

Princípios de Empreendedorismo

# Plano de negócios



Ana Margarida Campos A85166

Joana Afonso Gomes A84912

Ivo Oliveira A84751

Gonçalo Ferreira A84073

# ÍNDICE

---

• Visão .....	3
• Missão .....	3
• Empresa .....	3
• Membros da equipa .....	3
• Contexto do mercado .....	4
• Mercado Subjacente .....	7
• Análise do Setor do Comércio .....	7
• Contexto Político-Social .....	7
• Análise do Meio Envoltente Transacional .....	8
• Clientes .....	8
• Fornecedores .....	9
• Concorrentes .....	9
• Análise SWOT .....	10
• Estratégia Comercial .....	10
▪ Produto .....	10
▪ Segmentação .....	11
▪ Diferenciação .....	11
▪ Política de Preço .....	12
• Marketing .....	13
• Projeções financeiras .....	15
• Gastos .....	15
• Mercado nacional .....	15
• Mercado internacional .....	15
• Conclusão .....	16



## • Visão

Proporcionar um maior conforto a pessoas que praticam atividades náuticas que envolvam o transporte de barbatanas.

## • Missão

A *FinPack* tem como missão oferecer uma maior viabilidade no transporte de produtos de cariz náutico, com base num produto desenhado de forma particular para o transporte de barbatanas tanto por nadadores salvadores como por desportistas náuticos. Este produto destaca-se por uma acessibilidade fácil ao seu conteúdo, facilitando a atividade dos seus proprietários.

## • Empresa

Após constatar a necessidade de um método eficiente de transporte de barbatanas, suportada pelo depoimento de um dos membros do nosso grupo (Ivo Oliveira), vimos nisto uma oportunidade de criar um modelo de negócio singular e inovador na área do salvamento aquático. Com apoio em toda o conhecimento adquirido nas aulas de Princípios de Empreendedorismo, pensamos criar parcerias com empresas já especializadas na venda de produtos desta área.

## • Membros da equipa

A *FinPack* foi projetada por quatro alunos da Opção UM de Princípios de Empreendedorismo que frequentam o Mestrado Integrado em Engenharia Informática (Ana Margarida Campos, Gonçalo Ferreira, Ivo Oliveira, Joana Afonso Gomes).

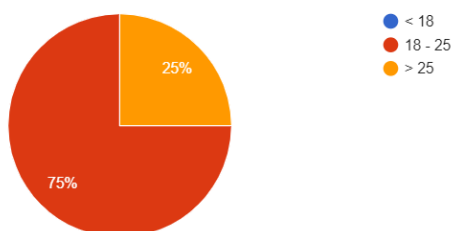


## • Contexto do mercado

Com o fim de analisarmos a visão dos mais prováveis compradores, colocamos um questionário num grupo do *Facebook* destinado a nadadores salvadores. Apresentamos de seguida os resultados obtidos.

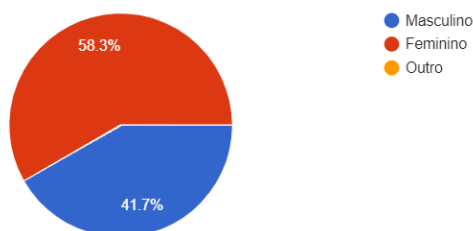
### Qual a sua idade?

36 responses



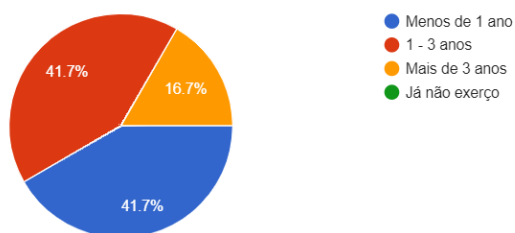
### Qual o seu sexo?

36 responses



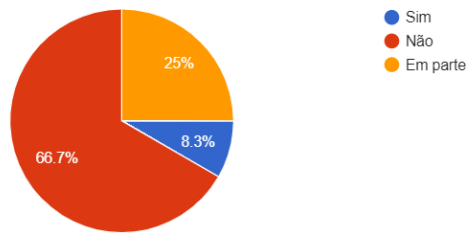
### Há quanto tempo é nadador salvador?

