

PLANO DE NEGÓCIO

I. PROJETO

1.0 - IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO



1.1 - DESCRIÇÃO SUMÁRIA DA IDEIA DE NEGÓCIO E SUAS CARACTERÍSTICAS INOVADORAS

(Descreva sumariamente a sua Ideia de Negócio, destacando as principais características inovadoras (científica, tecnológica, de mercado), do produto/serviço ou processo. Entende-se por inovação qualquer aspeto considerado como novo pelo eventual utilizador/ mercado, capaz de garantir diferenciação face aos concorrentes. Mostrar a lacuna que vai preencher no mercado e que lhe permite o sucesso. Mostrar a viabilidade do negócio. Neste ponto, quem lê o projeto, tem de ficar a compreender de imediato o que ele representa e se é viável ou não.)

- ☐ Produto
☒ Serviço

A nossa ideia de negócio consiste na criação de óculos inteligentes que oferecem legendagem em tempo real para pessoas com deficiência auditiva e para quem necessita de tradução em situações diversas. Esta tecnologia inovadora permite aos utilizadores entenderem o discurso em qualquer língua, escolhendo as línguas de origem e destino através de uma aplicação móvel conectada aos óculos.

As características inovadoras dos nossos óculos residem na sua capacidade de reconhecimento de fala em tempo real e na tradução automática para a língua desejada.

Este projeto é viável não apenas pela sua relevância social, ao melhorar a inclusão de pessoas com deficiência auditiva, mas também pela sua atratividade comercial, abrangendo um público diversificado, desde indivíduos com necessidades específicas até turistas e profissionais em ambientes multiculturais.

(1.000 caracteres)

II. PRODUTOS/SERVIÇOS

2.0 - DESCRIÇÃO DE PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

(Descrever, sucintamente, o produto/serviço que se pretende produzir/prestar, enunciando as suas principais características e o grau de desenvolvimento no momento)

Pretendemos oferecer um par de óculos inovadores que disponibiliza legendas em tempo real. Equipado com tecnologia avançada de reconhecimento de fala e apresentação de texto, oferecendo uma solução acessível e prática para comunicação inclusiva (Exemplo da utilização Anexo 4).

A plataforma é acessível via website (Anexo 3) e app (vídeo de explicação da app no Anexo 5 e protótipo da mesma no Anexo 6), com suporte de uma equipa de apoio ao cliente.

Os óculos serão projetados para serem discretos e portáteis, permitindo que sejam utilizados em diversas situações e ambientes.

Neste momento, o produto encontra-se em fase de desenvolvimento inicial, com protótipos sendo testados, para garantir a precisão do reconhecimento de fala e a qualidade da tradução.

(1.000 caracteres)

2.1 - DESCRIÇÃO DE PRODUTOS E/OU SERVIÇOS CONCORRENTES / SUBSTITUTOS / COMPLEMENTARES

(Identificação de todos aqueles produtos que possam satisfazer a mesma necessidade para a qual foi criado o produto. Ao mesmo tempo, dever-se-ão identificar todos os produtos que lhe sejam complementares)

Produtos concorrentes

Atualmente, o mercado de tecnologia assistiva para comunicação inclusiva está em crescimento, e já existe alguns produtos similares ao nosso.

O concorrente "XRAI Glass" é uma tecnologia promissora no campo da realidade aumentada e inteligência artificial. Embora tenha a capacidade de fornecer informações visuais em tempo real, como legendas e traduções, o seu principal foco está na realidade aumentada e em aplicação empresarial, como suporte técnico e treino.

(1.000 caracteres)

Produtos substitutos

Os produtos substitutos poderão incluir soluções de comunicação assistiva como aplicação de tradução em tempo real, como o “Google Live Transcribe”. Embora essas aplicações ofereçam legendas em tempo real, elas dependem do uso de um smartphone ou tablet, o que pode não ser tão conveniente em todas as situações. Outra alternativa pode ser a contratação de intérpretes de língua de sinais ou tradutores em tempo real para fornecer assistência durante conversas ou eventos. No entanto, isso pode ser dispendioso e nem sempre está disponível imediatamente quando necessário.

