

# Noções de Gestão

Licenciatura em Segurança Informática em Redes de Computadores

Docente: Luísa Morgado



Rafael Silva Coronel – 8190348

Fábio Araújo – 8210619

Carlos Santos – 8200599

ESTG, maio de 2024

## Índice

Introdução .....	1
1. Constituição da Empresa .....	2
1.1. Designação e atividade .....	3
1.2. Caracterização da estrutura organizacional .....	4
2. Descrição da Organização .....	5
2.1. Contexto interno e externo .....	5
2.2. Partes Interessadas: Necessidades e Monitorização .....	7
Tipos de Stakeholders .....	7
Matriz dos Stakeholders .....	8
Necessidades e Expectativas das Partes Interessadas.....	10
2.3. Business Model Canvas.....	11
3. Missão e Visão da Organização .....	12
4. Política da Organização .....	13
Políticas da Organização .....	13
4.1. Objetivos e metas da Gestão.....	14
5. Mapa de Processo .....	14
5.1. Identificação dos processos da Organização e respetiva interação .....	14
5.2. Caracterização dos processos identificados.....	15
6. Riscos e Oportunidades da Organização .....	16
6.1. Identificação e Priorização dos Riscos e Oportunidades .....	16
6.2. Planeamento de ações de resposta aos Riscos e Oportunidades identificadas ...	17
Segurança das Instalações.....	17
Privacidade e Segurança da Informação .....	18
Estratégias de Marketing .....	21
1. Marketing Digital .....	21
2. Parcerias Estratégicas .....	21
3. Promoções e Programas de Fidelidade .....	22
4. Campanhas de Publicidade .....	22
Conclusão .....	23

## **Introdução**

No âmbito da unidade curricular “Noções de Gestão”, realizada no 3º ano do curso Segurança Informática em Redes de Computadores (LSIRC), da Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG), surge o presente relatório, que tem por base a descrição do trabalho desenvolvido ao longo da unidade curricular Noções de Gestão

Inicialmente apresentaremos a constituição da nossa Empresa, nomeadamente a respetiva designação e atividade, bem com a caracterização da sua estrutura organizacional. Posteriormente, faremos a descrição da organização, desde o seu contexto interno e externo, até as partes interessadas, mostrando ainda o nosso Business Model Canvas.

De seguida serão apresentadas a missão e visão da organização, a política de organização, o mapa de processo da empresa e, por fim, os riscos e as oportunidades da organização. No final, é feita uma breve conclusão sobre o trabalho desenvolvido.

O presente trabalho possibilitou a consolidação, aplicação e ampliação dos conhecimentos adquiridos ao longo do semestre.

## **1. Constituição da Empresa**

A empresa Pescarias Cabo Verde Inc. é uma empresa fictícia nova no mercado, tendo como principal objetivo aproveitar a localização do país de Cabo Verde, situado no oceano Atlântico e fazer a exportação de pescaria em forma de enlatados para o exterior, principalmente para a Europa.

Esta empresa, além de oferecer diversidade e inovação, está também empenhada em fornecer a qualidade de serviços e produtos aos seus clientes, dar a conhecer a qualidade dos produtos marinhos de Cabo Verde, já que as pescarias serão efetuadas em pleno oceano atlântico, acima de tudo visamos atender às necessidades e expectativas dos consumidores, dando muito importância ao preço/qualidade e ocasionalmente lançar campanhas promocionais.

Por enquanto, a empresa possui dois pontos de vendas onde conseguimos encontrar os produtos da empresa Pescarias Cabo Verde Inc.:

- 1- Lisboa, Odivelas;
- 2- Porto, Praça da Liberdade;

Ambos os pontos possuem um armazém onde são armazenados os produtos importados.

### 1.1. Designação e atividade

O código CAE é um conjunto de dígitos específicos que caracteriza a atividade económica/empresarial baseando-se no respetivo ramo de atividade.

A atividade da empresa Pescarias Cabo Verde Inc inclui importação e comercialização de produtos marinhos provenientes de Cabo Verde.

A seguinte tabela demonstra as atividades económicas onde a empresa se insere.

