



X SPORT NUTRITION

PLANO DE NEGÓCIOS

Curso(s):	Engenharia Informática
Unidade(s) Curricular(es):	Gestão e Criação de Empresas
Ano Letivo:	2017/2018
Alunos	Janilza Simão - 1012414 Pedro Sanches - 1012180 Tiago Manso - 1010548
Docente:	António Joaquim Pires Lourenço
Data:	31-01-2018

Índice

Introdução	4
1.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO	6
1.2 Descrição sumária da ideia de negócio e suas características inovadoras.....	6
2. PRODUTO/SERVIÇO	7
2.1 Descrição	7
2.2 Produtos concorrentes/substitutos/complementares	7
2.3 Vantagens/Desvantagens competitivas	7
3. MERCADO	8
3.1 Perfil dos clientes-alvo	8
3.2 Dimensão e potencial de crescimento.....	8
3.3 Pesquisa de mercado.....	9
4. CONCORRENTES	9
4.1 Identificação e caracterização do setor (CAE)	9
4.2 Vantagens/Desvantagens face à concorrência.....	10
5. MEIO ENVOLVENTE	11
5.1. Oportunidades/Ameaças	11
5.2 Cenários futuros/tendências.....	11
6. EXEQUIBILIDADE DE MARKETING	12
6.1 Posicionamento	12
6.2 Marketing Mix	12
6.2.1 Produto	12
6.2.2 Preço	13
6.2.3 Canais de distribuição	13
6.2.4 Comunicação	13
6.3 Previsões de Vendas.....	14
7. EXEQUIBILIDADE AO NÍVEL DAS OPERAÇÕES.....	14
7.1 Processos e capacidade/Tecnologia	14
7.2 Recursos Humanos	15
7.3 Localização das instalações (Justificação).....	15
7.4 Cadeia de valor	15
8. IMPACTO SÓCIO-ECONÓMICO.....	16
9. IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES	16
10. INFORMAÇÃO ECONÓMICO-FINANCEIRA	17
11. Conclusão.....	27

12. Bibliografia.....	28
13. Anexos.....	29
Anexo I - logotipo da empresa	29
Anexo II - Curriculum Vitae dos colaboradores	30

Introdução

O plano de negócios apresentado insere-se no âmbito da unidade curricular “Gestão e Criação de Empresas” do curso de Engenharia Informática, e tem como objetivo realçar a crescente preocupação e procura de uma vida saudável nas sociedades atuais. O bem-estar físico e psicológico é uma temática que tem evoluído ao longo do tempo, caracterizando-se por uma “*mens sana in corpore sano*” e incorporando a definição atual de saúde – de acordo com a Organização Mundial de Saúde.

De forma sucinta expressa um equilíbrio saudável na vida do ser humano em que existe uma perfeita simbiose entre o bem-estar físico e mental. O exercício físico tem vindo a ser promovido, divulgado e incentivado por uma panóplia de diferentes razões: questões estéticas relacionadas com a procura de um corpo mais atrativo, bem-estar físico e psicológico, tratamento de muitas doenças psicossomáticas como *stress*, depressão ou ansiedade. Desta forma, a atividade física deixou de ser julgada como algo banal e dispensável para ser considerada algo de positivo e essencial ao bem-estar individual.

Uma alimentação equilibrada associada a um estilo de vida saudável permitem a obtenção do tão desejado bem-estar. A alimentação em diferentes sociedades nem sempre é a mais correta devido a vários fatores, e em determinadas situações o recurso a suplementos alimentares é uma realidade. Os produtos são cada vez mais industrializados com diminuição do seu valor nutricional; a necessidade de procura de vitaminas e minerais cada vez mais escassos na alimentação; lesões frequentes em atletas podem requerer um suplemento nutricional para uma recuperação mais rápida e efetiva. Estas são algumas das razões da crescente utilização de suplementos alimentares, a qual deverá ser abordada com um profissional de saúde e implementada tendo em conta as necessidades metabólicas individuais.

O desenvolvimento de *software e hardware* com possibilidade de avaliar estilos de vida individuais, necessidades metabólicas, planos de exercício físico, calcular as calorias associadas a cada alimento e o seu valor nutricional são atualmente uma realidade vulgarizada. É hoje possível contar calorias com uma simples aplicação no telemóvel ou visualizar o ritmo cardíaco durante atividades do quotidiano com um *smartwach*. Uma área de utilização deste *software* é a identificação de desvios da normalidade dos sinais fisiológicos levando ao contato com os profissionais de saúde e posterior diagnóstico. Determinado hardware permite ainda o controlo e melhoria de problemas de saúde e pode

ainda ser utilizado na identificação e tratamento de determinadas doenças. Estes não são apenas simples objetos tecnológicos, mas sim uma ferramenta a ser utilizada no quotidiano: 1) permitem controlar a alimentação e a quantidade de calorias ingeridas, medir os níveis de glicémia, averiguar tabelas nutricionais de alimentos, entre outros; 2) permitem avaliar a quantidade e qualidade do exercício físico – desde uma simples contagem de passos diários a uma averiguação dos níveis de ritmo cardíaco e oxigenação durante um treino desportivo; 3) avaliação dos níveis de sono – quantidade e qualidade de horas dormidas.

Com a análise de todos os dados e uma avaliação multifatorial é possível melhorar a qualidade de vida, contornar determinados problemas de saúde e com isto alcançar um bem-estar físico e psicológico que se traduz numa maior longevidade em boas condições físicas e psicológicas. O ser humano está em constante aprendizagem e mudança com o avanço da tecnologia e cada vez mais se projeta um futuro humano-tecnológico. Toda a análise deste novo estilo de vida revela-se como uma excelente oportunidade de negócio.

Desta forma a criação de uma empresa de sociedade por quotas de venda a retalho destes produtos torna-se abrangente ao nível de produção e criação de produtos para o seu público alvo. O seu potencial de crescimento é gigantesco aliado a marketing bem idealizado e forte, uma exequibilidade das operações e estrutura empresarial. Sendo uma empresa uma organização composta por recursos humanos e meios com o objetivo de produzir bens ou serviços. A nossa missão passa por satisfazer as necessidades do público em geral que procuram suplementos alimentares e dispositivos eletrónicos ligados ao desporto. Criar novos, variados e melhores suplementos e dispositivos eletrónicos e futuramente criar uma unidade de fabrico próprio são os nossos objetivos principais. A visão aponta para o futuro da empresa, na qual se pretende conquistar um lugar de prestígio de qualidade no setor, pretendendo ser a melhor do setor.

Neste plano de negócios apresentamos também a Informação Económico-Financeira:

- Orçamento de Vendas
- Orçamento de Compras
- Quadro de Apuramento de IVA
- Encargos sociais com os Trabalhadores
- Encargos sociais dos Trabalhadores (TSU e IRS)
- Orçamento de Custos com Pessoal Orçamento de Investimento

- Orçamento de FSE
- Orçamento de Tesouraria
- Demonstração de Resultados Previsional
- Balanço Previsional

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto:	X Sport Nutrition	
Nome dos Responsáveis:	E-mail:	Contato telefónico:
Janilza Simão	1012414@sal.ipg.pt	925 840 036
Pedro Sanches	pedrosanches10@gmail.com	914 009 710
Tiago Manso	tiagomanso@hotmail.com	968 131 079

Figura 1 - Identificação do projeto

1.2 Descrição sumária da ideia de negócio e suas características inovadoras

Pretende-se a criação de uma empresa de venda a retalho pela internet. Reunir um conjunto de suplementos produzidos em Portugal pelas indústrias com certificação e rotulagem que seguem as normas da União Europeia (EU). A maioria das empresas tem fabrico próprio ou por outras empresas em que a sua qualidade acaba por revelar lacunas e comentários negativos por parte dos clientes. Assim, aliamos a excelente qualidade dos produtos naturais com a produção nacional como uma rampa de lançamento. Mas isso não basta, a primordial necessidade enquanto empresa de dar resposta às grandes necessidades do público em geral e dos desportistas, todos cada vez mais informados e seletivos e com necessidades especiais. Queremos estar juntos deles, nos ginásios, clínicas de fisioterapia, mesoterapia, osteopatia, quiropraxia entre outras onde se pretende realizar parcerias para além das empresas produtoras. A esta proximidade com os clientes associamos os equipamentos informáticos mais modernos, de melhor construção e mais práticos e com mais a usufruir para o público. Ao contrário dos concorrentes neste ramo apresentamos ofertas combinadas e direcionadas aos desportistas e aquelas cujas necessidades são especiais com toda a variedade dos suplementos. Desta forma combinamos o melhor de ambos os produtos. Fazer concorrência aos líderes do mercado atual e dar respostas às tão variadas necessidades do público em geral.

