parcerias estratégicas. Após a fase piloto, a estratégia de expansão se concentrará na prospecção de novos clientes B2B, utilizando os dados e o estudo de caso do IFPI como prova social, e em campanhas de marketing digital. O sucesso será medido por meio de Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs), como o Custo de Aquisição de Clientes (CAC) e a Taxa de Retenção de clientes.

7.4.1 VALIDAÇÃO DA PESQUISA COM USUÁRIOS

Para validar as hipóteses centrais do modelo de negócio, foi conduzida uma pesquisa quantitativa com 98 potenciais usuários. Os *insights* fornecem fortes indicativos sobre a relevância do problema, o valor percebido da solução e a viabilidade do modelo de receita.

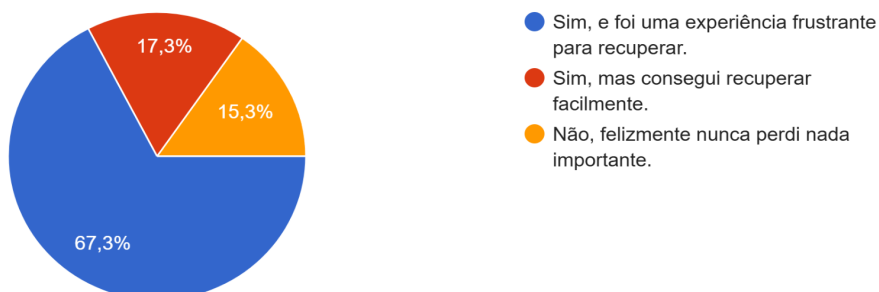
7.4.1.1 VALIDANDO O PROBLEMA

A pesquisa confirma a alta incidência do problema, com **67,3%** dos respondentes afirmando já ter perdido um objeto e classificado a experiência como frustrante.

Figura 9 - Perda de Itens

Você pessoalmente já perdeu algum objeto de valor (sentimental ou financeiro) em um local específico?

98 respostas



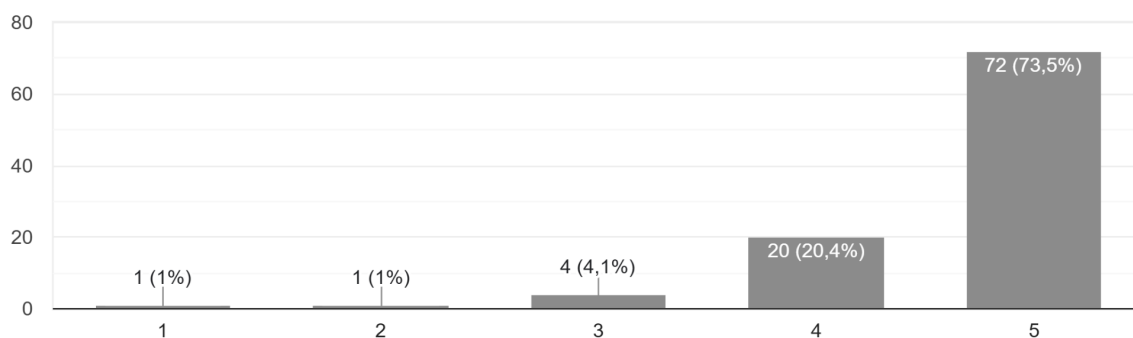
Fonte: Autoria própria (2025)

Além disso, a preocupação com a perda de pertences é latente, com **93,5%** dos usuários indicando um alto nível de preocupação (nota 4 em 5).

Figura 10 - Preocupação com a perda dos itens

Mesmo que nunca tenha perdido algo, o quão preocupado(a) você fica com a possibilidade de perder seus pertences em locais movimentados?