Secção	Divisão	Grupo	Classe	Subclasse	Designação
G	46	463	4638	46382	Comércio por grosso de outros produtos alimentares, n.e.
G	47	472	4723	47230	Comércio a retalho de peixe, crustáceos e moluscos, em estabelecimentos especializados

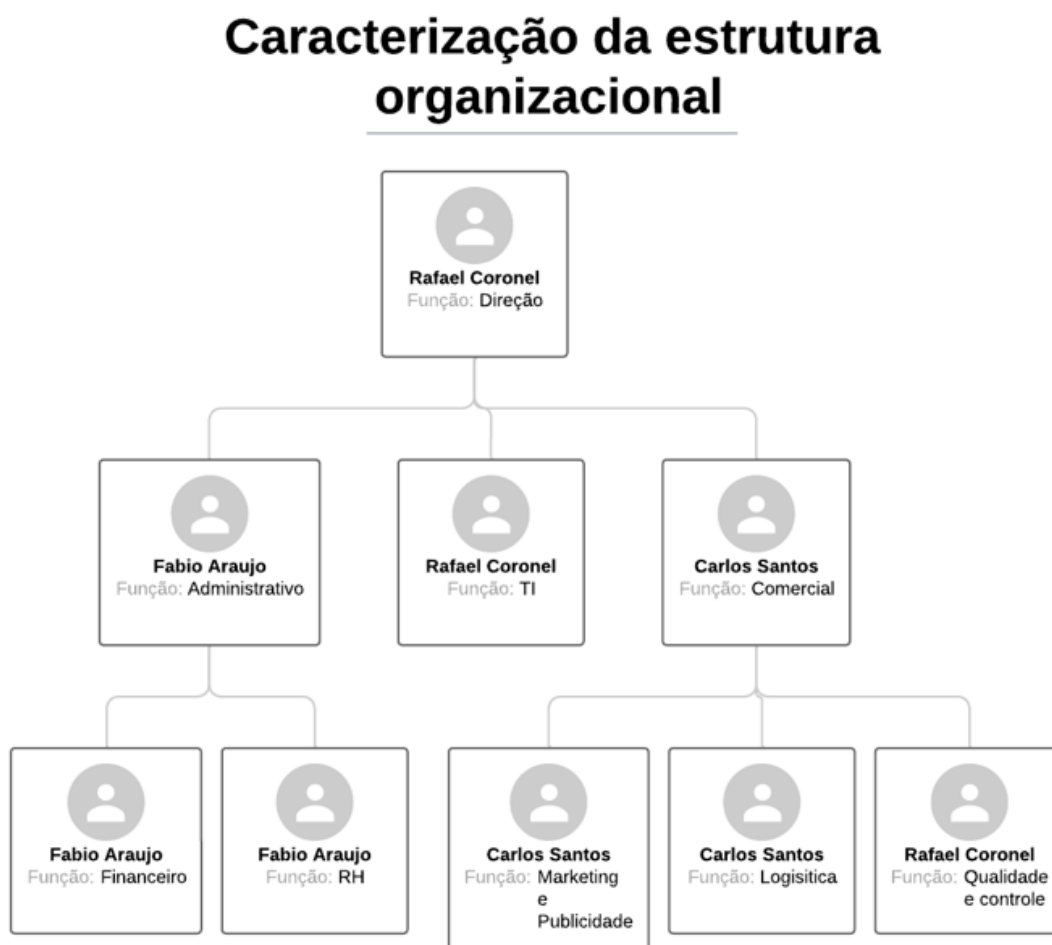
Essa tabela representa a classificação da empresa Pescarias Cabo Verde Inc dentro do CAE, cobrindo suas atividades de exportação de produtos marinhos enlatados e operação de pontos de venda especializados em peixes, crustáceos e moluscos.

## 1.2. Caracterização da estrutura organizacional

A estrutura organizacional representa a forma como uma empresa está dividida e hierarquizada, incluindo a divisão por setores e as relações entre eles. Assim, por forma a atingir os seus objetivos, a estrutura define como é feita a gestão das atividades e a comunicação entre os setores.

A definição de uma boa estrutura organizacional, é muito importante para garantir o sucesso e a continuidade da organização, clarificando as funções dos membros e o modo como estes se relacionam. Para além disso, evita problemas comunicacionais, aumentando a eficiência e assim facilitando a realização das tarefas.

A figura abaixo resume a estrutura organizacional da Pescarias Cabo Verde.



## 2. Descrição da Organização

### 2.1. Contexto interno e externo

A definição do contexto é uma priorização na Pescarias Cabo Verde e no modelo de negócios, é de extrema relevância. Nesse sentido, torna-se impreterível realizar questões de forma a definir o contexto organizacional.