2. PRODUTO/SERVIÇO

2.1 Descrição

Com recurso a uma loja *online*, pretende-se a venda de suplementos alimentares e dispositivos tecnológicos (*gadgets*) ligados ao desporto. Cada vez mais é possível verificar os benefícios de uma loja virtual, cómoda para quem compra e onde o cliente encontra toda a informação que precisa sobre determinado produto. Assim, é possível de forma eficaz, analisar o produto através da sua apresentação e suas principais características. Ainda numa fase inicial, pretende-se atender à maior parte das necessidades dos clientes e à sua total satisfação. Com as variadas indústrias de suplementos alimentares em Portugal e com recurso a armazéns europeus que guardam os produtos tecnológicos, pretende-se fazer colaborações. Para uma maior comodidade e para simplificar o processo, o recurso a transportadoras para realizar o transporte dos produtos de forma simples, eficiente e rápida.

2.2 Produtos concorrentes/substitutos/complementares

No ramo empresarial dos suplementos alimentares existem já marcas bem estabelecidas. A Prozis revela-se como um dos grandes concorrentes e que possui uma grande área de mercado, sendo atualmente líder no mercado europeu. Mas outras tem vindo a surgir e também a implementar-se como o caso da: Myprotein e Goldnutricion. Estes adversários apenas vislumbram a área dos suplementos alimentares. Não existe no mercado uma empresa que faça a venda de suplementos alimentares e dispositivos eletrónicos conjunta. Na área de aparelhos tecnológicos o mercado é escasso e obsoleto. Em Portugal, a ausência de lojas físicas e a existência de apenas algumas lojas *online* cuja divulgação é reduzida, faz com que estes produtos sejam “*esquecidos*” entre os demais. Simultaneamente, a qualidade dos produtos é reduzida, a garantia de qualidade é escassa e o elevado tempo de entrega acaba por dissuadir o cliente de aderir a esta modalidade de compra.

2.3 Vantagens/Desvantagens competitivas

As vantagens competitivas - atributos possuídos pelo produto - que conferem uma superioridade sobre os concorrentes passam por:

- Maioria de produtos fabricados em Portugal;
- Produtos rotulados e certificados com as leis em vigor;
- Produtos com informação clara e precisa para o cliente;

- Gadgets desportivos de qualidade a preços acessíveis, alguns dos quais já produzidos em Portugal;
- Variedade de suplementos alimentares encontrados na indústria;
- Variedade de indústrias em Portugal que produzem os produtos requeridos;
- Importância da saúde dos clientes com necessidades acrescidas;
- Grande procura no mercado dos produtos comercializados;

Quanto às desvantagens competitivas - atributos não possuídos pelo produto que conferem uma certa limitação sobre os concorrentes são:

- Resistência à mudança e de novos produtos no mercado das empresas já implementadas;
- Grande quota de mercados das empresas concorrentes;
- Deslocalização das empresas produtoras;
- Crescimento e grande surgimento de empresas similares;
- Preços baixos praticados pelos grandes concorrentes;

3. MERCADO

3.1 Perfil dos clientes-alvo

Os clientes-alvo são toda a população em geral. Mas especialmente os praticantes de desporto com as diferentes intensidades e modalidades praticadas que procurem suplementos alimentares ou dispositivos eletrónicos para melhorar a sua performance. Ainda existe outro nicho de mercado, onde se encontra aqueles que por razões médicas necessitam de suplementos alimentares e/ou dispositivos eletrónicos para melhoria da sua condição diária tornando-se, não só acessórios para desportistas, mas aliados do profissional de saúde no tratamento de doenças. Assim consegue-se a diferenciação das outras empresas numa vez que apostamos na qualidade de vida dos nossos clientes tendo em conta um vasto leque de questões associadas.

3.2 Dimensão e potencial de crescimento

Como se viu anteriormente, é um mercado em constante crescimento. Posto isto, e com vista ao mercado atual é necessário haver uma equivalência nos preços e entrega dos produtos em relação à concorrência, de modo a garantir o crescimento da empresa. Como fator de diferenciação, temos a nosso favor a aposta em fabrico e produção portuguesa de qualidade e certificação qualificada. Estas características, permitem o

crescimento da empresa e ao mesmo tempo dar a conhecer os excelentes produtos produzidos em Portugal. Posto isto, prevê-se realizar contratos com as fábricas e empresas de entregas. O sucesso advém da constante necessidade de avaliar as necessidades dos consumidores e resposta rápida perante as adversidades, para que a satisfação seja total. A exportação para toda a União Europeia é uma possibilidade a ter em conta no futuro.

3.3 Pesquisa de mercado

Das iniciativas que visam recolher e processar a informação sobre o mercado, clientes e segmentação, foi realizado um inquérito a 250 pessoas, tendo em conta os público-alvo. A população questionada é ativa e idade superior a 18 anos. No inquérito teve-se em conta a prática ou não de alguma modalidade desportiva e carências alimentares. Pretende-se realizar contatos com potenciais clientes ou parceiros como ginásios, clinicas de fisioterapia, osteopatia e naturopatia, de modo, a estabelecer parcerias de grande interesse para o negócio.

Realizou-se uma pesquisa de mercado para potenciais indústrias do ramo em Portugal, tendo em conta a localização, produtos fabricados e reconhecimento na área. Efetuou-se ainda outro estudo de mercado dentro das transportadoras existentes, de forma a identificar as que garantem maior satisfação de entrega dos produtos e preços praticados.

4. CONCORRENTES

4.1 Identificação e caracterização do setor (CAE)

A classificação das Atividades Económicas Portuguesas por Ramo de Atividade, ou lista CAE, é um sistema de organização do Instituto Nacional de Estatística (INE), que se dedica a classificar as atividades exercidas pelos sujeitos passivos do IRS.

De acordo com a lista CAE apresentada no *website*, podemos afirmar que a empresa está inserida na secção G (Comércio por Grosso e a Retalho), na secção/divisão principal 47 (Comércio a retalho, exceto veículos automóveis e motociclos), classe 4791 e subclasse 47910 (Comércio a retalho por correspondência ou via Internet).