98 respostas



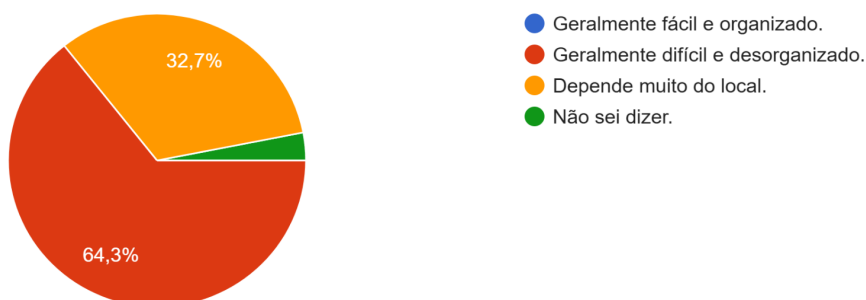
Fonte: Autoria própria (2025)

A percepção sobre os métodos atuais é majoritariamente negativa, com **64,3%** considerando o processo de recuperação "difícil e desorganizado".

Figura 11 - Processo de recuperação

Na sua opinião, de modo geral, você acha que o processo para recuperar um item perdido nesses locais é:

98 respostas



Fonte: Autoria própria (2025)

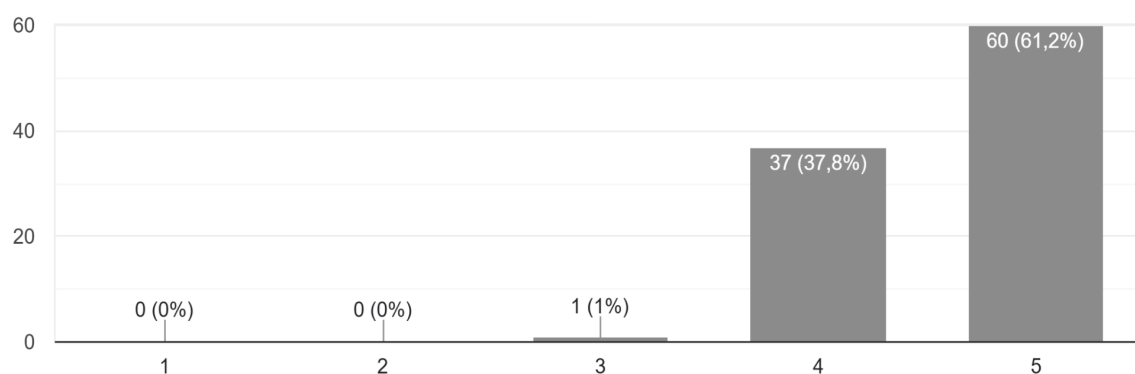
7.4.1.2 VALIDAÇÃO DA SOLUÇÃO

A solução proposta demonstrou altíssima aceitação. **99%** dos entrevistados consideraram a ferramenta útil (notas 4 ou 5), com **61,2%** classificando-a como "extremamente útil".

Figura 12 - Validando a Solução

Em uma escala de 1 a 5, o quão útil seria uma ferramenta como essa?

98 respostas

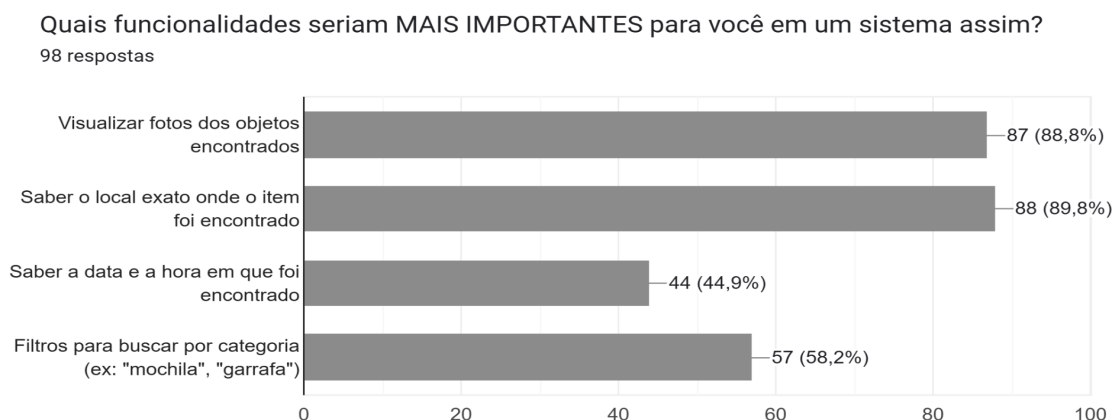


Fonte: Autoria própria (2025)

7.4.1.3 VALIDAÇÃO DAS FUNCIONALIDADES

As funcionalidades consideradas mais importantes foram "saber o local exato onde o item foi encontrado" (88,9%) e "visualizar fotos dos objetos" (88,8%), validando as prioridades de desenvolvimento do MVP.