36 responses



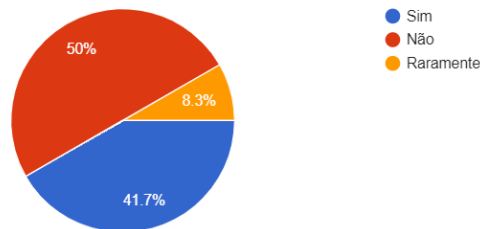
**Na sua associação de nadadores salvadores, o equipamento é lhe fornecido?**

36 responses



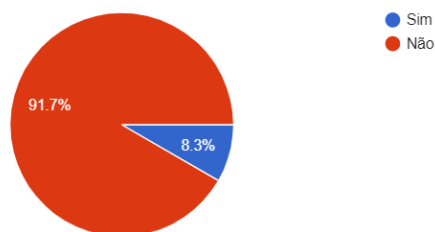
**Costuma transportar as barbatanas consigo enquanto exerce a sua função de nadador salvador?**

36 responses



**Costuma usar algum auxiliar para transportar as barbatanas?**

36 responses



**Se respondeu sim, qual costuma usar?**

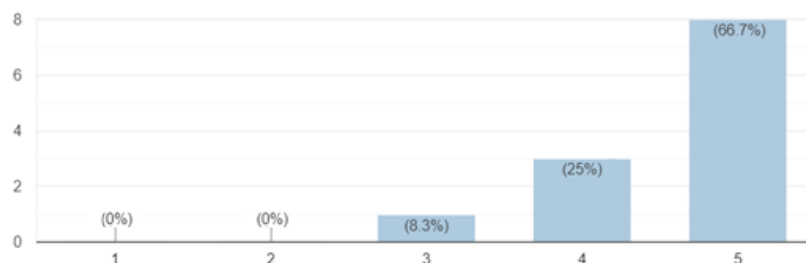
1 response

Cinto



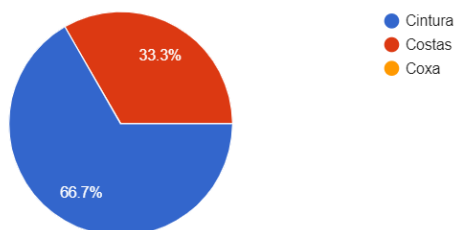
**O quão relevante seria, para si, ter um equipamento que facilitasse o transporte das barbatanas e o acesso às mesmas em situação de salvamento?**

36 responses



**Em que zona acha mais apropriado o uso do equipamento de acesso às barbatanas?**

36 responses



Face a estes resultados confirmamos a necessidade de existência de uma alternativa do transporte de barbatanas, com o depoimento de uma certa percentagem de nadadores salvadores do nosso país.



## • Mercado Subjacente

### • Análise do Setor do Comércio

O nosso produto poderá ser selecionado por diferentes mercados geográficos. Como estratégia inicial, o sector alvo definido para este projeto será o comércio em Portugal. Com a evolução do nosso produto, outros sectores e mercados geográficos serão analisados e definidos.

O comércio vai incidir, principalmente, em venda a retalho bem como a venda em plataformas online.

Apesar de todas as empresas pertencentes ao comércio a retalho poderem recorrer ao produto, foi traçado um perfil de clientes que será o foco na fase inicial do projeto. Foi delineado o seguinte perfil de lojas:

- Equipamento náutico;
- Equipamento de desporto aquático;

Existem empresas dispersas por todo o território nacional que podem ser potenciais clientes, mas a concentração de comércio dar-se-á nas zonas litorais.

### • Contexto Político-Social

O contexto político em Portugal sobre equipamento materiais e equipamentos destinados à informação, vigilância e prestação de socorro e salvamento, encontra-se estável, logo concluímos que o nosso produto é viável face a problemas no âmbito político-legal.

MINISTÉRIO DA DEFESA NACIONAL - Portaria n.º 321/2015 de 1 de outubro

Artigo 2.º Artigos de uniforme:

“1 — O uniforme de nadador-salvador é constituído pelos artigos de vestuário e outros artigos previstos no presente regulamento (...)”

“2 — (...) p) Pés de pato; q) Cinturão; (...)”

“3 — Os desenhos técnicos relativos aos artigos de uniforme constam de anexo à presente portaria”

Artigo 3.º Homologação dos artigos de uniforme:

“1 — O Instituto de Socorros a Náufragos (ISN) é a entidade responsável pela homologação dos artigos de uniforme (...)”



“2 — No âmbito do processo de homologação (...) é aprovado, por despacho do Diretor do ISN(...)contendo as especificações técnicas, requisitos de segurança, normas de confeção, dimensões, cores e feitios.”