#### Análise SWOT

Forças	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Localização estratégica:</b> Cabo Verde se encontra situado no Oceano Atlântico proporcionando acesso a uma rica fonte de produtos marinhos.</li><li>- <b>Diversidade e inovação:</b> A empresa se destaca por oferecer uma variedade de produtos marinhos enlatados, o que pode atrair diferentes segmentos de clientes.</li><li>- <b>Qualidade dos produtos:</b> Compromisso em fornecer produtos de alta qualidade aos clientes, destacando a qualidade dos produtos marinhos de Cabo Verde.</li><li>- <b>Pontos de venda estabelecidos:</b> Atualmente, a empresa possui dois pontos de venda em Lisboa e Porto, o que aumenta sua presença no mercado e facilita o acesso aos produtos.</li></ul>
Fraquezas	<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Novidade no mercado:</b> Como uma empresa nova, pode enfrentar desafios para estabelecer sua marca e ganhar a confiança dos consumidores.</li><li>- <b>Dependência de importações:</b> A empresa depende da importação de produtos marinhos de Cabo Verde, o que pode expô-la a flutuações no mercado de exportação e questões logísticas.</li><li>- <b>Limitação geográfica dos pontos de venda:</b> A presença física da empresa se limita atualmente a Lisboa e Porto, o que pode restringir seu alcance de mercado e impactar sua capacidade de expansão.</li></ul>

Ameaças	<p>- <b>Concorrência:</b> A indústria de produtos marinhos pode ser altamente competitiva, com a presença de grandes concorrentes surgindo no mercado. Isso pode pressionar os preços e reduzir as margens de lucro.</p> <p>- <b>Regulamentações:</b> Regulamentos governamentais relacionados à pesca, importação/exportação de produtos marinhos e padrões de segurança alimentar podem impor restrições ou exigir investimentos adicionais em conformidade.</p> <p>- <b>Flutuações de preços:</b> As flutuações nos preços dos produtos marinhos devido a fatores como sazonalidade, condições climáticas adversas ou mudanças na demanda podem afetar a lucratividade da empresa.</p> <p>- <b>Problemas logísticos:</b> Questões relacionadas ao transporte, armazenamento e distribuição dos produtos marinhos, especialmente por se tratar de uma operação de importação, podem causar atrasos e aumentar os custos operacionais.</p> <p>- <b>Impactos ambientais:</b> Mudanças climáticas, poluição e práticas de pesca insustentáveis podem afetar a disponibilidade e qualidade dos produtos marinhos, impactando diretamente as operações da empresa.</p>
Oportunidades	<p>- <b>Expansão geográfica:</b> Explorar novos mercados além de Lisboa e Porto, tanto dentro de Portugal quanto em outros países europeus, pode aumentar o alcance da empresa e impulsionar o crescimento.</p> <p>- <b>Parcerias estratégicas:</b> Estabelecer parcerias com pescadores locais, fornecedores de embalagens sustentáveis ou empresas de logística confiáveis pode melhorar a cadeia de suprimentos e reduzir custos.</p> <p>- <b>Marketing e promoção:</b> Investir em estratégias de marketing e campanhas promocionais pode aumentar a conscientização sobre a marca e destacar a qualidade dos produtos marinhos de Cabo Verde.</p> <p>- <b>Inovação tecnológica:</b> Adotar tecnologias modernas de pesca, processamento e conservação pode melhorar a eficiência operacional, a qualidade dos produtos e a sustentabilidade ambiental.</p>



## 2.2. Partes Interessadas: Necessidades e Monitorização

Para demonstrar melhor as partes interessadas, criamos uma lista detalhada e organizada dos stakeholders da nossa empresa, que posteriormente pode ajudar-nos a gerenciar melhor as relações e garantir o sucesso da nossa empresa.