Figura 13 - Validando as Funcionalidades



Fonte: Autoria própria (2025)

7.4.1.4 VALIDAÇÃO DO MODELO DE RECEITA SECUNDARIO

A hipótese de monetização por meio de publicidade para manter o serviço gratuito para o usuário final foi amplamente validada. **89,8%** dos respondentes se mostraram "totalmente confortáveis" ou "neutros" em relação à exibição de anúncios discretos, indicando uma alta aceitação deste modelo.

Figura 14 - Validação dos Anúncios

Para que o sistema continue gratuito, a plataforma pode exibir anúncios discretos de parceiros. Como você se sentiria em relação a isso?
98 respostas

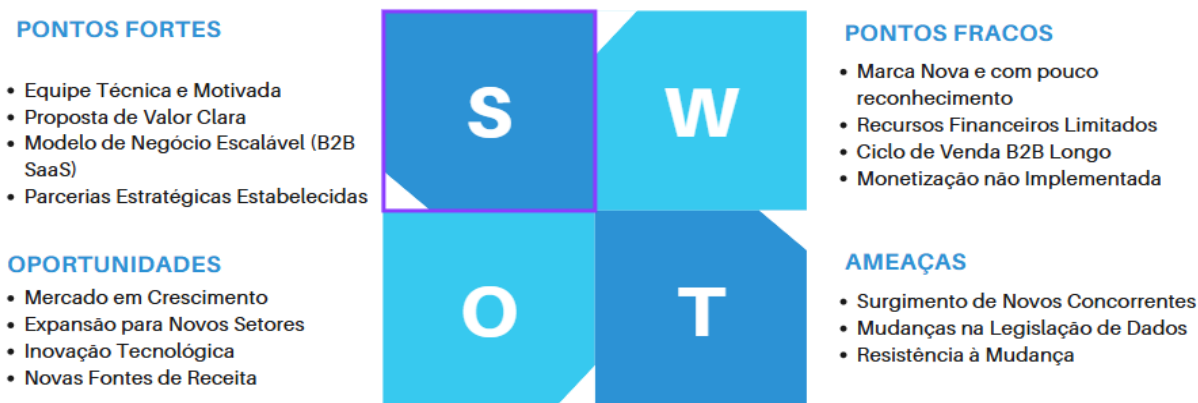


Fonte: Autoria própria (2025)

8 ANÁLISE SWOT

A Análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) é uma ferramenta de planejamento estratégico que permite avaliar os ambientes interno e externo do projeto. A seguir, são detalhados os principais fatores identificados para o Eagles Software.

Figura 15 - Matriz Swot



Fonte: Autoria própria (2025)

8.1 FORÇAS (Strengths)

- **Equipe Técnica e Motivada:** A equipe possui as competências técnicas necessárias para o desenvolvimento e a manutenção da plataforma, além de um profundo conhecimento do problema por vivenciá-lo no ambiente acadêmico.
- **Proposta de Valor Clara:** A solução ataca uma dor de mercado validada, oferecendo organização, segurança e eficiência em um processo atualmente caótico.
- **Modelo de Negócio Escalável (B2B SaaS):** O modelo de assinatura permite um crescimento com receita recorrente e custos marginais decrescentes.
- **Parcerias Estratégicas Estabelecidas:** Vínculos com o SEBRAE e ecossistemas de inovação como o Guaribas Valley conferem credibilidade e abrem portas para o crescimento.

