



Licenciatura em Engenharia Informática
Unidade Curricular de Empreendedorismo e Inovação
Ano letivo 2022/23

Relatório Final *SafeSquad*

Docentes: Professores Rui Quaresma, Hernâni Oliveira e Rui Fragoso

Discentes: Carlos Palma 46520; João Cartaxo 44539 Bruno Ascensão 45460; Manuel Cunha 48482

Ideias apresentadas durante o Business Pitch Individual

Carlos Palma

A minha ideia no business pitch individual consistia no desenvolvimento de uma aplicação móvel que permitiria ao utilizador descobrir preços, distancia e recomendações de bares e restaurantes mais próximos, tratando exclusivamente de aspetos referentes a bebidas alcoólicas. A aplicação tinha também algumas funcionalidades extra que visavam garantir a segurança do utilizador como a chamada rápida de um transporte que o levaria diretamente do local onde se encontrava até casa, sem ter que estar a indicar previamente qual a viagem que queria fazer pois a mesma era pré-selecionada antes mesmo do início da saída.

Manuel Cunha

A ideia que apresentei no business pitch individual consistia numa aplicação que reunia todos os transportes públicos para facilitar a consulta de horários e saber os atrasos. A aplicação também ajudava a escolher qual o meio de transporte mais económico e o mais rápido para um certo percurso. Uma das funcionalidades que tinha e que diferenciava a minha aplicação das concorrentes é que na minha aplicação daria para comprar bilhetes para todos os meios de transporte e o bilhete a apresentar seria apenas um código QR.

João Cartaxo

No meu business pitch individual, a minha proposta era desenvolver uma aplicação que reunisse todos os produtos perto do prazo de validade de um supermercado em específico. Através da aplicação, os clientes podem identificar esses produtos com mais facilidade, ou mesmo se desejarem, há a opção de fazer encomendas personalizadas ou reservar para levantar mais tarde num determinado horário. O objetivo era facilitar e incentivar o acesso a estes produtos, diminuir o desperdício alimentar e proporcionar preços mais acessíveis aos consumidores, enquanto supermercados otimizam o *stock* e reduzem perdas.

Bruno Ascensão

O meu pitch individual baseou-se na ideia de criar uma plataforma chamada *UniHelp*, que conecta estudantes universitários à procura de ajuda em matérias específicas com tutores dispostos a fornecer suporte. Os tutores definem o preço pelo serviço oferecido e os alunos têm acesso a aulas, videochamadas, troca de exercícios e resoluções, entre outras opções. A plataforma inclui identificação dos utilizadores, sistema de avaliação e oferece ao criador uma pequena percentagem de cada transação ou anúncios como fontes de monetização.

Descrição da ideia final e razões que levaram à sua escolha para o Business Pitch em Grupo

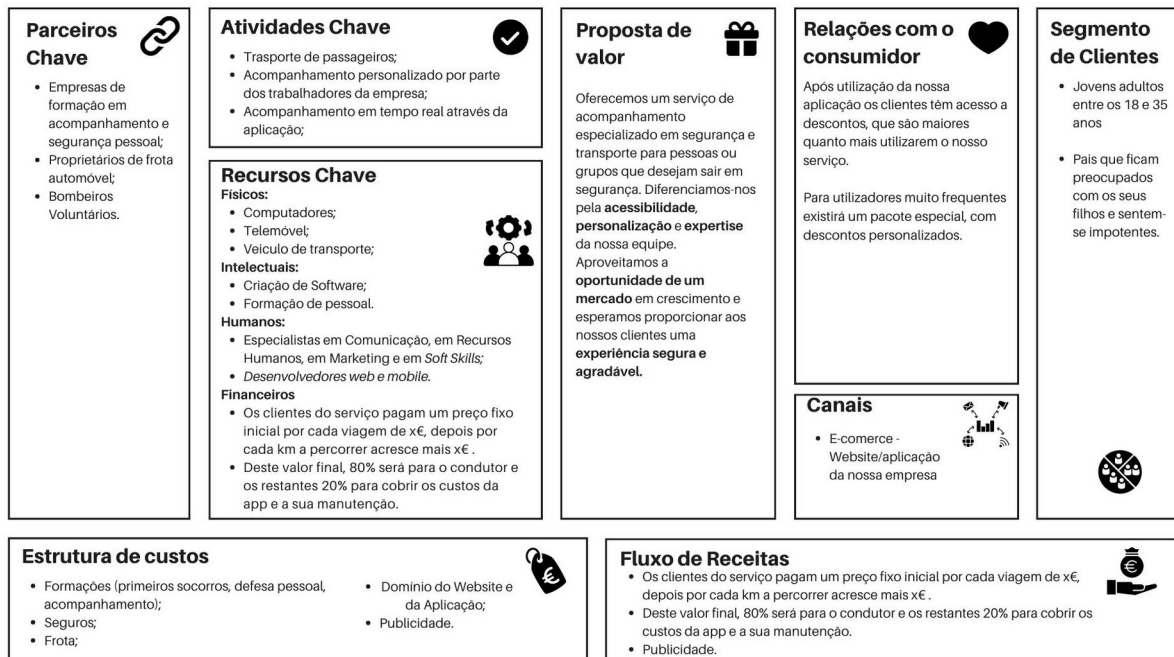
Diariamente, somos abordados, com várias notícias relativas à falta de segurança em saídas noturnas, desde assédio, assalto, agressão ou até mesmo homicídio. Foi tendo esta preocupação no pensamento que surgiu a *SafeSquad* uma aplicação móvel que visa combater e ajudar a atenuar estes problemas constantes na nossa sociedade.