### Tipos de Stakeholders

#### Internos:

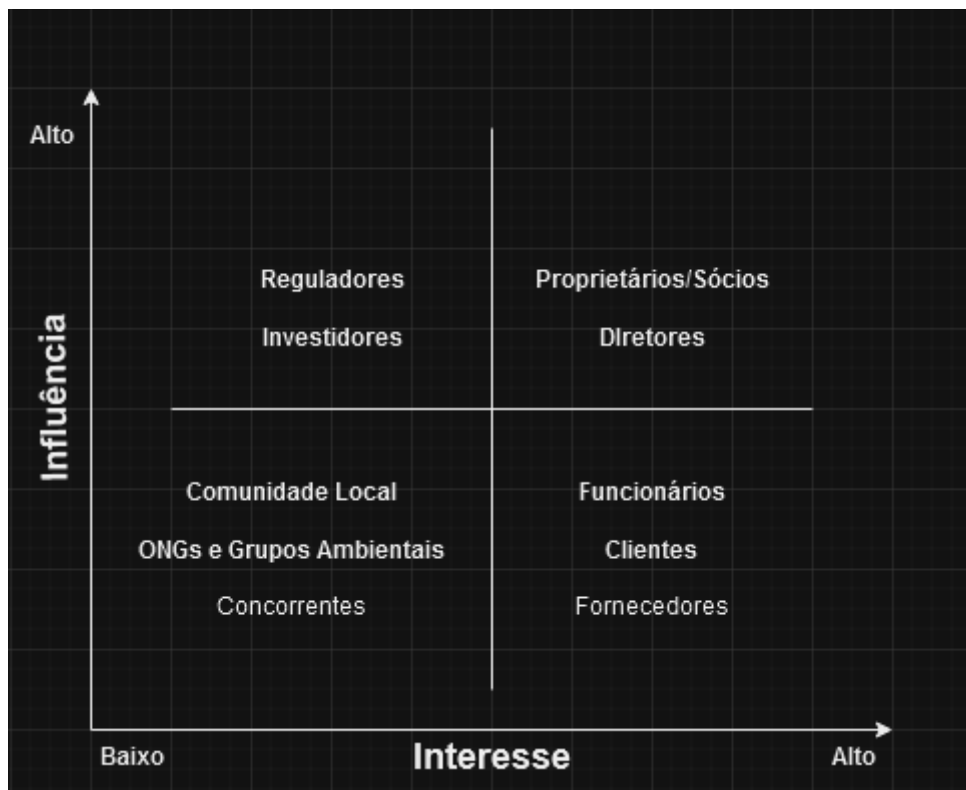
- **Funcionários:** Pescadores, tripulação, equipe administrativa, gerentes.
- **Proprietários/Sócios:** Pessoas que possuem uma parte da empresa.
- **Diretores:** Membros da diretoria da empresa.

#### Externos:

- **Clientes:** Restaurantes, mercados, distribuidores de peixes.
- **Fornecedores:** Empresas que fornecem equipamentos de pesca, gelo, combustíveis, suprimentos.
- **Investidores:** Bancos, investidores privados, fundos de investimento.
- **Reguladores:** Agências governamentais de pesca, meio ambiente, saúde e segurança.
- **Comunidade Local:** Residentes da área onde a empresa opera, organizações comunitárias.
- **ONGs e Grupos Ambientais:** Organizações que defendem práticas sustentáveis de pesca.
- **Concorrentes:** Outras empresas de pesca na região ou no mercado.

Organizado assim, fica mais fácil a coleta de informações mais detalhadas sobre cada grupo de stakeholders.

## Matriz dos Stakeholders



### Alta Influência, Alto Interesse (Gerenciar de Perto)

- **Proprietários/Sócios**
  - Interesse: Alto (retorno sobre investimento, crescimento da empresa)
  - Influência: Alta (tomada de decisões estratégicas)
- **Diretores**
  - Interesse: Alto (desempenho da empresa, conformidade com leis)
  - Influência: Alta (direcionamento da empresa)

### Alta Influência, Baixo Interesse (Manter Satisfeito)

- **Reguladores**
  - Interesse: Baixo a moderado (conformidade legal e ambiental)
  - Influência: Alta (capacidade de impor sanções)

- **Investidores**

- Interesse: Baixo (retorno sobre investimento)
- Influência: Alta (possibilidade de retirar investimentos)

**Baixa Influência, Alto Interesse (Manter Informado)**

- **Funcionários**

- Interesse: Alto (condições de trabalho, segurança, salários)
- Influência: Baixa a moderada (capacidade de influenciar indiretamente, por meio de sindicatos, por exemplo)

- **Clientes**

- Interesse: Alto (qualidade e frescor dos peixes)
- Influência: Baixa (podem mudar de fornecedor)

- **Fornecedores**

- Interesse: Alto (manter o negócio com a empresa))
- Baixa (capacidade de influenciar através de negociação de preços e condições)

**Baixa Influência, Baixo Interesse (Monitorar)**

- **Comunidade Local**

- Interesse: Baixo a moderado (impacto econômico e social)
- Influência: Baixa (pode influenciar indiretamente através de opinião pública)

- **ONGs e Grupos Ambientais**

- Interesse: Alto (práticas sustentáveis)
- Influência: Baixa (podem influenciar através de campanhas de conscientização)

- **Concorrentes**

- Interesse: Baixa (acompanhar as estratégias da empresa para ajustar suas próprias operações)
- Influência: Baixa (podem influenciar o mercado e atrair clientes).