(1.000 caracteres)

Produtos complementares

- Acessórios personalizados, como capas e alças, para permitir aos utilizadores adaptarem os óculos ao seu estilo pessoal.
- Aplicações móveis de controlo podem ser desenvolvidos para ajustar configurações e funcionalidades dos “CaptionGaze”, oferecendo uma experiência personalizada.
- Serviços de manutenção e suporte técnico que garantam o bom funcionamento contínuo dos óculos.
- Programas de treino e educação para capacitarem os utilizadores a tirarem o máximo partido dos “CaptionGaze”.
- Além disso, plataformas de conteúdo acessível podem fornecer informações e entretenimento adaptados às necessidades dos utilizadores, complementando a experiência dos “CaptionGaze”.

(1.000 caracteres)

2.2 - VANTAGENS / DESVANTAGENS COMPETITIVAS

(Entende-se por vantagem/desvantagem competitiva as características ou atributos possuídos (ou não) por um produto que lhe confere uma certa superioridade (ou limitação) sobre os seus concorrentes)

Ofertas

- Software integrado em óculos inovadores que fornecem legendas em tempo real para pessoas estrangeiras e com deficiências auditivas.
- Website e aplicação móvel altamente responsivos, permitindo o uso destes ao máximo pelos utilizadores.
- Equipa de apoio ao cliente para trabalharem com os utilizadores.

(420 caracteres)

Vantagens

- A tecnologia avançada de reconhecimento de fala garante legendas precisas em tempo real.
- A integração com um website e aplicação móvel altamente responsivos oferece uma experiência ao utilizador mais conveniente e personalizada.
- A equipa de apoio permitirá a resolução de problemas na plataforma mais rapidamente e eficazmente.

(420 caracteres)

Desvantagens

Nome do concorrente

XRAI Glasses

Os "XRAI Glasses" são projetados para fornecer uma variedade de funcionalidades, incluindo tradução em tempo real e interações baseadas em gestos. A tecnologia de realidade aumentada pode tornar os "XRAI Glasses" mais complexos de usar para alguns utilizadores, especialmente aqueles menos familiarizados com tecnologia avançada. Isso pode representar uma barreira de entrada para alguns clientes.

(420 caracteres)

III. MERCADO

3.0 - PERFIL DOS CLIENTES-ALVO

(Entende-se por clientes-alvo aqueles que a empresa pretende servir e que poderão proporcionar os maiores ganhos. Caracterize-os, justificando com base em critérios comportamentais, demográficos, de localização geográfica, de benefícios procurados no produto, de necessidades a satisfazer ou padrões de utilização)

Segmentos de clientes	Necessidades/Expectativas	Perfil dos Segmentos Alvo
<ul style="list-style-type: none">Estudantes de Erasmus	<ul style="list-style-type: none">Comunicação eficaz: Necessitam de uma solução que os ajude a compreender e a serem compreendidos em situações de interação social e académica num país estrangeiro.Acessibilidade: Desejam aceder a informações importantes e participar em eventos, aulas e atividades sociais sem barreiras de comunicação devido à língua estrangeira.Praticidade: Procuram uma solução conveniente e fácil de usar que se integre facilmente na sua vida quotidiana, sem exigir esforço adicional.	<p>Os estudantes de Erasmus são geralmente jovens adultos que participam em programas de intercâmbio internacional para estudar em universidades estrangeiras. Têm uma necessidade crítica de superar barreiras linguísticas para se envolverem plenamente na vida académica e social do seu país anfitrião. Possuem habilidades digitais avançadas e estão habituados a usar tecnologia no seu dia-a-dia. Valorizam soluções práticas e acessíveis que facilitem a sua experiência no estrangeiro.</p>

Segmentos de clientes	Necessidades/Expectativas	Perfil dos Segmentos Alvo
<ul style="list-style-type: none"> Profissionais que frequentemente participam em reuniões, conferências e apresentações 	<ul style="list-style-type: none"> Compreensão eficaz: Necessitam de uma solução que os ajude a compreender e a acompanhar as informações discutidas durante reuniões e apresentações. Participação inclusiva: Desejam poder participar ativamente de discussões e interações durante eventos profissionais, apesar de possíveis barreiras linguísticas. Eficiência: Procuram uma solução que otimize o tempo gasto em reuniões e conferências, oferecendo uma forma rápida e precisa de aceder a informações e comunicar com os colegas. 	<p>Os profissionais que frequentemente participam em reuniões, conferências e apresentações são indivíduos ocupados que trabalham em ambientes empresariais ou académicos.</p> <p>Eles têm uma necessidade crítica de acompanhar e compreender as informações discutidas durante esses eventos, a fim de contribuir eficazmente para as discussões e tomadas de decisão.</p> <p>Além disso, as empresas com estes trabalhadores estão dispostas a investir em tecnologias que facilitem as suas atividades profissionais e aumentem a sua produtividade.</p>