4791	COMÉRCIO A RETALHO POR CORRESPONDÊNCIA OU VIA INTERNET
47910	
	Compreende o comércio a retalho em que se oferece ao consumidor a possibilidade de encomendar pelo correio, telefone, televisão ou outro meio de comunicação, os bens ou serviços divulgados através de catálogos, revistas, jornais, impressos, ou quaisquer outros meios gráficos ou audiovisuais. Inclui comércio a retalho e leilões, via Internet.
	Não inclui:
	· Comércio a retalho de veículos automóveis, motociclos e suas partes, via Internet (45);
	· Organização de leilões por conta de terceiros (82990);

Figura 2 – Print screen do respetivo CAE

4.2 Vantagens/Desvantagens face à concorrência

Vantagens face à concorrência	Desvantagens face à concorrência
Capacidade de resposta das indústrias portuguesas em relação aos suplementos alimentares e seus fabricos	Empresas estabelecidas no mercado com a mesma finalidade
Grande qualidade de produtos fabricados, com preocupação ecológica durante o seu fabrico	Tempo de espera de suplementos alimentares e <i>gadgets</i> , caso não exista <i>stock</i> no armazém
Proximidade do cliente com promoção e comunicação de produtos diferenciada de outras empresas como em ginásios, clinicas fisioterapêuticas e outras clinicas da área	Elevados catálogos de produtos (suplementos alimentares e <i>gadgets</i>) disponíveis
Inovação e antecipação das necessidades dos clientes face à concorrência	Investimento elevado para a inicialização da atividade (aluguer de armazém, serviços <i>web</i> , entre outros)
Venda de <i>gadgets</i> aplicados ao desporto e saúde, quase inexistente no mercado	

Figura 3 – Vantagens/Desvantagens face à concorrência

5. MEIO ENVOLVENTE

5.1. Oportunidades/Ameaças

Oportunidades	Ameaças
Mercado em constante crescimento e desenvolvimento	Tempos acrescidos de entrega para Portugal Continental e ilhas
Loja virtual acessível a qualquer dispositivo ligado a internet	Estagnação na produção de novos produtos
Variedade de suplementos alimentares produzidos em Portugal e <i>gadgets</i> acessíveis, funcionais, apelativos e modernos	Incapacidade de respostas de produtos que não se fabricam no nosso país

Figura 4 – Oportunidades e Ameaças

5.2 Cenários futuros/tendências

Tendo em conta a alta procura pelos produtos vendidos, a empresa terá em conta a constante criação de novos produtos e a necessidade de realizar protocolos com fábricas internacionais, por exemplo do país vizinho. Desta forma, é possível oferecer outros produtos produzidos além-fronteiras, mas garantindo sempre a qualidade do produto. A empresa irá entrar nos mercados da união europeia, devido à facilidade de comercialização e mobilidade das transportadoras, mas para isso é necessário identificar os produtos que resultarão e implementá-los no mercado antes da concorrência, mas sempre tendo em conta inquéritos, amostragens e a sua aceitação junto do público.

Num futuro próximo, apostar-se-á numa unidade de produção altamente certificada dos produtos, mais amiga do ambiente e produção totalmente portuguesa, tendo em conta todos os custos associados. Deste modo, irá obter-se um crescimento na quota de mercado e fazer frente às grandes empresas do setor.

6. EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

6.1 Posicionamento

Assumimos uma forma clara e de fácil transparência entre os produtos e os clientes. Para além dos desportistas, a empresa também se irá focar em todas as pessoas que se preocupam com a sua saúde. A qualidade de vida das pessoas é a principal preocupação e isso, é o que diferencia a empresa dos restantes concorrentes. A loja virtual será o alicerce da empresa sendo assim, apostar-se-á num website moderno, fácil manuseamento e entregas ao domicílio para total satisfação e comodidade do cliente. Pode-se garantir ainda, uma imagem de marca forte, preços a baixo da concorrência, máxima qualidade e a confiança “*made in Portugal*”. As embalagens dos produtos serão simples, a rotulagem com todas as informações obrigatórias e design atrativo.

Portanto, o preço será definido consoante o custo dos produtos, os protocolos estabelecidos com as indústrias que os produzem, bem como o posicionamento pretendido, segmento e mercado que os promotores pretendem atingir.

6.2 Marketing Mix

6.2.1 Produto

No que respeita à empresa, pretende-se apostar numa marca robusta, nome fácil, apelativo e perceptível que se diferencie das restantes marcas. A aposta na indústria portuguesa é uma realidade viável, de modo a provar a qualidade dos produtos nacionais e o incentivo ao crescimento da economia.

De acordo com as necessidades atuais do mercado em geral, apostar-se-á num variado leque de suplementos alimentares como vitaminas, minerais, antioxidantes e gorduras essenciais ao ser humano. Os suplementos mais procurados pelos desportistas são proteína whey, creatina e aminoácidos. Já os gadgets mais requisitados são aparelhos eletrónicos de micro estimulação, auriculares *bluetooth*, *smartwatch*, monitores de saúde e contador de calorias.

As indústrias portuguesas apresentadas abaixo, serão as empresas a fechar contrato, uma vez que reúnem as condições necessárias para a comercialização e entrega dos produtos.

- Inventwire Creative Tech Solutions

É uma empresa localizada em Lisboa, desenvolve e produz aparelhos eletrónicos, com a própria marca do cliente, software e a respetiva documentação do produto em vários

idiomas, se necessário. Também fabrica suplementos alimentares e alimentação proteica, dependendo da fórmula, em cápsula, barritas, bolachas, sobremesas, xarope, pó, comprimido, entre outros.... É possível a rotulagem com a própria marca de um produto já previamente estabelecido.

- Sportciber

Também é uma empresa localizada em Lisboa que produz *gadgets* originais.

6.2.2 Preço

De acordo com Kotler (2000), o preço funciona como o principal determinante na escolha dos compradores. É um dos elementos fundamentais na determinação da participação do mercado e da lucratividade das empresas. O preço será definido com base nos custos médios de produção dos produtos, bem como o posicionamento pretendido e no segmento de mercado que os promotores pretendem atingir.

6.2.3 Canais de distribuição

Para Kotler (2000), a variável Distribuição consiste em colocar à disposição os produtos no mercado com o intuito de servir eficazmente o consumidor. Podem existir duas maneiras de colocar o produto à disposição do cliente como venda direta e venda indireta. Na distribuição de canal direto, a empresa não usa intermediários, uma vez que vende os seus produtos diretamente aos consumidores finais. Já o sistema de canal indireto, utiliza um ou mais intermediários a fim de atender a segmentos específicos do mercado consumidor.

Uma vez o *website* alojado na internet, qualquer pessoa terá acesso e com isto, os clientes podem concretizar as suas compras online e recebê-las no seu lar. Deste modo, pode-se concluir que a empresa terá vendas diretas, uma vez que não existe qualquer intermediário.

6.2.4 Comunicação

Todo o processo de negócio da empresa passa pelas novas tecnologias. Com a criação de uma loja virtual, será possível exibir todas as informações, vídeos interativos, processo de produção e testes de qualidade dos produtos. Assim, o cliente terá a oportunidade de verificar como todo o processo de fabrico ocorre e terá maior capacidade de comparação entre produtos. O *website* conta ainda com um sistema de vendas dinâmico, eficaz e com as mais diversas formas de pagamento para a maior comodidade do cliente. Em caso de dúvida, o cliente poderá contactar a empresa via *e-mail* ou contacto telefónico com resposta imediata. Para maior visibilidade da empresa, planeia-se a criação de folhetos

publicitários e amostras dos produtos, colocados estrategicamente nas empresas e locais previamente acordados.

6.3 Previsões de Vendas

A previsão de vendas é uma ferramenta utilizada para estabelecer uma projeção alcançável de vendas para a empresa no próximo mês, semestre, trimestre ou ano. É essencial para o planeamento de qualquer empresa e deve ser realizada por meio de um estudo, pesquisa e tendências do mercado, além das estimativas dos vendedores. É de grande relevância prever as vendas para que a empresa seja bem-sucedida e obtenha lucro.

Sendo assim, é necessário antever todos os ambientes possíveis, tendo em conta o trajeto percorrido pelos concorrentes e os preços praticados. Tendo em vista o crescimento pela procura deste tipo de produtos, prevê-se que haja uma maior distribuição e pedidos nos grandes centros populacionais (Lisboa/Porto/Coimbra), uma vez que a empresa irá estabelecer protocolos com ginásios franchising, consultórios médicos, ervanárias, entre outros. Pretende-se ainda alargar o mercado a nível internacional e tornar-se uma das grandes empresas do ramo capaz de destronar a concorrência e ganhar cota de mercado.