## Necessidades e Expectativas das Partes Interessadas

A seleção das partes interessadas foi realizada de forma pertinente para o sistema de gestão da informação. Assim, optou-se por analisar o contexto e selecionar partes que tenham uma relação direta com a organização, no sentido de não correr riscos caso alguma das expectativas não fosse atendida.

<b>Partes Interessadas</b>	<b>Necessidades e Expectativas</b>	<b>Monitorização</b>
<b>Funcionários</b>	Bom ordenado e boas qualidades de trabalho	Questionários sobre a satisfação dos funcionários
<b>Clientes</b>	Ter disponível produtos de alta qualidade ao melhor preço	Questionários sobre a qualidade dos produtos e serviços
<b>Concorrência</b>	Assegurar a confidencialidade da comunicação e arquivos entre as empresas.  Fidelidade em relação a preços competitivos.	Estratégia de publicidade adotada pela concorrência
<b>Dono</b>	Lucro	Monitorizar margens de lucro
<b>Gestores</b>	Bom desempenho da empresa	Cotação da empresa no mercado

## 2.3. Business Model Canvas



Link para aceder:

[https://www.canva.com/design/DAGFGVCRzN0/9hd7KuwL0ir7zFbp4kPwJQ/edit?utm\\_content=DAGFGVCRzN0&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGFGVCRzN0/9hd7KuwL0ir7zFbp4kPwJQ/edit?utm_content=DAGFGVCRzN0&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

### **3. Missão e Visão da Organização**

A Pescarias em Cabo Verde Inc dedica-se à importação e comercialização de uma vasta gama de produtos marinhos.

O destaque da empresa é o elevado conhecimento e cuidado com os produtos comercializados, apostando fortemente do setor da restauração.

Atualmente, a Pescarias em Cabo Verde vem alargando os seus horizontes fechando parcerias com marcas de top mundial e também com marcas locais nas ilhas de Cabo Verde. Uma das prioridades da empresa é a expansão das nossas lojas para outros pontos do país, da Europa, bem como também em Cabo Verde, facilitando, assim, o acesso aos produtos e preços e, por outro lado, construir uma ligação mais próxima com os clientes.

**Missão** – Garantir que os clientes tenham acesso aos produtos de alta qualidade e aos melhores preços.

**Visão** – Alcançar um propósito de melhoria contínua, apostando na excelência dos serviços prestados.

**Valores** - Sustentabilidade, disponibilidade, integridade, inovação, respeito, responsabilidade social, qualidade.

#### **4. Política da Organização**

A política empresarial/ organizacional é um dos fatores mais importantes de uma instituição. Todo e qualquer tipo de empresário, empreendedor, líder e gestor deve dedicar tempo à sua elaboração, para que seja possível atingir as metas e objetivos estabelecidos que levam a empresa ao tão ambicionado sucesso. Assim, as políticas organizacionais estabelecem as bases da organização por meio da definição dos objetivos, desafios e metas que precisam de ser alcançadas e o que cada colaborador pode fazer dentro desse processo.

Baseadas na missão e visão da empresa, as políticas da organização conseguem definir claramente os objetivos da organização, proporcionando um melhor aproveitamento dos pontos fortes, diminuindo os pontos fracos e determinando a diferenciação da empresa frente à concorrência.

##### **Políticas da Organização**

- Política de ética;
- Política de Recrutamento e Seleção;
- Política de Reclamações;
- Política de Recursos Humanos;
- Política de Confidencialidade;
- Política de Vendas;