A aplicação fornece um serviço de acompanhamento especializado em segurança e/ou transporte de pessoas. Com apenas um *click* é possível usufruir deste acompanhamento especializado, sem limite de tempo, pode durar as horas que o utilizador ou grupo de utilizadores entenderem, feito por uma pessoa com formação na área da segurança que os irá acompanhar. O utilizador começa por escolher na interface da aplicação qual o trajeto a realizar, de seguida serão sugeridos vários perfis de acompanhantes sendo por fim o utilizador a decidir qual o acompanhante que mais se adequa à situação, o pagamento do serviço é apenas realizado no final da viagem sendo que o prazo de acompanhamento é extensível.

Iremos recrutar para o nosso serviço pessoas que já têm formação na área de segurança e pretendemos a longo prazo fornecer formações nós mesmo, de forma que, futuramente qualquer pessoa se possa tornar acompanhante da *SafeSquad*.

Esta ideia começou por ser inicialmente uma aplicação mais direcionada a bebidas alcoólicas, neste caso baseada no business pitch individual do Carlos Palma, por ter sido aquele com melhor apreciação, no entanto a longo prazo foi-se transformando em algo muito maior e mais útil. À medida que apresentámos surgiram novas ideias e acreditamos mesmo que esta ideia final tenha potencial para se tornar algo palpável num futuro próximo.

Business Model Canvas



Estrutura de custos detalhada

1. Desenvolvimento e manutenção da aplicação:
 - Custo inicial de desenvolvimento da aplicação,
 - Custo mensal de manutenção e atualizações da aplicação.
1. Infraestruturas de servidores:
 - Custo mensal da hospedagem da aplicação em servidores e serviços *cloud*,
 - Custo adicional para escalabilidade e tráfego de utilizadores.
1. Gestão de dados e análise:
 - Custo mensal para armazenamento de dados,
 - Custo para implementação de ferramentas de análise e relatórios.
1. Recrutamento e treino de acompanhantes:
 - Custos de recrutamento, como anúncios de emprego e processos de seleção;
 - Custo de salários e benefícios dos acompanhantes,
 - Custo da formação inicial para os acompanhantes que já possuem formação em segurança.
1. Apoio ao cliente:
 - Custo de atendimento ao cliente em tempo real (chat),
 - Custo do treino da equipa de apoio ao cliente.
1. Administração e operações:
 - Custo associado aos salários e benefícios para a equipa de gestão e funcionários administrativos,
 - Custo relativos á contabilidade, jurídicos e consultoria.
1. Marketing e aquisição de clientes:
 - Custo mensal para campanhas de marketing,
 - Custo para parcerias com outras empresas e organizações relacionadas á segurança e transporte.
1. Logística:
 - Custo por viagem unitária;

- Custo adicional de um serviço que inclui mais do que uma viagem por noite;
- Custo por quilómetro percorrido em cada viagem;
- Custo do seguro associado à viagem;
- Custo por hora para o acompanhamento pessoal feita durante a saída á noite;
- Custo de um plano completamente personalizado pelo utilizador,
- Custo de pacotes de subscrição mensais para usufruir de viagens.

Projeções de crescimento a 3 anos

	Tempo		
	1 ano	2 anos	3 anos
Receitas (R)	100 000 €	111 400 €	124 099 €
Custos Variáveis (CV)	0 €	0 €	0 €
Custos Fixos (CF)	85230 €	94350 €	104509,2 €
Total de custos (CT= CV+CF)	85230 €	94350 €	104509,2 €
Resultado Operacional (RO=R-CT)	14770 €	17050 €	19589,8 €

- A nível da receita temos em conta a taxa de crescimento de 11.4% anual do setor dos transportes, muitos outros fatores podem influenciar, no entanto fizemos uma simulação apenas tendo em conta estes valores
- Nos custos fixos tivemos em conta os nossos próprios salários, o escritório e as despesas inerentes tais como água, luz, internet etc.