7. EXEQUIBILIDADE AO NÍVEL DAS OPERAÇÕES

7.1 Processos e capacidade/Tecnologia

Os produtos apresentados na loja virtual como os suplementos alimentares, irão ser adquiridos através de fornecedores e parcerias que a empresa irá realizar. As fabricas portuguesas que irão produzir os suplementos alimentares são “Inventwire Creative Tech Solutions” e “Spotciber”. Já os *gadgets* apresentados, a sua maioria são encontrados em Portugal e os restantes encomendados a partir dos armazéns da Europa. Desta maneira, é possível economizar recursos e custos adicionais invés de uma loja física e armazém. Caso alguma empresa cesse a sua atividade ou não consiga responder à quantidade das encomendas efetuadas, será restringido contrato e analisar-se-á outras empresas com melhores requisitos. Enquanto a empresa não fechar contrato com outras fábricas portuguesas, a venda dos suplementos alimentares será suprimida enquanto os *gadgets* continuarão a ser comercializados, uma vez que existem armazéns na china prontos a responder às necessidades exigidas.

Como já referido anteriormente, os produtos serão colocados na loja virtual da empresa, disponível a qualquer pessoa. De forma impercetível ao cliente, a encomenda é realizada

e o produto é levantado na indústria fabricante e/ou armazém aquando do pedido dos produtos. Posteriormente, irá ser entregue uma avaliação dos serviços e dos produtos, de modo a garantir a total satisfação dos clientes.

7.2 Recursos Humanos

Numa fase inicial, a empresa conta com 3 trabalhadores a termo certo que serão os promotores do projeto e a termo incerto, no futuro e se for necessário com a expansão da empresa, um ou mais novos trabalhadores. A gerência fica a cargo de Tiago Manso. Os funcionários Pedro Sanches e Janilza Simão ficam encarregues do marketing e design.

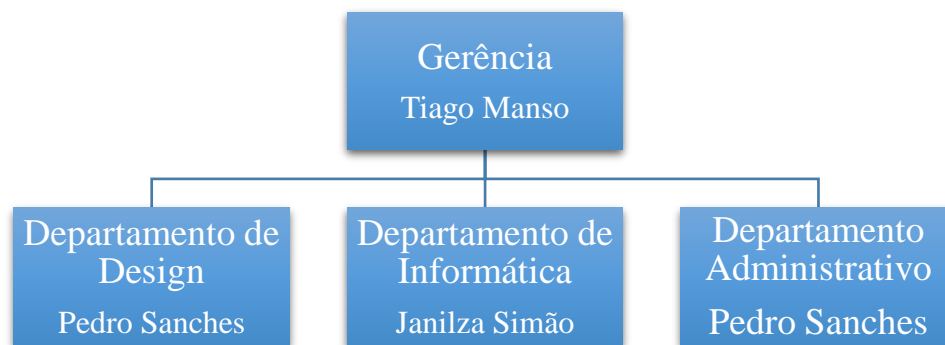


Figura 5 - Organograma da Empresa

7.3 Localização das instalações (Justificação)

Com o crescimento das lojas *online*, é cada vez mais fácil começar um negócio rapidamente e com pouco investimento. Os benefícios são óbvios como um negócio mais dinâmico, interessante, menores gastos e que alcançam uma área mais abrangente. Assim com vista ao panorama atual e pelos benefícios referidos acima, decidiu-se optar por uma loja virtual.

7.4 Cadeia de valor

Os três promotores do projeto serão os responsáveis pela gerência, atendimento ao cliente, serviços *web* e respetivo design da empresa. A estrutura da empresa está implementada, a partir do *website* da empresa, que é o grande pilar do negócio. Deste modo, todo o processo realiza-se *online* e de forma simplificada. A empresa apostará forte na vertente do marketing nas principais redes sociais e sites associados, de forma a fazer publicidade e criar oportunidades de venda.

8. IMPACTO SÓCIO-ECONÓMICO

Esta empresa apesar de efetuar as vendas pela internet tem um grande impacto socioeconómico. Pretende-se que o ciclo do negócio seja totalmente português: fabrico, venda e distribuição feitas dentro do país, de forma a gerar emprego e expandir as fábricas. É necessário ter em conta que as matérias-primas se encontram em Portugal.

Um exemplo prático é a produção de proteína *whey* e as suas vertentes. A proteína do soro do leite é uma mistura de proteínas globulares isoladas, uma substância líquida obtida durante a produção de queijo. Assim, é possível produzir variados produtos e aproveitar resíduos do fabrico do queijo.

O mesmo se passa com outros produtos atualmente produzidos, assim é possível um crescimento na economia, mas também um aumento nos vários sectores: primário, secundário e terciário. Todos os setores são afetados positivamente desde que haja uma produção, fabrico e venda sustentável e amiga do ambiente. É um impacto positivo e que se estende por vários ramos. Assim, é possível produzir mais e melhor, com os recursos e clima benéfico. Aliam-se todos estes pontos à criação de emprego e melhoria da qualidade de vida.

9. IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES

A empresa é constituída por 3 funcionários. O gerente Tiago Manso tem 40 anos de idade, solteiro, único titular e possui conhecimentos na área de treino, nutrição e suplementos alimentares. Conta com 15 anos de experiência numa outra instituição como gerente. É um homem com os seus objetivos bem definidos. Apresenta um vasto conhecimento na área da nutrição e as características de cada suplemento alimentar a ser comercializado. O funcionário Pedro Sanches tem 25 anos, solteiro e único titular e é licenciado em Design. Possui 4 anos de experiência numa outra instituição como chefe de departamento. Ficará a desenvolver a componente gráfica dos suplementos alimentares e encarregue da divulgação da marca. Já a funcionária Janilza Simão com 30 anos, solteira e única titular é licenciada em Engenharia Informática e especialista na área da programação. É responsável pela plataforma *web*, como por exemplo a inserção dos produtos no *website*.

Posto isto, pode-se considerar que a equipa possui todas as mais valias para o sucesso e para que seja uma empresa de destaque. Para além das características apresentadas, pode-se consultar nos anexos mais competências e qualificações por parte de cada promotor.

10. INFORMAÇÃO ECONÓMICO-FINANCEIRA

Na elaboração do plano de negócios para a empresa “X Sport Nutrition”, pré-definimos um montante de 10.000.00 euros, que pretendemos aplicar na realização do respetivo capital social. Para tal, prevê-se, em agosto, o depósito do montante acima referido, numa conta bancária aberta para o efeito, conforme legalmente exigido, de maneira a obter o necessário comprovativo a apresentar por ocasião da realização da escritura de constituição de sociedade. De acordo com as informações recolhidas, estimou-se para as diversas despesas de constituição da sociedade, a realizar em dezembro, é de 800,00 euros.

Prevê-se encargos salariais médios que atingem o montante de 3.000,00 euros (salários brutos), os quais 1.500 euros são relativos aos trabalhadores da empresa e 1.500 euros à sua própria remuneração como gerente. Os salários são pagos no próprio mês e os impostos correspondentes no mês seguinte. O primeiro mês de trabalho é no mês de agosto e o subsídio de Natal será pago em novembro que corresponderá a 5/12 do valor da remuneração mensal bruta dos funcionários e gerente.

Os correspondentes encargos com a Segurança Social são, de 23,75% no que respeita aos funcionários e gerência da empresa. Os encargos com a Segurança Social deverão ser liquidados até ao dia 20 do mês seguinte a que respeita a remuneração. O encargo com a Segurança Social da responsabilidade dos trabalhadores corresponde à taxa em vigor de 11% (funcionários e gerência). A taxa de IRS aplicável (a reter pela empresa) é de 7,5% para os trabalhadores e 12% para a gerência, de acordo com a legislação em vigor.