8.2 FRAQUEZAS (Weaknesses)

- **Marca Nova e Sem Reconhecimento:** Sendo um projeto novo, a marca ainda não possui uma reputação estabelecida no mercado, o que exige um grande esforço inicial de marketing.

- **Recursos Financeiros Limitados:** Como uma startup em fase inicial, há limitações de capital para investir em desenvolvimento acelerado e marketing em grande escala.
- **Ciclo de Venda B2B Longo:** O processo de negociação e contratação por parte de instituições pode ser demorado e burocrático, impactando o fluxo de caixa inicial.
- **Monetização Não Implementada:** As funcionalidades de receita, como os planos de assinatura do modelo Freemium, ainda não foram desenvolvidas, o que significa que o projeto não possui sustentabilidade financeira no momento atual.

8.3 OPORTUNIDADES (Opportunities)

- **Mercado em Crescimento:** O setor global de softwares para gestão de achados e perdidos está em expansão, com previsão de atingir US\$ 244 milhões até 2031.
- **Expansão para Novos Setores:** Existe um grande potencial para adaptar e vender a solução para outros mercados, como shoppings, aeroportos, hotéis e empresas de eventos.
- **Inovação Tecnológica:** A oportunidade de integrar tecnologias emergentes, como Inteligência Artificial (IA) para categorização de itens, pode criar novos diferenciais competitivos.
- **Novas Fontes de Receita:** A plataforma permite a exploração de modelos de receita futuros, como um sistema de leilão virtual para itens não reclamados.

8.4 Ameaças (Threats)

- **Surgimento de Novos Concorrentes:** A simplicidade do problema pode atrair o surgimento de novas startups com propostas similares ou modelos de preço mais agressivos.
- **Mudanças na Legislação de Dados:** Mudanças na Legislação de Dados: Um maior rigor na fiscalização da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) pode exigir adaptações custosas no sistema para garantir a conformidade contínua (BRASIL, 2018).
- **Resistência à Mudança:** Instituições acostumadas com seus processos manuais podem apresentar resistência à adoção de uma nova ferramenta.

9 PLANO DE MARKETING

No cenário atual, em que a digitalização de processos administrativos é cada vez mais necessária, uma estratégia de *marketing* bem definida é fundamental para que o Eagles Software alcance seu público-alvo, comunique sua proposta de valor e construa uma marca sólida (KOTLER; KELLER, 2012). Mais do que divulgação, o marketing será uma ferramenta para educar o mercado, gerar confiança e estabelecer autoridade, mostrando que a gestão de achados e perdidos pode ser feita de forma profissional, segura e eficiente.

9.1 PROSPECÇÃO ATIVA POR EMAIL PROFISSIONAL

O e-mail institucional será um dos canais centrais de aquisição, com foco em abordagens diretas e segmentadas (*cold mails*). Cada contato será personalizado de acordo com o perfil da instituição, destacando os principais benefícios da solução, como economia de tempo, segurança de dados e melhoria na experiência do usuário.

Além da prospecção, o e-mail também servirá para nutrir *leads* já interessados, enviando materiais complementares, cases de sucesso e convites para demonstrações.

9.2 AUTORIDADE E RELACIONAMENTO NO LINKEDIN

O LinkedIn será o principal canal de **posicionamento profissional e construção de autoridade da marca**. A estratégia envolverá:

- Publicação recorrente de conteúdos relevantes sobre gestão administrativa e inovação.
- Networking estratégico com gestores de universidades, shoppings, aeroportos e demais decisores
- Participação em grupos de discussão e interações com conteúdos do setor, reforçando o posicionamento da empresa como referência em gestão de achados e perdidos.

9.3 ENGAJAMENTO E PRESENÇA DIGITAL NAS REDES SOCIAIS

As redes sociais como o instagram terão papel complementar, voltadas para fortalecimento da marca e aproximação com a comunidade. O objetivo é dar mais visibilidade ao Eagles Software, humanizar a comunicação e gerar credibilidade. As

ações incluirão:

- Compartilhamento de atualizações do sistema e conquistas da startup (novos clientes, cases, melhorias).
- Publicação de conteúdos curtos e visuais, com dicas práticas e depoimentos de usuários.
- Estímulo à interação com a comunidade acadêmica e com potenciais clientes por meio de comentários, enquetes e chamadas para ação (CTAs).