“3 — Todas e quaisquer alterações realizadas sobre os artigos (...) deverão ser (...) ao ISN (...) para emissão de um novo certificado.”

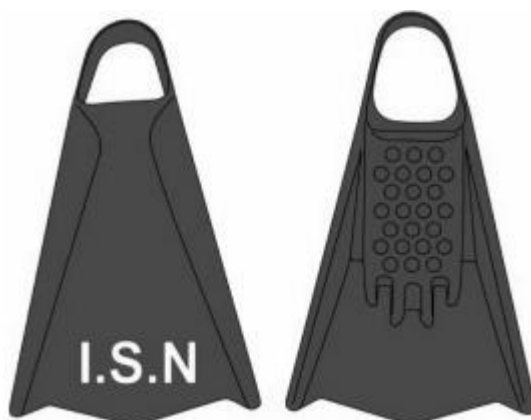
#### Artigo 4.º Uniforme do Nadador-salvador:

“1 — O nadador-salvador encontra -se devidamente uniformizado (...)

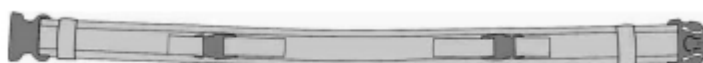
a) Nadador -salvador feminino: (...) iv) Pés de pato, transportados no cinturão ou na mão, nas praias marítimas, fluviais e lacustres; b) Nadador -salvador masculino: (...) iii) Pés de pato, transportados no cinturão ou na mão, nas praias marítimas, fluviais e lacustres.”

#### ANEXO

- Figura 15 (Pés de pato) Cores: Pantone laranja 021 C; Branco.



- Figura 16 (Cinturão) Cores: Pantone Amarelo C;



## • Análise do Meio Envoltivo Transacional

## • Clientes

Como estratégia inicial, e tendo como referência a análise efetuada ao sector alvo, os potenciais clientes serão empresas de comércio a retalho, com loja física e que operam em Portugal. Dentro deste sector, o tipo de empresas que poderão beneficiar





melhor das funcionalidades do produto são as que vendem equipamentos náuticos e equipamentos ligados ao desporto aquático.

## • Fornecedores

Para o desenvolvimento do nosso produto teremos de recorrer a fornecedores para obtenção dos materiais necessários. Alguns dos potenciais fornecedores serão:

- *AIYUHENG*: fornecedor de fivela de plástico reciclado (*eco-friendly*);  
- 50 peças: 1.09€.
- *Chemours*: fornecedor do tecido à prova de água;  
- Comprimento estimado por peça (1m): 1.80€.

- Preço estimado total por peça:  $0.02€ (1.09€ / 50) + 1.80€ + 1.5€$  (custo de confecção) = 3.32€

## • Concorrentes

De seguida, serão apresentados os concorrentes que disputam os mesmos clientes ou que disponibilizam um serviço idêntico ao pretendido.

1. *Milinanda* (<http://www.milinanda.pt/>) é uma plataforma online direcionada para o comércio de diversos artigos nomeadamente uniformes, emblemas e acessórios para militares. Entre os diversos produtos disponibilizados pela empresa, encontra-se um cinturão de resgate aquático.
2. *Nautitejo* (<http://www.nautitejo-rescue.com/index.html>) é uma empresa direcionada para a náutica profissional e de recreio. A empresa é parceira do Instituto de Socorros a Náufragos no fornecimento de equipamentos e materiais, que equipam os diversos tipos embarcações do ISN.
3. *VJR* (<http://www.vjr-representacoes.com/index.php/loja-on-line>) é uma empresa centrada na venda de todos os materiais e equipamentos necessários à prática da atividade de salvamento nas praias e piscinas. Têm a homologação emitida pelo ISN.



## • Análise SWOT



## • Estratégia Comercial

### ▪ Produto

O produto tem o nome *FinPack*, tendo sido construído derivando os nomes Fin (Barbatana) e Pack(mochila), porque a ideia do produto é um sistema de correias para que as barbatanas fiquem nas costas (como se de uma mochila se tratassem). Este produto possibilita aos seus utilizadores que carreguem as barbatanas de forma segura e confortável, ajudando até no momento de um eventual salvamento, pois este produto dá a possibilidade de entrar na água ainda com as barbatanas nas costas, ajudando assim o nadador salvador a chegar à profundidade adequada para que as barbatanas sejam colocadas. Estima-se que o produto venda melhor nos primeiros anos pois nesses anos irão comprar o produto nadadores salvadores



novos e veteranos, com o passar do tempo as vendas irão estabilizar sendo o total de compras feito por novos nadadores salvadores que são formados todos os anos.