	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Vendas	7000,00 €	9000,00 €	15000,00 €	17500,00 €	20000,00 €
Compras	2000,00 €	3500,00 €	5000,00 €	8000,00 €	9500,00 €

Tabela 1 - Tabela de Compra e Venda (Em euros)

Na tabela acima indicada, representa os valores totais das vendas e compras dos produtos vendidos (suplementos alimentares e *gadgets*).

Sobre os valores anteriormente referidos incide o IVA à taxa de 23%. Tanto o prazo médio de recebimento das vendas e o prazo médio de pagamento aos fornecedores é de 30 dias. A empresa está sujeita a IVA de periodicidade mensal.

Outras despesas, de periodicidade mensal previstas (pagas no mês):

Telefones	150,00 €
Renda de Instalação	200,00 €
Eletricidade	50,00 €
Água	15,00 €
Honorários do contabilista	200,00 €
Material de Escritório	100,00 €
Transporte de Mercadorias	300,00 €

O valor de investimento que prevê realizar em equipamento a adquirir em agosto consta no quadro seguinte:

Tipo de Equipamento	Valor (em Euros)
De Escritório	3000,00 €
Software	2000,00 €

As condições de pagamento que conseguiu negociar com os seus fornecedores foram as seguintes:

Equipamento de Escritório:

- Entrada inicial de 1000,00 €
- O restante será pago em 4 prestações mensais de 500,00 €

Software:

- Entrada inicial de 1000,00 €
- O restante será pago em 4 prestações mensais de 250,00 €

Pretende-se obter disponibilidades finais de 10 150,63 €.

O orçamento de vendas constitui o plano de vendas da empresa, num determinado período de tempo. Têm como função principal a determinação do nível de atividades futuras da empresa. As vendas que a empresa prevê realizar, mensalmente, entre agosto e dezembro, constam da tabela seguinte:

GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

1) Orçamento de Vendas							
Produto/Serviço	PMR	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
	30 dias	7 000,00 €	9 000,00 €	15 000,00 €	17 500,00 €	20 000,00 €	68 500,00 €
Total S/ IVA		7 000,00 €	9 000,00 €	15 000,00 €	17 500,00 €	20 000,00 €	68 500,00 €
IVA		1 610,00 €	2 070,00 €	3 450,00 €	4 025,00 €	4 600,00 €	15 755,00 €
Total C/ IVA		8 610,00 €	11 070,00 €	18 450,00 €	21 525,00 €	24 600,00 €	84 255,00 €

Figura 6 - Orçamento de Vendas

O orçamento de compras permite à empresa determinar a quantidade de dinheiro e bens necessários para atingir os objetivos desejados. Fornece uma demonstração do que a empresa planeia comprar para o inventário e outros bens, ao longo de um determinado período de tempo.

2) Orçamento de Compras							
Produto/Serviço	PMP	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
	30 dias	2 000,00 €	3 500,00 €	5 000,00 €	8 000,00 €	9 500,00 €	28 000,00 €
Total S/ IVA		2 000,00 €	3 500,00 €	5 000,00 €	8 000,00 €	9 500,00 €	28 000,00 €
IVA		460,00 €	805,00 €	1 150,00 €	1 840,00 €	2 185,00 €	6 440,00 €
Total C/ IVA		2 460,00 €	4 305,00 €	6 150,00 €	9 840,00 €	11 685,00 €	34 440,00 €

Figura 7 - Orçamento de Compras

Com o orçamento de compras apresentado, estima-se quantidades dos diversos suplementos que devem ser adquiridos e os respetivos custos, a partir dos consumos que quer a produção quer as secções não industriais preveem efetuar.

O IVA é um imposto comunitário que incide sobre todos os produtos e serviços, a sua taxa varia em função da natureza dos bens ou serviços prestados. A periodicidade do apuramento e envio da declaração do IVA depende do volume de negócios do sujeito passivo/empresa.

3) Quadro de Apuramento de IVA							
Produto/Serviço	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total	
IVA Liquidado	1 610,00 €	2 070,00 €	3 450,00 €	4 025,00 €	4 600,00 €	15 755,00 €	
IVA Dedutível	460,00 €	805,00 €	1 150,00 €	1 840,00 €	2 185,00 €	6 440,00 €	
IVA apurado	1 150,00 €	1 265,00 €	2 300,00 €	2 185,00 €	2 415,00 €	9 315,00 €	

Figura 8 - Apuramento de IVA

No quadro acima apresentado, podemos verificar a dedução dos valores do IVA. Uma vez que o IVA liquidado é calculado a partir dos valores das vendas * 0,23% e o IVA dedutível diz respeito às compras e estima-se a partir do valor das compras * 0,23%. Sendo assim, o IVA apurado é a diferença entre o IVA liquidado menos o IVA dedutível.

4) Encargos Sociais da Empresa com os Trabalhadores

Beneficiário	Base Salarial	Taxa (%)	Valor a pagar
Trabalhador	1 500,00 €	0,2375	356,25 €
Gerência	1 500,00 €	0,2375	356,25 €
Total	3 000,00 €		712,50 €

Figura 9 - Encargos Sociais com os Trabalhadores

A empresa é constituída por dois funcionários (Pedro Sanches e Janilza Simão) e um gerente (Tiago Manso) que receberão como base salarial, respetivamente, 750.00€ (cada) e 1.500€. Os correspondentes encargos com a Segurança Social são de 23,75% para trabalhadores e gerência da empresa.

5) Encargos Sociais dos Trabalhadores

Beneficiário	Base Salarial	Taxa (%)	Valor a Pagar
Trabalhadores	1 500,00 €	0,11	165,00 €
Gerência	1 500,00 €	0,11	165,00 €
Total	3 000,00 €		330,00 €

Figura 10 - Encargos Sociais dos Trabalhadores

Na tabela apresentada, pretende-se mostrar as bases salariais dos encargos sociais da responsabilidade dos trabalhadores, com uma taxa de 11% aplicada para ambos os beneficiários.

O IRS representa o imposto que tributa o rendimento dos cidadãos. Incide sobre todos os tipos de rendimentos auferidos por indivíduos residentes em território nacional e ainda pelos rendimentos obtidos em Portugal por não residentes.

6) Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares - IRS

Beneficiário	Base Salarial	Taxa (%)	Valor a Pagar
Trabalhadores	1 500,00 €	0,075	112,50 €
Gerência	1 500,00 €	0,12	180,00 €
Total	3 000,00 €		292,50 €

Figura 11 - Impostos sobre o Rendimento das Pessoas Singulares - IRS

GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

Em relação à tabela anterior, as bases salariais são similares, contudo a taxa em vigor para o Rendimento das Pessoas Singulares (IRS) é de 7,5% para os trabalhadores e 12% para a gerência, de acordo com a legislação em vigor.

7) Orçamento de Custos com Pessoal						
Rubrica	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Salários	3 000,00 €	3 000,00 €	3 000,00 €	4 250,00 €	3 000,00 €	16 250,00 €
Enc. Sociais	712,50 €	712,50 €	712,50 €	1 009,38 €	712,50 €	3 859,38 €
Out. Encargos						
Total	3 712,50 €	3 712,50 €	3 712,50 €	5 259,38 €	3 712,50 €	20 109,38 €

Figura 12 - Orçamento de custos com Pessoal

A totalidade dos salários são obtidos através da soma dos salários dos funcionários e gerente, identificado na figura 4, com o valor de 3.000 €, em que os funcionários recebem 1.500€ e a gerência 1.500€.

Relativamente aos cálculos abaixo apresentados, em relação aos Encargos Sociais, existem duas taxas em vigor. Logo, terá que se diferenciar ambos beneficiários.