Segmentos de clientes	Necessidades/Expectativas	Perfil dos Segmentos Alvo
<ul style="list-style-type: none"> Pessoas com deficiências auditivas 	<ul style="list-style-type: none"> Acessibilidade à comunicação: Necessitam de soluções que lhes permitam compreender a fala e participar de interações sociais e profissionais de forma eficaz. Inclusão: Desejam ser integradas em ambientes onde a comunicação verbal é predominante, garantindo que não se sintam excluídas de conversas e atividades. Qualidade e precisão: Esperam que as soluções ofereçam legendas ou transcrições precisas e claras, garantindo uma compreensão adequada do conteúdo. 	<p>Pessoas com deficiências auditivas são indivíduos que enfrentam desafios específicos de comunicação devido à perda auditiva. Podem variar em idade, formação educacional e experiência profissional, mas partilham a necessidade de aceder a informações auditivas de forma visual. Valorizam soluções que lhes proporcionem independência e inclusão em diferentes contextos, desde conversas do dia-a-dia até situações formais. Além disso, estão dispostas a investir em tecnologias que melhorem a sua qualidade de vida e facilitem a sua participação na sociedade.</p>

3.1 - DIMENSÃO E POTENCIAL DE CRESCIMENTO

(Estimar a procura do mercado, tendo em atenção que este é o conjunto de compradores atuais e potenciais para um dado produto.)

DIMENSÃO E POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Segmentos de Clientes	Ofertas (Produtos ou Serviços)
Estudantes de Erasmus	Software integrado em óculos inovadores que fornecem legendas em tempo real
Quantidades (reais)	Quantidades (Potenciais)
300	1000
Notas Foi realizado o levantamento do número de estudantes de Erasmus em Portugal, através dos dados da Agência Nacional Erasmus+ Educação e Formação, e por média viajam para Portugal cerca de 1000 estudantes de Erasmus e por isso vamos estimar que cerca de 30% compraria, pois nem todos os estudantes podem optar por adquirir os óculos, seja devido a restrições financeiras, preferências pessoais ou outros fatores.	

Segmentos de Clientes	Ofertas (Produtos ou Serviços)
Profissionais que frequentemente participam em reuniões, conferências e apresentações	Software integrado em óculos inovadores que fornecem legendas em tempo real
Quantidades (reais)	Quantidades (Potenciais)
100000	1400000
Notas Foi realizado o levantamento do número de empresas em Portugal, através dos dados do Instituto Nacional de Estatística, e no ano de 2022 existiam cerca de 1400000 empresas, vamos supor que estariam interessadas entre 5% a 10%.	

Segmentos de Clientes	Ofertas (Produtos ou Serviços)
Pessoas com deficiências auditivas	Software integrado em óculos inovadores que fornecem legendas em tempo real
Quantidades (reais)	Quantidades (Potenciais)
45000	150000
Notas Segundo os estudos da Federação Portuguesa das Associações de Surdos (FPAS) que, em Portugal, existam cerca de 120.000 pessoas com algum grau de perda auditiva (incluindo aqui os idosos que vão perdendo a audição gradualmente) e cerca de 30.000 surdos falantes nativos de língua gestual portuguesa (LGP), na sua maioria surdos severos e profundos. Supomos que estariam interessados deste conjunto cerca de 30% da população.	

3.2 - PESQUISA DE MERCADO

(Refira as iniciativas tendentes a recolher e processar informação sobre o mercado, clientes e segmentação, bem como os contactos estabelecidos com potenciais clientes ou parceiros e as respetivas conclusões, no sentido de avaliar a aceitação do produto)

Para além dos instrumentos já citados, foi elaborado um questionário (estatísticas no Anexo 2), direcionado a estudantes de intercâmbio ou àqueles que planeiam participar num programa de mobilidade como Erasmus para outro país. Este questionário visa recolher dados valiosos sobre as necessidades e expectativas desses potenciais utilizadores em relação ao nosso produto.