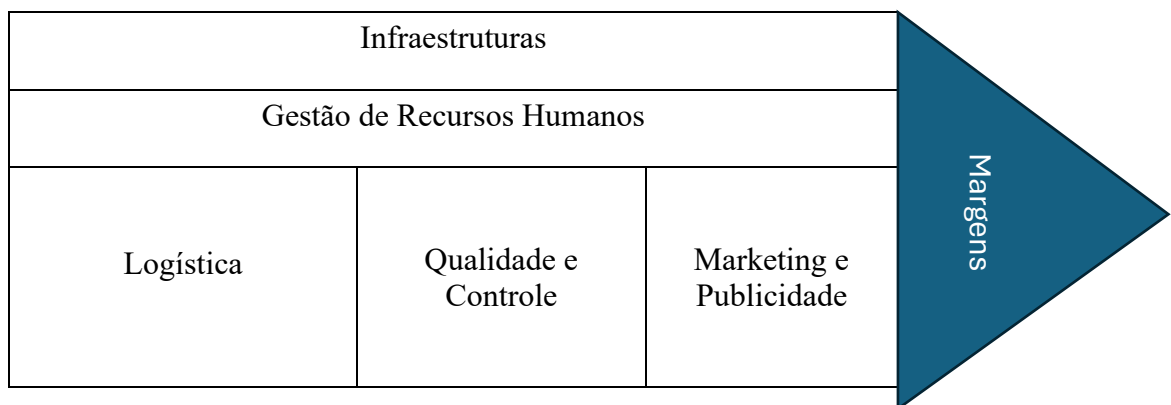
#### 4.1. Objetivos e metas da Gestão

Com a empresa a dar os primeiros passos, foram definidos objetivos e metas a serem alcançadas, visando um maior retorno: (1) apostar na formação dos funcionários; (2) estabelecer uma relação de fidelidade com os clientes; (3) aumentar as vendas; (4) Planos para aumentar os clientes e parcerias.

### 5. Mapa de Processo

#### 5.1. Identificação dos processos da Organização e respetiva interação

Aqui estão os processos existentes na Pescaria em Cabo Verde Inc, com as suas respetivas interações.





## 5.2. Caracterização dos processos identificados

Na tabela seguinte é feita a caracterização dos processos existentes na Pescarias em Cabo Verde, desde os seus objetivos, até a monitorização, passando pelo responsável, input e output.

Processos	Objetivo	Responsável	Input	Output	Monitorização
Infraestruturas	Local físico de trabalho com boas condições e segurança	TI (Rafael Coronel)	Local seguro, higiénico bem equipada	Produtividade e motivação	Contratação de um profissional para análise da infraestrutura trimestralmente
Gestão de RH	Gerir a carreira dos colaboradores; Processo de recrutamento; Avaliar o desempenho das equipas	RH (Fábio Araújo)	Salário justo, boas condições de trabalho e segurança	Boa gestão dos recursos humanos	Análise de desempenho
Logística	Tratar do stock da empresa e das importações	Logística (Carlos Santos)	Equipamento de apoio ao controlo dos produtos	Boa gestão e acompanhamento do ciclo de vida do produto	Verificar o stock disponível, assegurar o envio e a integridade da encomenda

Qualidade e Controle	Garantir a qualidade dos produtos marinhos enlatados	Qualidade e Controle (Carlos Santos)	Amostras dos pescados vão a análise sensorial, microbiológica e físico-química	Resultados dos testes são documentados para garantir a qualidade e segurança dos produtos	Realizar inspeções e garantir que os produtos atendam aos padrões de qualidade exigidos
Marketing e Publicidade	Publicitar os produtos e a empresa	Marketing e publicidade (Carlos Santos)	Equipamento para criar publicidades	Ganhar novos clientes, promover a empresa e os seus produtos	Monitorização do número de novos clientes assim como de vendas

## 6. Riscos e Oportunidades da Organização

### 6.1. Identificação e Priorização dos Riscos e Oportunidades

#### Segurança das instalações

- Potencial risco de eventos ambientais como: inundações, queda de árvores, incêndios;
- Potencial risco de acessos não autorizados, podendo resultar em perdas ou danos na infraestrutura.

#### Privacidade e segurança da informação

- Potencial risco de os sistemas de informação e as suas respetivas políticas e procedimentos não garantirem a segurança, privacidade e integridade.

## **6.2. Planeamento de ações de resposta aos Riscos e Oportunidades identificadas**

### **Segurança das Instalações**

#### **1. Comunicação com a Comunidade e Câmara:**

- Reuniões Regulares: Estabelecer reuniões periódicas com a comunidade e autoridades locais para discutir questões de segurança e condições ambientais.
- Transparência: Publicar relatórios de segurança e atualizações regulares sobre as condições das instalações.

#### **2. Seguros Contra Todos os Riscos:**

- Revisão Anual: Avaliar e atualizar as apólices de seguro anualmente para garantir cobertura adequada contra novos riscos identificados.
- Treinamentos e Simulações: Realizar treinamentos e simulações de emergências para garantir que todos os funcionários saibam como reagir em situações de risco.