10 CONCLUSÃO

O desenvolvimento do Eagles Software representa uma resposta direta e eficaz a um problema concreto e validado: a gestão ineficiente de objetos perdidos, uma fonte de frustração para a vasta maioria do público em ambientes de grande circulação. A necessidade de uma solução foi comprovada não apenas pela observação direta no IFPI – Campus Picos, mas também por dados que indicam que o processo de recuperação é majoritariamente percebido como "difícil e desorganizado". Desde sua concepção, o projeto demonstrou um impacto significativo ao transformar este processo caótico em uma experiência ágil.

A viabilidade do projeto foi consolidada através da aplicação de metodologias ágeis e da criação de um MVP focado nas funcionalidades essenciais, que já passou por uma fase inicial de testes e validação com usuários reais no IFPI. A escolha estratégica de um modelo de negócio B2B SaaS não apenas garante a sustentabilidade do projeto, mas também oferece um significativo potencial de escalabilidade. A arquitetura do sistema permite a expansão para além do ambiente universitário, abrangendo setores de alto fluxo como aeroportos, shoppings e hotéis, um mercado global que, segundo a Business Research Insights, deve atingir US\$ 244 milhões até 2031.

As conquistas até aqui, como a seleção para a fase de aceleração do SEBRAE Startup Nordeste e a formação de parcerias estratégicas, reforçam a maturidade e o potencial do Eagles Software. Em síntese, o projeto não apenas cumpre seu objetivo de facilitar a recuperação de objetos perdidos, mas se estabelece como um empreendimento promissor. Com um roteiro claro para os próximos passos, incluindo a implementação de novas funcionalidades, o Eagles Software está posicionado para impactar positivamente a experiência de novos usuários.

REFERÊNCIAS

- ALURA. O que é Metodologia Ágil. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/o-que-e-metodologia-agil>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- BLANK, Steve. The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win. Pescadero, CA: K&S Ranch, 2013.
- BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Brasília, DF: Presidência da República, [2018]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 21 ago. 2025.
- BUSINESS RESEARCH INSIGHTS. Lost and Found Software Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis. 2024.
- CAVA, Ricardo Andrade et al. Desenvolvimento de um programa aberto de ensino de sistemas de controle. Revista Thema, v. 7, n. 1, p. 01-10, 2010.
- COOPER, Alan. The Inmates Are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity. Indianapolis: Sams, 1999.
- GOMES, A. F.; KRICHEN, S. A Scalable SaaS Architecture for E-learning Platforms. In: 2021 INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION, COMMUNICATION & AUTOMATION TECHNOLOGIES (ICAT). Anais... Sarajevo, Bosnia and Herzegovina: IEEE, 2021. p. 1-6.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- NORMAN, Donald A. O Design do Dia a Dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. Strategyzer series. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010.
- PwC. Experience is everything: Here's how to get it right. 2018. Disponível em: <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/experiences-everything.html>. Acesso em: 22 ago. 2025.
- RIES, Eric. A Startup Enxuta: Como os Empreendedores Atuais Utilizam a Inovação Contínua para Criar Empresas Extremamente Bem-Sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2011.
- SILVA, A. B.; COSTA, F. J. Gestão de serviços em instituições de ensino superior: um estudo de caso sobre o setor de achados e perdidos. Revista de Gestão e Projetos (GeP), v. 9, n. 2, p. 55-71, 2018.

SOARES, Jonathan. *Guideline de construção de jogos educacionais para web usando HTML5*. 2013. 81 f. Monografia (Graduação em Ciência da Computação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

APÊNDICES

[APÊNDICE A – Formulário de Validação da Proposta de Valor](#)

[APÊNDICE B – Respostas Consolidadas da Pesquisa](#)

[APÊNDICE C – Pitch Deck - Slides de Apresentação](#)