Com base nas respostas obtidas nos questionários, pudemos concluir que a maioria dos estudantes nunca tinha ouvido falar dos óculos inteligentes que fornecem legendas em tempo real. No entanto, ficamos satisfeitos ao constatar que uma grande parte dos participantes expressou interesse em adquirir o produto quando apresentado a eles. Isso sugere um potencial de mercado significativo, uma vez que há uma demanda latente por soluções que atendam às necessidades de comunicação de pessoas com deficiência auditiva e de outros grupos-alvo, como os estudantes de Erasmus.

(1.000 caracteres)

IV. CONCORRENTES

4.0 - IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO

(Identificação dos concorrentes atuais e potenciais assim como a avaliação dos mesmos. Esta avaliação compreende a análise das linhas de produtos e serviços oferecidos, preços, publicidade e promoções desenvolvidas, canais de distribuição utilizados)

Concorrentes Atuais

Concorrentes Atuais

XRAI Glass

Produtos/Serviços

Oferece tecnologia de realidade aumentada e inteligência artificial para suporte técnico e formação. O seu produto principal são os óculos inteligentes que fornecem assistência visual em tempo real para utilizadores em diversos contextos.

Preços

O preço dos óculos ronda os 400€.

Promoção e Publicidade

A empresa utiliza estratégias de marketing digital, website, participa em eventos do setor e estabelece parcerias com empresas para promover os seus produtos e serviços.

Canais de Distribuição

Os produtos da XRAI Glass são distribuídos diretamente para empresas clientes e também através de revendedores autorizados em determinadas regiões.

Concorrentes Atuais

TranscribeGlass

Produtos/Serviços

O seu produto principal são os óculos inteligentes que fornecem legendas em tempo real para utilizadores em diversos contextos.

Preços

Neste momento ainda não estão disponíveis, para quem quiser adquirir terá de ficar em lista de espera

Promoção e Publicidade

A empresa promove os seus serviços através de campanhas de marketing digital, publicidade online em plataformas relevantes e participação em eventos, feiras e conferências relacionadas à tecnologia assistiva.

Canais de Distribuição

A TranscribeGlass disponibiliza os seus serviços para compra online através do site oficial e também estabelece parcerias com empresas do setor de tecnologia assistiva para ampliar a sua presença no mercado.

Concorrentes Potenciais

Concorrentes Potenciais

Os concorrentes potenciais para a nossa empresa são outras empresas que oferecem serviços semelhantes, como os anteriormente listados e outros que podem estar em ascensão no mercado.

Produtos/Serviços

Óculos inteligentes que fornecem legendas em tempo real para utilizadores em diversos contextos.

Preços

Os preços praticados pelos concorrentes potenciais variam consideravelmente, refletindo diferentes estratégias de mercado e posicionamento de produto. Enquanto algumas empresas podem optar por preços mais acessíveis para atrair uma ampla base de clientes, outras podem adotar uma abordagem premium, visando destacar-se pela qualidade e inovação dos seus produtos.

Promoção e Publicidade

Os concorrentes potenciais já possuem um público consolidado e podem já estar promovendo os seus serviços em diferentes canais de marketing, como redes sociais, anúncios online, entre outros. A nossa empresa irá estabelecer parcerias com universidades, organizações de estudantes e associações de ajuda a pessoas com deficiências auditivas para promover o produto e irá utilizar outros métodos de promoção do negócio semelhante aos concorrentes potenciais.

Canais de Distribuição

Os concorrentes potenciais podem utilizar canais de distribuição semelhantes aos nossos, como um website e uma aplicação móvel. Nós pretendemos firmar parcerias com universidades e organizações de pessoas com deficiências auditivas para ampliar a nossa presença no mercado.

4.1 - VANTAGENS/DESVANTAGENS FACE À CONCORRÊNCIA

Vantagens

- Opções de pagamento confiáveis e diversificadas.
- Atendimento imediato e eficiente, proporcionando uma experiência positiva ao cliente.
- Foco na acessibilidade e inclusão, diferenciando-se da concorrência.

(256 caracteres)

Desvantagens

- Dificuldade em alcançar o conhecimento e recursos das empresas estabelecidas, que já possuem produtos/serviços no mercado.
- A nossa empresa é nova no mercado, o que pode afetar a visibilidade;
- Crescimento inicial restrito devido a recursos limitados.