#### **3. Investimento em Equipamento/Serviço de Segurança:**

- Sistemas de Vigilância Avançados: Implementar câmeras de segurança com monitoramento 24/7.
- Controle de Acesso: Sistemas de controle de acesso eletrônicos para limitar a entrada a áreas sensíveis.
- Iluminação Adequada: Garantir que todas as áreas críticas tenham iluminação adequada para deter atividades criminosas.
- Segurança Patrimonial: Contratação de serviços de segurança privada para patrulhas e vigilância contínua.

## **Privacidade e Segurança da Informação**

### **1. Valorização da Confidencialidade e Integridade da Informação:**

- Políticas de Segurança: Estabelecer e comunicar políticas claras de segurança da informação a todos os funcionários.
- Treinamento de Funcionários: Programas regulares de treinamento sobre boas práticas de segurança cibernética e manuseio seguro de dados.

### **2. Resposta a Fugas de Informação:**

- Plano de Resposta a Incidentes: Desenvolver um plano detalhado de resposta a incidentes de segurança da informação.
- Equipe de Resposta a Incidentes: Formar uma equipe dedicada para lidar com incidentes de segurança da informação.
- Monitoramento Contínuo: Implementar sistemas de monitoramento contínuo para detetar atividades suspeitas e responder rapidamente.

### **3. Processo de Redução do Impacto:**

- **Orientar os Funcionários:**
  - Comunicação Imediata: Estabelecer um canal de comunicação imediato para informar os funcionários sobre uma possível fuga de informação.
  - Treinamento Contínuo: Realizar treinamentos regulares sobre a importância da segurança da informação e práticas de prevenção.
- **Determinar o Impacto:**
  - Avaliação de Riscos: Avaliar a extensão e os potenciais danos da fuga de informação.
  - Consultoria Especializada: Se necessário, contratar especialistas em segurança da informação para ajudar na avaliação.
- **Alterar Senhas:**
  - Forçar Mudança: Implementar políticas para forçar a alteração de senhas de todos os usuários afetados imediatamente.
  - Autenticação de Dois Fatores: Reforçar o uso de autenticação de dois fatores (2FA) para maior segurança.

- **Determinar o Tipo de Informação Perdida:**
  - Classificação de Dados: Implementar um sistema de classificação de dados para identificar rapidamente quais informações são mais sensíveis.
- **Avaliar o Custo da Perda:**
  - Análise Financeira: Realizar uma análise financeira detalhada para estimar os custos diretos e indiretos da perda de informação.
  - Impacto Reputacional: Considerar também o impacto na reputação da empresa.
- **Comunicar os Acontecimentos às Partes Interessadas:**
  - Transparência: Ser transparente com clientes, fornecedores e outros stakeholders sobre o incidente e as medidas tomadas.
  - Plano de Comunicação: Desenvolver um plano de comunicação de crise para gerenciar a divulgação de informações.
- **Fortalecer a Prevenção:**
  - Auditorias Regulares: Realizar auditorias de segurança regulares para identificar e corrigir vulnerabilidades.
  - Atualizações de Software: Garantir que todos os sistemas e softwares estejam atualizados com as últimas correções de segurança.
  - Backups Seguros: Implementar um sistema de backups regulares e seguros para garantir a recuperação de dados em caso de perda.

## **Outras Áreas de Riscos e Oportunidades**

### **1. Gestão Ambiental:**

- Práticas Sustentáveis: Implementar práticas de pesca sustentável para minimizar o impacto ambiental.
- Certificações Ambientais: Buscar certificações reconhecidas que atestem a responsabilidade ambiental da empresa.

### **2. Gestão de Recursos Humanos:**

- Bem-Estar dos Funcionários: Programas de bem-estar e segurança no trabalho para garantir a saúde e segurança dos funcionários.
- Desenvolvimento de Carreira: Oportunidades de treinamento e desenvolvimento para melhorar as habilidades e a satisfação dos funcionários.