	Subs. de Natal	Encargos Sociais
Mês de Novembro	$3000 + \frac{5}{12}(3000)$	$712,50 + \left(\frac{1500 * 5}{12} * 0,2375\right) + \left(\frac{1500 * 5}{12} * 0,2375\right)$

Figura 13 - Cálculos Auxiliares

No mês de novembro, as quantias diferenciam-se, em relação aos restantes, visto que o subsídio de Natal representa $\frac{5}{12}$ do valor da renumeração mensal bruta de cada trabalhador (Gerente e Funcionários). Em agosto será o primeiro mês de trabalho, onde está incluído também os encargos sociais.

O orçamento de investimento tem como objetivo estabelecer o orçamento de gastos previstos com investimentos em ativos fixos tangíveis ou intangíveis e como alcançar os fundos necessários.

GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

8) Orçamento de Investimento						
Rubrica	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Ativos Fixos Tangíveis	3 000,00 €	- €	- €	- €	- €	3 000,00 €
Ativos Intangíveis	2 000,00 €					2 000,00 €
Total	5 000,00 €	- €	- €	- €	- €	5 000,00 €

Figura 14 - Orçamento de Investimento

O orçamento de vendas descreve o que a empresa irá adquirir relativo ao início da atividade, isto é, os investimentos iniciais. O valor apresentado entre o mês de agosto e dezembro, diz respeito à criação do *website*, sua manutenção e custos extras.

9) Orçamento de Fornecimentos e Serviços Externos						
Rubrica	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Material de escritório	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	500,00 €
Eletricidade	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	250,00 €
Telefones	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	750,00 €
Água	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	75,00 €
Despesas de representação	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Transportes de Mercadorias	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	- €
Honorários do contabilista	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	1 000,00 €
Rendas	400,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	- €
Total	1 215,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	5 275,00 €

Figura 15 - Orçamento de Fornecimentos e Serviços Externos

A tabela apresentada a cima diz respeito aos gastos mensais e às despesas de periodicidade previstas, pagas no próprio mês. No exemplo descrito, a empresa irá ser administrada a partir de casa da gerência. Logo, os serviços externos apresentados focar-se-ão, maioritariamente, em telefone e internet.

O orçamento de tesouraria inclui, para além dos pagamentos e recebimentos correntes, os créditos sobre clientes e outros devedores e os débitos a fornecedores e outros provenientes do ano anterior. Têm como objetivo prever o saldo de tesouraria ao longo dos vários meses, que resulta da diferença entre os totais previsionais de recebimentos e de pagamentos de exploração.

GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

10) Orçamento de Tesouraria								
DESCRIÇÃO	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total	p/ Balanço
1. Recebimentos de Exploração								
1.1 Vendas e Prestação Serviços (30D)			8 610,00 €	11 070,00 €	18 450,00 €	21 525,00 €	59 655,00 €	24 600,00 €
1.2 IVA a Recuperar								
1.3 Retenção de impostos ao trabalhador								
1.3.1 IRS		292,50 €	292,50 €	292,50 €	414,38 €	292,50 €	1 584,38 €	
1.3.2 TSU		330,00 €	330,00 €	330,00 €	467,50 €	330,00 €	1 787,50 €	
TOTAL		622,50 €	9 232,50 €	11 692,50 €	19 331,88 €	22 147,50 €	63 026,88 €	24 600,00 €
2. Pagamentos de Exploração								
2.1 Pessoal								
2.1.1 Salário Líquido		2 377,50 €	2 377,50 €	2 377,50 €	3 368,13 €	2 377,50 €	12 878,13 €	
2.1.2 Taxa Social Única (TSU) (empresa)			712,50 €	712,50 €	712,50 €	1 009,38 €	3 146,88 €	712,50 €
2.1.3 Outros								
2.2 Fornecedores								
2.2.1 Fornecedores de Mercadorias (30 D)			2 460,00 €	4 305,00 €	6 150,00 €	9 840,00 €	22 755,00 €	11 685,00 €
2.2.2 Fornecedores de Serv. Ext.		1 215,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	5 275,00 €	
2.3 Impostos								
2.3.1 IRS (retido)			292,50 €	292,50 €	292,50 €	414,38 €	1 291,88 €	292,50 €
2.3.2 IVA a Pagar			1 150,00 €	1 265,00 €	2 300,00 €	2 185,00 €	6 900,00 €	2 415,00 €
2.3.3 IRC								
2.3.4 Outros Impostos (TSU retido)			330,00 €	330,00 €	330,00 €	467,50 €	1 457,50 €	330,00 €
2.4 Outros								
TOTAL		3 592,50 €	8 337,50 €	10 297,50 €	14 168,13 €	17 308,75 €	53 704,38 €	15 435,00 €
Saldo de Exploração	- €	- 2 970,00 €	895,00 €	1 395,00 €	5 163,75 €	4 838,75 €	9 322,50 €	9 165,00 €
3. Recebimentos de Extra-Exploração								
3.1 Empréstimos Bancários								
3.2 Reembolso de Empréstimos								
3.3 Reembolso de Aplicações Financeiras								
3.4 Juros de Aplicações Financeiras								
3.5 Outros	10 000,00 €						10 000,00 €	
TOTAL	10 000,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	10 000,00 €	
4. Pagamentos Extra-Exploração								
4.1 Reembolso de Empréstimos Bancários								- €
4.2 Empréstimos								
4.3 Despesas de Investimento		2 000,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	5 000,00 €	- €
4.4 Despesas Bancárias		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
4.5 Realização de Participação Cap. Social								
4.6 Aplicações Financeiras								
4.7 Outros		800,00 €					800,00 €	
TOTAL	- €	2 800,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	5 800,00 €	- €
Saldo Extra-Exploração	10 000,00 €	- 2 800,00 €	- 750,00 €	- 750,00 €	- 750,00 €	- 750,00 €	4 200,00 €	- €
Saldo TOTAL	10 000,00 €	- 5 770,00 €	145,00 €	645,00 €	4 413,75 €	4 088,75 €	13 522,50 €	9 165,00 €

Figura 16 - Orçamento de Tesouraria

4,3	Despesas de Investimento			
	Eq Produção	Eq. Escritório	Software	Total
Agosto	- €	1 000,00 €	1 000,00 €	2 000,00 €
Setembro	- €	500,00 €	250,00 €	750,00 €
Outubro	- €	500,00 €	250,00 €	750,00 €
Novembro	- €	500,00 €	250,00 €	750,00 €
Dezembro	- €	500,00 €	250,00 €	750,00 €
Total	- €	3 000,00 €	2 000,00 €	5 000,00 €
p/Balanço	- €		- €	- €

Figura 17 - Despesas de Investimento

Relativamente à tabela apresentada, o item 1.1 - Vendas e Prestação Serviços, representa o total das vendas de cada mês incluindo o apuramento do IVA liquidado, contudo o prazo de pagamento médio é de 30 dias, logo só será liquidado no mês seguinte.

No item 1.3.1 - IRS, a taxa em vigor é 14,5% que irá ser multiplicada aos salários da figura 13 - Orçamentos de custos com pessoal, para ficar em conformidade com o subsídio de Natal no mês de novembro. Já o item 1.3.2 – TSU, estão representados os encargos sociais dos trabalhadores, apresentados na figura 11.