(256 caracteres)

V. MEIO ENVOLVENTE

5.0 - OPORTUNIDADES / AMEAÇAS

(As Oportunidades são possibilidades percebidas na envolvente externa, que, em resultado de ações empreendidas podem ser convertidas em benefícios para a empresa. Uma Ameaça refere-se a um desafio ou tendência desfavorável que poderá afetar negativamente a atividade da empresa se não forem adotadas ações defensivas)

Oportunidades

- Opções de assinatura anual contribuem para a estabilidade financeira.
- Parcerias com instituições de ensino e organizações de apoio a pessoas com deficiências auditivas ampliam o mercado e geram credibilidade.
- Colaboração com empresas de tecnologia para a integração dos óculos com outras soluções e dispositivos oferecendo uma experiência mais completa aos utilizadores.
- Expansão para mercados internacionais aproveitando a crescente demanda por tecnologias de acessibilidade.

(512 caracteres)

Ameaças

- Competição com produtos concorrentes que podem oferecer funcionalidades mais avançadas ou preços mais acessíveis.
- Possibilidade de avaliações negativas devido a insatisfação com o serviço, afetando a reputação da empresa.
- Instabilidade económica global pode reduzir o poder de compra e a demanda por produtos tecnológicos.
- Mudanças nas regulamentações governamentais relacionadas à acessibilidade e tecnologia podem impor novas exigências ou restrições ao funcionamento dos óculos.

(512 caracteres)

5.1 - CENÁRIOS FUTUROS / TENDÊNCIAS

(Quais os cenários futuros expectáveis - económicos, políticos, legais, sociológicos, culturais, tecnológicos - a que empresa poderá ter que se adaptar)

Económicos:

- Instabilidade global pode reduzir poder de compra.
- Mudanças nas políticas fiscais podem afetar investimentos.

Políticos:

- Mudanças nas políticas governamentais relacionadas à acessibilidade e tecnologia podem impactar as regulamentações e os subsídios.
- Políticas de comércio internacional podem influenciar a importação/exportação de tecnologia.

Legais:

- Novas leis de proteção de dados podem exigir conformidade e investimentos em segurança cibernética.
- As regulamentações podem garantir padrões de acessibilidade.

Sociológicos:

- Mudanças nas atitudes podem impulsionar a demanda por inclusão.
- A sensibilização pode aumentar a busca por soluções inovadoras.

Culturais:

- A evolução das normas culturais podem influenciar as preferências do consumidor.
- Mudanças de percepção sobre a diversidade podem afetar a demanda.

Tecnológicos:

- Avanços em reconhecimento de fala e IA podem criar oportunidades de novos produtos.
- Desenvolvimentos de novas plataformas podem gerar concorrência.

(1.000 caracteres)

VI. EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

6.1 - POSICIONAMENTO

(O posicionamento visa definir a forma como a empresa pretende ser percebida pelos clientes face aos concorrentes – Valor, preço, qualidade, status, estética, facilidade de uso, rapidez...)

Posicionamento

<input type="checkbox"/>	Valor	<input checked="" type="checkbox"/>	Preço	<input checked="" type="checkbox"/>	Qualidade	<input type="checkbox"/>	Status
<input checked="" type="checkbox"/>	Segurança	<input checked="" type="checkbox"/>	Design	<input checked="" type="checkbox"/>	Desempenho	<input type="checkbox"/>	Poupança

- **Segurança:** As contas associadas ao serviço estarão completamente seguras. Implementaremos medidas robustas de segurança cibernética para proteger as informações pessoais dos utilizadores, garantindo a confidencialidade e integridade dos dados.
- **Preço:** Garantimos acessibilidade a tecnologias de alta qualidade com preços competitivos, sem comprometer a qualidade.
- **Qualidade:** Comprometemo-nos a fornecer óculos duráveis, precisos e fiáveis, que atendam às necessidades dos nossos clientes de forma eficaz e consistente.
- **Desempenho:** Queremos que confiem plenamente na capacidade dos nossos óculos de fornecer legendas precisas e em tempo real em qualquer situação, garantindo uma experiência de comunicação sem falhas.
- **Design:** Combinação de funcionalidade com um design atrativo e moderno, garantindo conforto e confiança aos utilizadores em qualquer ambiente.

(1.000 caracteres)

6.2 - MARKETING-MIX PRODUTO

(Produto: que características físicas? Marca: como identificar e diferenciar? Embalagem: como proteger e aumentar a agressividade comercial? Serviço: como aumentar a performance? Garantia? Design?)