Plano estratégico de marketing para entrada no mercado

Atividade:

- Divulgação do serviço através de anúncios em vários formatos;
- Campanhas de sensibilização;
- Participação em eventos em todo o país onde o nosso serviço esteja presente com brindes;
- Presença nas redes sociais,
- *Giveaways* do serviço.

Recursos:

- Vídeos;
- Anúncios;
- Brindes,
- Eventos.

Parceiros:

- Ativação de parcerias como por exemplo empresas de eventos;

Contribuição de cada elemento do grupo para o projeto

Carlos Palma

Tal como todos os meus colegas estive presente em todas as partes do projeto e fui responsável por parte do desenvolvimento em cada etapa do mesmo, acredito também ter tido um papel mais preponderante a nível das metodologias de trabalho utilizadas durante o desenvolvimento do mesmo e distribuição do trabalho por cada elemento do grupo.

Manuel Cunha

Estive presente em todas as partes do projeto e realizei sempre a parte que me foi proposta, dei ideias que resultaram na evolução do projeto inicial e criei o protótipo da app final.

Bruno Ascensão

Contribuí na maior parte dos aspetos deste projeto, as ideias foram sempre discutidas entre todos desde a primeira ideia que foi retirada do pitch individual do Carlos Palma até onde se encontra agora, a contribuição mais notável foi o aspeto da apresentação final assim como o slogan e o nome. Participei mais ativamente na atribuição do problema, na procura de concorrência e também na realização do business model canvas.

João Cartaxo

Como parte deste grupo, encontrei-me ativo no desenvolvimento deste trabalho, tal como os meus colegas, cumprindo os requisitos propostos pela disciplina e estando de acordo com todos os elementos do grupo. Contribui para este relatório com a estrutura de custos e as maiores dificuldades que enfrentámos.

Maiores dificuldades sentidas durante o desenvolvimento da ideia de negócio

Definição clara da ideia

Inicialmente tínhamos pensado numa ideia de negócio que oferecia certas funcionalidades, mas ficávamos com dúvidas em relação a fatores extrínsecos que pudessem afetar o plano em si, muitas vezes sem conseguir chegar aquela ideia que seria ótima. De facto, pode ser desafiante ter uma visão clara do que a nossa aplicação iria oferecer e como se diferenciaria de outras já existentes e semelhantes. Refinar e articular o conceito central exigiu várias iterações e discussões em grupo, bem como utilizar as críticas construtivas e todo o apoio vindo dos professores como ferramenta para adaptarmos a nossa sugestão para algo mais viável.

Análise de viabilidade da ideia

Avaliar a viabilidade da ideia pode ser complexo. Foi necessária alguma análise do mercado alvo, o nível de procura do nosso serviço, a concorrência, as oportunidades de receita. Isto traduz-se na nossa adaptação face aos problemas que foram surgindo na tentativa de inovar. Tivemos alguma dificuldade em perceber se realmente compensava pensar nesta estratégia de negócio sendo que já existem outras aplicações com funcionalidades parecidas e que já dominam o mercado na área. Por isso, foram então surgindo ideias para adicionar mais alguns detalhes de forma a afinar a ideia e trazer algo diferente para os utilizadores.

Maiores aprendizagens

Com o desenvolvimento deste trabalho, para além de todo o conhecimento adquirido nas aulas teóricas, desenvolvemos também as nossas capacidades práticas. Melhoramos bastante as nossas metodologias de trabalho em equipa, compreendemos que criar um negócio não é apenas ter uma ideia e apresentá-la, já que exige não só tempo e trabalho, como também muita dedicação. No entanto, como grupo chegamos ao consenso de que o que mais desenvolvemos durante esta cadeira foi a nossa comunicação, já que todos os *pitch's* que tivemos de fazer ajudaram a evoluir na clareza com que apresentávamos as nossas ideias e melhorando o nosso *à-vontade* a falar para um público.

Considerações finais

Em suma esta cadeira desenvolveu bastante a nossa comunicação e meteu à prova a nossa criatividade, todos os *feedbacks* dados pelos professores foram essenciais na nossa evolução e do nosso projeto. Para além disso ajudou-nos bastante a perceber o funcionamento de um trabalho em equipa, porque apesar de todos estarmos na mesma área temos ideias bastante diferentes, o que não impediu de todas as ideias serem utilizadas para melhorar o projeto inicial e complementar o projeto final.