Em relação aos pagamentos de exploração, verifica-se no item 2.1.1, o salário líquido que resulta da subtração ao salário bruto, figura 13 - Orçamento de custos com pessoal, o valor do IRS – Figura 12 e o valor total dos encargos sociais dos trabalhadores – figura 11, como podemos ver no exemplo do mês de agosto:

- O salário líquido é calculado da seguinte forma:

$$3.000\text{€ (Salário Bruto)} - 330\text{€ (Encargos Sociais Trabalhadores)} - 292,50\text{€ (IRS)}$$

No item 2.1.2 - Taxa Social Única (TSU) corresponde aos encargos sociais de cada mês que podemos encontrar na figura 11. No que diz respeito aos fornecedores de mercadorias, no item 2.2.1, pretende-se somar às compras do mês o IVA dedutível, porém com um mês de atraso, uma vez que o prazo médio de pagamento é de 30 dias. Já o item 2.2.2 - Fornecedores de Serviços Externos, que se pode encontrar na figura 16 e adiciona-se os totais. Os impostos apresentados, no item 2.3.1 – IRS retido, foi colocado no item 1.3.1 – IRS, deste mesmo orçamento, tal como no item 2.3.4 - TSU, que basta fazer o mesmo, mas com o item 1.3.2. No item 2.3.2 - IVA a pagar, os totais do IVA apurados na figura 12 e colocá-los no mês seguinte.

O saldo de exploração corresponde à diferença entre os recebimentos de exploração e os pagamentos de exploração, ou seja, os totais do item 1 menos os totais do item 2. Em relação aos recebimentos extraexploração como empréstimos bancários, não será necessário, uma vez que existe capital suficiente para avançar com a empresa.

Por fim, o item 4.7, pode-se afirmar que de acordo com a informação recolhida, por uma estimativa, as diversas despesas de constituição da sociedade a realizar em agosto são de 800€.

A tabela de Demonstração de Resultados apresenta os detalhes dos rendimentos e dos gastos durante um determinado período de tempo. Através da tabela apresentada, é possível apreender se as empresas apresentam rentabilidade líquida positiva ou se ao contrário dão prejuízo, e constitui-se como a primeira abordagem à viabilidade da empresa.

GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

11) Demonstração de Resultados						
Rendimentos e Gastos	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Vendas e serviços prestados	7 000,00 €	9 000,00 €	15 000,00 €	17 500,00 €	20 000,00 €	68 500,00 €
Subsídios à exploração						
Variação nos inventários de produção						
Trabalhos p/ a própria entidade						
Custo das Mercad. Vendidas e das Matér. Consumidas (CMVMC)	2 000,00 €	3 500,00 €	5 000,00 €	8 000,00 €	9 500,00 €	28 000,00 €
Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)	1 215,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	1 015,00 €	5 275,00 €
Gastos com o pessoal	3 712,50 €	3 712,50 €	3 712,50 €	5 259,38 €	3 712,50 €	20 109,38 €
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)						
Provisões (aumentos/reduções)						
Outras imparidades (perdas/reversões)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos						
Outros gastos	800,00 €					800,00 €
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	- 727,50 €	772,50 €	5 272,50 €	3 225,63 €	5 772,50 €	14 315,63 €
Gastos/reversões de depreciação e de amortização						
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	- 727,50 €	772,50 €	5 272,50 €	3 225,63 €	5 772,50 €	14 315,63 €
Juros e rendimentos similares obtidos						
Juros e gastos similares suportados	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Resultado antes de impostos	- 727,50 €	772,50 €	5 272,50 €	3 225,63 €	5 772,50 €	14 315,63 €
Imposto sobre o rendimento do período						
Resultado líquido do período	- 727,50 €	772,50 €	5 272,50 €	3 225,63 €	5 772,50 €	14 315,63 €

Figura 18 - Demonstração de Resultados

O balanço previsional resulta da introdução dos pressupostos anteriores. Expressa a situação patrimonial da empresa e será, também uma componente fundamental na análise do projeto.

12) Balanço Previsional	
Rúbricas	Valor
ATIVO	
Ativo não Corrente	
Ativos Intangíveis	2 000,00 €
Ativos Fixos Tangíveis	3 000,00 €
Ativo Corrente	
Inventários	
Clientes	24 600,00 €
Diferimentos	
Outros Ativos Financeiros	
Caixa e Depósitos Bancários	10 150,63 €
TOTAL ATIVO	39 750,63 €
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO	
CAPITAL PRÓPRIO	
Capital Subscrito	10 000,00 €
Outras Reservas	
Resultado Líquido do Período	14 315,63 €
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	24 315,63 €
PASSIVO	
Passivo não Corrente	
Financiamentos Obtidos	- €
Passivo Corrente	
Fornecedores	11 685,00 €
Estado e Outros Entes Públicos (EOEP)	3 750,00 €
Diferimentos	- €
Outras Dívidas a Pagar	- €
TOTAL PASSIVO	15 435,00 €
TOTAL CP+PASSIVO	39 750,63 €

Figura 19 - Balanço Previsional

Através das duas últimas tabelas apresentadas a cima (Orçamento de Tesouraria e Balanço previsional) é possível verificar que a empresa, no tempo determinado, não terá prejuízos. Uma empresa sólida e com as contas favoráveis para a continuação da mesma.

11. Conclusão

O projeto apresentado revelou-se crucial, dinâmico e enriquecedor para consolidar a matéria dada nesta unidade curricular. Um plano de negócio é algo bastante importante e é a base de todo e qualquer negócio. Saber estruturar um negócio e pensar em todo o seu funcionamento é algo de extrema importância para a sobrevivência de qualquer empresa.

Apresentou-se um projeto aliciante, com características inovadoras e que nos dias de hoje revela-se à altura para um negócio com estas características ser posto em prática. Com vista os benefícios da geração de emprego, crescimento económico do país, mostrar ao mundo os excelentes produtos fabricados, o rigor de fabrico e a dinamização dos níveis de obtenção das matérias prima e a sua comercialização. São algumas das razões dos quais este negócio iria mexer o país e com o mundo.

Assim, foi possível com todos os conhecimentos aprendidos, toda a pesquisa efetuada, ideias inovadoras e empenho realizar este plano de negócios com sucesso.

12. Bibliografia

(2007). Obtido de Classificação Portuguesa das Atividades Económicas Rev.3:

https://www.ine.pt/ine_novidades/semin/cae/CAE_REV_3.pdf

Calculo das Contribuições - Seg. Social. (29 de 12 de 2017). Obtido de Segurança Social:

<http://www.seg-social.pt/calculo-das-contribuicoes1>

Definindo o preço de um produto ou serviço. (s.d.). Obtido de <http://www.evef.com.br/artigos-e-noticias/administracao-de-marketing/136-definindo-o-preco-de-um-produto-ou-servico>

Ernesto, A., Lourenço, D., & Martins, A. (2014). *Trabalho - Plano de Negócios*. Guarda.

Gabriel, C., Gonçalves, C., & Serra, A. (2014/2015). *Plano de Negócios - Gestão e Criação de Empresa*.

KOTLER, P. (2012). *Administração de Marketing* (12 ed.). (P. Hall, Ed.)