Produto	Marca	Embalagem	Serviço
<input checked="" type="checkbox"/> Características físicas	<input type="checkbox"/> Identificação <input type="checkbox"/> Diferenciação	<input type="checkbox"/> Proteção <input type="checkbox"/> Incisividade	<input checked="" type="checkbox"/> Performance <input type="checkbox"/> Garantia <input checked="" type="checkbox"/> Design

- **Características físicas:** Os óculos devem ser ergonomicamente projetados para um ajuste confortável, utilizando materiais leves e duráveis, como plástico ou metais leves. Além disso, eles devem incluir tecnologia integrada, como microfones.
- **Performance:** Precisão na exibição de legendas em tempo real, velocidade de processamento rápida, conectividade a dispositivos externos e longa duração da bateria.
- **Design:** O design dos óculos deve ser moderno e atrativo, com uma estética que se destaque no mercado.

(512 caracteres)

6.3 - MARKETING-MIX PREÇO

(O preço de um produto ou serviço deve estar situado entre o custo total (monetário, psicológico, tempo) e o valor que o cliente lhe atribui (status, desempenho, qualidade...) e está disposto a pagar. Será necessário justificar os critérios utilizados)

Produtos/Serviços

Óculos inteligentes com reconhecimento de fala e tradução automática.

Custo total

Estimamos que o custo total por unidade, incluindo todos os custos de produção, desenvolvimento, marketing e operacionais, seja de 320€.

Preço da Concorrência

Após uma análise do mercado, identificamos que o preço médio dos produtos concorrentes similares está em torno de 450€ por unidade.

Preço Aceite Pelo Cliente

Com base em pesquisas de mercado e análise do valor percebido pelos clientes, acreditamos que os clientes estão dispostos a pagar até 500€ por um produto com as características e benefícios oferecidos pelos óculos inteligentes.

Preço da Empresa

Considerando os custos totais, o preço da concorrência e a disposição do cliente em pagar pelo produto, decidimos definir o preço de venda dos óculos inteligentes em 400€ por unidade. Este preço permite à empresa alcançar uma margem de lucro satisfatória e ao mesmo tempo oferecer um valor competitivo aos clientes.

Notas

O preço deve refletir o valor percebido pelos clientes, considerando tanto a qualidade do produto quanto a sua utilidade e inovação. Além disso, é importante manter uma margem de lucro adequada para sustentar as operações da empresa e permitir investimentos futuros em pesquisa e desenvolvimento.

6.4 - MARKETING-MIX CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

(Os canais de distribuição são os meios através dos quais os produtos ou serviços fluem das organizações onde são produzidos até ao ponto onde são adquiridos para utilização ou consumo final.)

Produtos/Serviços

Óculos inteligentes com reconhecimento de fala e tradução automática.

Logística

Os óculos incluindo o software será disponibilizado a instituições, empresas ou a quem quiser comprar através de um plano de subscrição anual, de valor variável, podendo o pagamento ser realizado por cartão de débito e crédito, transferência bancária (Wire transfer) ou Paypal.

Os utilizadores poderão conectar os seus óculos com a nossa aplicação através de distribuição Over-the-Air (OTA), através de um link para download da app package (.appx) fornecido no nosso website, e lá escolher as suas configurações

Pontos de Venda

Estabeleceremos parcerias com lojas de eletrodomésticos, óticas e revendedores especializados em produtos de assistência tecnológica para disponibilizar os óculos inteligentes em pontos de venda físicos estrategicamente localizados em áreas urbanas e centros comerciais.

E-Commerce

Implementaremos uma plataforma de e-commerce dedicada para venda direta ao consumidor, através do nosso website oficial (Anexo 3). Este canal permitirá aos clientes adquirirem os óculos inteligentes de forma rápida e fácil, com opções de pagamento online e entrega domiciliar.

Notas

A combinação de pontos de venda físicos e e-commerce visa alcançar uma ampla cobertura de mercado e atender às preferências de compra dos clientes, oferecendo conveniência e acessibilidade. O sucesso da distribuição dependerá da eficiência da logística e da qualidade do serviço oferecido em cada canal.