### **3. Relações com Stakeholders:**

- Feedback Constante: Estabelecer canais de feedback contínuo com clientes, fornecedores e outros stakeholders para identificar oportunidades de melhoria.
- Engajamento Comunitário: Participar e apoiar iniciativas comunitárias para fortalecer a relação com a comunidade local

## Estratégias de Marketing

Para a Pescarias Cabo Verde Inc., que opera no mercado de exportação de produtos marinhos enlatados e possui pontos de venda em Portugal, é essencial desenvolver uma estratégia de marketing abrangente e direcionada, em baixo demonstramos algumas estratégias de marketing que visamos implementar com os objetivos de aumentar a visibilidade da empresa, atrair novos clientes e fortalecer a marca.

### 1. Marketing Digital

#### a. Presença Online

- **Website Profissional:** Desenvolver um site informativo e intuitivo que descreva os produtos, a história da empresa e os pontos de venda.
- **SEO (Otimização para Mecanismos de Busca):** Otimizar o site para palavras-chave relevantes, como “peixes enlatados de Cabo Verde”, “produtos marinhos sustentáveis”, etc.

#### b. Redes Sociais

- **Plataformas:** Manter uma presença ativa no Facebook, Instagram, linkedIn e outras redes sociais relevantes.
- **Conteúdo Visual:** Publicar fotos e vídeos dos produtos, receitas, métodos de pesca sustentável e histórias da equipe de pesca.
- **Interação com Seguidores:** Responder a comentários, mensagens e engajar-se em conversas relacionadas ao setor.

### 2. Parcerias Estratégicas

#### a. Restaurantes e Hotéis

- **Colaboração com Restaurantes:** Parcerias com restaurantes locais para promover os produtos da empresa no menu.
- **Hotéis e Resorts:** Oferecer produtos para cardápios de hotéis e resorts, destacando a origem sustentável e a qualidade dos peixes.

#### b. Influenciadores e Chefs

- **Influenciadores Digitais:** Colaborações com influenciadores de culinária e saúde para promover os produtos em suas redes sociais.
- **Chefs Renomados:** Parcerias com chefs famosos para criar receitas exclusivas utilizando os produtos da empresa.

### 3. Promoções e Programas de Fidelidade

#### a. Campanhas Promocionais

- **Descontos Sazonais:** Oferecer promoções em determinadas épocas do ano, como no verão ou durante festas tradicionais.
- **Combo de Produtos:** Criar pacotes promocionais de produtos com desconto.

#### b. Programa de Fidelidade

- **Cartão de Fidelidade:** Implementar um programa de fidelidade onde os clientes acumulam pontos a cada compra, que podem ser trocados por produtos gratuitos ou descontos.

### 4. Campanhas de Publicidade

#### a. Publicidade Online

- **Google Ads:** Anúncios pagos para direcionar tráfego ao site e aumentar as vendas online.
- **Anúncios em Redes Sociais:** Campanhas pagas no Facebook e Instagram para alcançar públicos específicos.

#### b. Publicidade Offline

- **Revistas e Jornais:** Anunciar em publicações especializadas em gastronomia, saúde e bem-estar.
- **Outdoor e Publicidade Local:** Painéis e anúncios em áreas de grande movimento nas cidades onde a empresa tem pontos de venda.



## **Conclusão**

O relatório sobre a Pescarias Cabo Verde Inc. detalhou a estruturação e operação de uma empresa fictícia dedicada à importação e comercialização de produtos marinhos de Cabo Verde. No âmbito da unidade curricular "Noções de Gestão", aplicamos e consolidamos os conhecimentos adquiridos, explorando desde a constituição da empresa até a gestão de riscos e oportunidades.

Inicialmente, apresentamos a designação, atividade e estrutura organizacional da empresa, destacando a importância de uma boa organização interna para o sucesso e comunicação eficaz. A análise do contexto interno e externo, a identificação das partes interessadas e a elaboração do Business Model Canvas proporcionaram uma visão abrangente da empresa e das suas relações com stakeholders.

Definimos a missão, visão e valores da empresa, estabelecendo os princípios orientadores e objetivos de gestão. O mapeamento dos processos internos mostrou a importância da integração entre setores como infraestrutura, recursos humanos, logística, qualidade e marketing.

Identificamos e priorizamos riscos e oportunidades, propondo ações para mitigar riscos em segurança das instalações e privacidade da informação. Por fim, delineamos uma estratégia de marketing abrangente para promover a empresa no mercado europeu, utilizando táticas de marketing digital, publicidade e parcerias estratégicas.

Este trabalho permitiu aplicar teorias de gestão em um cenário realista, desenvolvendo competências essenciais para a gestão eficiente de uma empresa, e preparando-nos para enfrentar desafios futuros no campo da gestão empresarial.