Prendas/Presentes Low Cost para todas as ocasiões e todos os gostos. (s.d.). Obtido de

<http://www.spotciber.pt/>

Prozis: Lider Europeu em Suplementação e Alimentação Funcional. (s.d.). Obtido de

www.prozis.com/pt/pt

Suplementos Alimentares & 200.000 anos de diferenças. (s.d.). Obtido de

<https://junkfoodunmask.blogspot.pt/2018/01/suplementos-alimentares-200000-anos-de.html>

13. Anexos

Anexo I - logotipo da empresa



Anexo II - Curriculum Vitae dos colaboradores

Gerente Tiago Manso



Europass Curriculum Vitae

Informação pessoal

Apelido(s) / Nome(s) próprio(s) **Manso, Tiago José Fernandes**

Morada(s) **Rua dos Ataques nº11, Vilar Formoso (Portugal)**

Telefone(s) **+351 271512576** Telemóvel **+351 968131079**

Endereço(s) de correio eletrónico **tiagomanso@hotmail.com**

Nacionalidade **Portuguesa**

Data de nascimento **11/05/1993**

Sexo **Masculino**

Emprego pretendido / Área funcional

Facultativo

Formação académica

Datas **2008 → 2011**

Designação da qualificação atribuída **Ciências e Tecnologias**

Principais disciplinas / Competências Profissionais **Português, Física e Química A, Biologia e Geologia, Inglês, Filosofia, Biologia, Física, Educação Física, Matemática (por acabar)**

Nome de Organização de Ensino **Agrupamento de Escolar de Vilar Formoso**

Nível segundo a classificação Nacional **12º ano**

Experiência profissional

Datas **01/2015 → 08/2016**

Função ou cargo ocupado **Personal Trainer**

Principais actividades e responsabilidades **Avaliação e prescrição do treino gestão e marketing pessoal, metodologias de nutrição e suplementação,**

Nome e morada do empregador

Tipo de empresa ou sector **Empresa de Nutrição**

Aptidões e competências pessoais

Primeira língua **Português**

Outra(s) língua(s)

Auto-avaliação

Nível europeu (*)

Inglês

Espanhol / Castelhana

Francês

Compreensão		Conversa		Escrita	
Compreensão oral		Interacção oral		Produção oral	
B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente
A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico
A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico

GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

	(*) <u>Nível do Quadro Europeu Comum de Referência (CECR)</u>
Aptidões e competências sociais	Capacidade de comunicação e de relacionamento interpessoal; Espírito de equipa; Flexibilidade e adaptação à mudança; Capacidade de organização; Dinâmica e empenho; Capacidade de adaptação a ambientes multiculturais;
Aptidões e competências de organização	Responsabilidade; Capacidade de planeamento, gestão e organização.
Aptidões e competências informáticas	Capacidade de utilização do Microsoft Office™ (Word™ e PowerPoint™) e software gráfico (CorelDraw™)
Áreas de interesse	Nutrição e Desporto
Informação adicional	Disponíveis na carta de motivação

Colaboradora Janilza Simão



Curriculum vitae

INFORMAÇÃO PESSOAL

Janilza Almeida Simão



📍 Rua da fontinha, nº3L, 6300-569 Guarda (Portugal)

📞 925840036

✉ 1012414@sal.ipg.pt

Sexo Feminino | Data de nascimento 30/04/1993 | Nacionalidade Santomense

PROFISSÃO

Estudante de Licenciatura em Engenharia informática

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

01/10/2013–18/07/2014

Colaboradora dos serviços de Acção social da Universidade de Aveiro
Serviços de Acção Social da Universidade de Aveiro, Aveiro (Portugal)

- Colaboradora das cantinas(Santiago e Crasto):
- Colaboradora da lavandaria das residências

19/09/2014–31/03/2015

Ajudante de cozinha (Part-time)
Canto dos Sabores, Glicínias, Aveiro (Portugal)

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

16/09/2002–08/08/2010

5º ao 11º ano

Instituto Diocesano de Formação João Paulo II, S.Tomé (São Tomé e Príncipe)

Português, Inglês, Francês, Biologia, Formação Humana e Cristã, Teatro, Música, Educação visual e tecnológica, Filosofia, História, Geografia, Física, Química, Matemática, Educação Física

13/09/2010–09/06/2011

12º ano

Escola Secundária de Vagos, Aveiro (Portugal)

Português, Física, Química, Educação Física, Área de Projecto, Matemática

15/09/2013–15/09/2016

Ensino Superior

Universidade de Aveiro, Aveiro (Portugal)

Mestrado Integrado em Engenharia de Computadores e Telemática(MIECT)

25/03/2014–29/04/2014

Office Avançado

CESAE, Aveiro (Portugal)

- Processamento de Texto
- Folha de Cálculo

24/04/2014–28/05/2014

Instalação e Configuração de Sistemas de Gestão de Bases de



Curriculum vitae

Janilza Almeida Simão

Dados

CESAE, Aveiro (Portugal)

■ Bases de Dados

26/08/2014

Carta de condução

Escola de Condução Nossa Senhora de Fátima, S.Tomé (São Tomé e Príncipe)
Automóveis Ligeiros

19/09/2016–31/07/2018

Licenciatura em Engenharia Informática

Instituto Politécnico da Guarda, Guarda (Portugal)

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

Língua materna português

Outras línguas

	COMPREENDER		FALAR		ESCREVER
	Compreensão oral	Leitura	Interação oral	Produção oral	
inglês	A1	B1	A1	A1	A1
francês	A1	B1	A2	A2	A1

Níveis: A1 e A2: Utilizador básico - B1 e B2: Utilizador independente - C1 e C2: Utilizador avançado
Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas

Competências de comunicação

■ Boa capacidade de comunicação obtida na apresentação de trabalhos na universidade

Competências relacionadas com o trabalho

- Pontual
- Assídua
- Organizada
- Espírito de equipa
- Sempre disposta a adquirir novos conhecimentos
- Conhecimentos de culinária(Sobremesas, salgados, grelhados)

Competências digitais

- Bom domínio das ferramentas do Office
- Conhecimentos de programação: Java, Assembly, C++, PHP, HTML
- Base de dados: Oracle
- Redes

Colaborador Pedro Sanches



Europass Curriculum Vitae

Informação pessoal

Apelido(s) / Nome(s) próprio(s)

Sanches, Pedro Fiuza

Morada(s)

Rua Professor Egas Moniz, N.º 4 - 1.º Dto, 2680-104 Camarate (Portugal)

Telefone(s)

+351 219472319

Telemóvel

+351 914009710

Endereço(s) de correio electrónico

pedrosanches10@gmail.com

Nacionalidade

Portuguesa

Data de nascimento

22/11/1996

Sexo

Masculino

Emprego pretendido / Área funcional

Facultativo

Formação académica

Datas

2002 → Presente (Processo de conclusão)

Designação da qualificação atribuída

Ciências e Tecnologias

Principais disciplinas / Competências

Português, Física e Química A, Biologia e Geologia, Inglês, Filosofia, Biologia, Física, Educação Física, Matemática (por acabar)

Profissionais

Nome de Organização de Ensino

Escola Secundária de Camarate

Nível segundo a classificação Nacional

9º ano

Termino o 12º ano este ano

Experiência profissional

Datas

01/2010 → 02/2017

Função ou cargo ocupado

Designer Comercial

Principais actividades e responsabilidades

Desenvolvimento de projectos publicitários tendo como objectivo a promoção empresarial e de serviços. Contacto directo com clientes e execução de provas finais.

Nome e morada do empregador

MFS – Produções Publicitárias

Rua Avelino Salgado de Oliveira, N.º 15, 2680-104 Camarate, Loures (Portugal)

Tipo de empresa ou sector

Empresa de Marketing e Publicidade

Aptidões e competências pessoais

Primeira língua

Português

Outra(s) língua(s)

Auto-avaliação

Nível europeu (*)

Inglês

Espanhol / Castelhana

Compreensão				Conversação				Escrita
Compreensão oral		Leitura		Interação oral		Produção oral		
B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1	Utilizador independente	B1
A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1



GESTÃO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS-PLANO DE NEGÓCIO

Francês	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico	A1	Utilizador básico
	(*) Nível do Quadro Europeu Comum de Referência (CECR)									
Aptidões e competências sociais	Capacidade de comunicação e de relacionamento interpessoal; Espírito de equipa; Flexibilidade e adaptação à mudança; Capacidade de organização; Dinâmica e empenho; Capacidade de adaptação a ambientes multiculturais;									
Aptidões e competências de organização	Responsabilidade; Capacidade de planeamento, gestão e organização.									
Aptidões e competências informáticas	Capacidade de utilização do Microsoft Office™ (Word™ e PowerPoint™) e software gráfico (CorelDraw™)									
Áreas de interesse	Música, Informática, Novas Tecnologias									
Informação adicional	Disponíveis na carta de motivação									