6.5 - MARKETING-MIX COMUNICAÇÃO

(A variável comunicação tem como principais funções influenciar o processo da decisão de compra e o comportamento do cliente fazendo-o tomar consciência dos benefícios da oferta para satisfação das suas necessidades. Assim, deverão ser apresentados os métodos de comunicação através dos quais se pretende comunicar com o consumidor)

Produtos/Serviços

Óculos inteligentes com reconhecimento de fala e tradução automática.

Estratégia

- Iniciámos já o desenvolvimento de um website (link e homepage no Anexo 3), que conta com secções de Frequently Asked Questions (FAQ), documentação e vídeos explicativos sobre as funcionalidades do software, informação esta que será replicada em redes sociais profissionais;
- Participação e divulgação em eventos e conferências tecnológicas;
- Distribuição Business-to-Business (B2B);

Canais

- Venda direta ao cliente;
- Participação e divulgação em eventos e conferências tecnológicas;
- Marketing digital e criação de conteúdo em redes sociais profissionais.
- Colaboração com organizações de apoio a pessoas com deficiências auditivas para alcançar públicos específicos e aumentar a credibilidade do produto.

6.6 - PREVISÕES DE VENDAS

(Quantidades e/ ou valores, apresentando os pressupostos em que se baseou para o respetivo cálculo)

Produtos/Serviços

Óculos inteligentes com reconhecimento de fala e tradução automática.

Quantidade

500 unidades

Preço Unitário

400€

Valor

200000€

Pressupostos

A quantidade foi estimada com base na capacidade inicial de produção e na projeção de demanda para o primeiro ano.

O preço unitário foi determinado considerando o custo de produção, margem de lucro desejada e análise de preços praticados pelo mercado.

É importante destacar que essas previsões são baseadas em suposições e podem estar sujeitas a variações dependendo de diversos fatores, como condições económicas, concorrência e a aceitação do produto pelo mercado.

VII. EXEQUIBILIDADE DAS OPERAÇÕES

7.0 - PROCESSOS E CAPACIDADE/TECNOLOGIA

(Identifique os principais processos para a produção de produtos e/ou fornecimento de serviços e respectivas capacidades, bem como as tecnologias utilizadas no projeto, especificando a sua adequação para os objetivos do mesmo)

O foco principal será o desenvolvimento de um software proprietário, utilizando C# e a plataforma Unity. Faremos uso da API do Google para reconhecimento de fala. Além disso, planejamos integrar esse software em óculos específicos, que serão adquiridos a empresas de tecnologia. Em simultâneo, já iniciamos o desenvolvimento de um website que dará suporte a atividades chave, como marketing, apoio ao cliente e disponibilização do software.

(512 caracteres)

IX. PROMOTORES (ADAPTADO DO FORMULÁRIO ORIGINAL)

9.0 - IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES

(Indique o nome completo e número mecanográfico de cada promotor; descreva as suas principais competências e como elas podem ser aplicadas no projeto).

Martim Alexandre Vieira Antunes (2022141890) – P1
Pedro Lino Neves Faneca (2022134142) – P1
Fábio Matias Neto (2022134114) – P1

Somos todos estudantes de Engenharia Informática e possuímos conhecimento e experiência em programação nas linguagens C++ e C#, competências estas relevantes para facilitar a adaptação à plataforma Unity, na qual será desenvolvido o software. Também o facto de estarmos familiarizados com a API do Windows é uma experiência necessária para aplicar o nosso software aos óculos.

(1.000 caracteres)

9.1 - SUPRIMENTO DAS COMPETÊNCIAS EM FALTA

Competências Externas a Recrutar

- Engenheiros informáticos, com experiência em Unity;
- Designers de interface de utilizador com experiência em acessibilidade para garantirem uma experiência inclusiva e intuitiva.
- Especialistas em Marketing Digital que irão promover a plataforma.

(256 caracteres)

Competências Externas a Contratar

- Equipe de suporte ao cliente de qualidade.
- Consultores jurídicos especializados em propriedade intelectual e regulamentações de tecnologia assistiva que garantirão conformidade legal e proteção dos direitos.
- Serviços de contabilidade.

(256 caracteres)

ANEXOS

Anexo 1 – Business Model Canvas (BMC)

Anexo 2 - Questionário Software visualização Legendas

Anexo 3 - Website dos CaptionGaze

Anexo 4 – Vídeo Demonstrativo

Anexo 5 – Funcionamento da Aplicação

Anexo 6 - Protótipo da aplicação dos CaptionGaze