## ▪ Segmentação

O nicho de mercado que se pretende servir é o dos Nadadores Salvadores e de todos os trabalhos de resgate aquático, existe também a possibilidade de alargar o mercado aos desportos náuticos que também utilizam barbatanas (bodyboard,etc). Apesar do produto ser direccionado a Nadadores Salvadores singulares, o produto também poderá ser disponibilizado a Associações de Nadadores Salvadores, que têm o hábito de comprar material e emprestar o mesmo aos associados durante a época. Apesar de não ser o método de venda ideal, será expectável que seja uma grande fonte de rendimento. Serão alvos preferenciais de venda as lojas físicas de material aquático e de resgate aquático:

- *NautiTejo;*
- *VJR;*
- *Whatertech;*
  
- Lojas online, como por exemplo, a *amazon.com*

## ▪ Diferenciação

Na análise da concorrência surge apenas um outro dispositivo que pode fazer concorrência ao nosso produto. Produto esse que, apesar de não ter uma boa receção por parte dos Nadadores Salvadores, é oficial e homologado pelo Instituto de Socorro a Náufragos (ISN). Tornando assim a sua venda e utilização bastante mais possibilitada, tendo acesso a lojas oficiais de produtos de resgate aquático. Tal como referido anteriormente o produto não é muito utilizado por ser relativamente caro e ser desconfortável ao uso, sendo que menos de 10% dos NS o usam. Surgiu assim a ideia de um produto que se diferencia pelo conforto em uso contínuo e também pela própria eficácia no ato do salvamento. Já com o cinto de salvamento (produto concorrente) as barbatanas estão “penduradas” na cintura, não facilitando a corrida que normalmente se realiza para se fazer um salvamento, dado que batem nas pernas. O nosso produto tem também um uso mais fácil visto que no produto concorrente as barbatanas estão presas de maneira que se a fivela for desapertada as mesmas caem, o que não acontece com o *FinPack*, onde mesmo com a correia desapertada as barbatanas ficam fixas nas costas, sendo apenas removíveis caso assim se queira.



## ■ Política de Preço

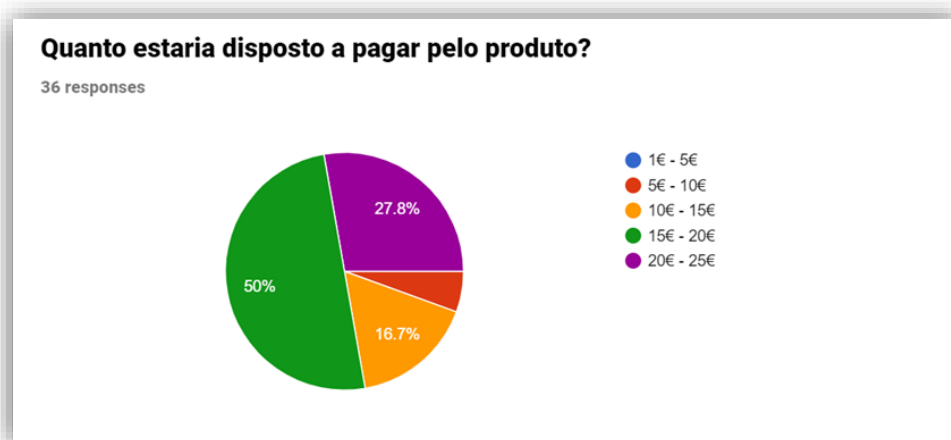


In: *PowerPoint Princípios de Empreendedorismo*

Resumindo, preço de venda é o valor que a empresa irá cobrar aos seus clientes. Este valor deve ser suficiente para cobrir todos os custos que a empresa tem para produzir, todas as despesas que tem para vender, e, claro, obter lucro sobre o produto.

Uma compra ocorre quando a percepção de valor dos benefícios do produto é igual ou superior ao preço que se vai pagar.

Foi feita no questionário uma pergunta relativa a quanto dinheiro os potenciais compradores estariam dispostos a pagar pelo produto em causa:



Identificamos, assim, os limites que abrangem o maior número de potenciais clientes.



O maior volume de compras diretas será feito por associações de Nadadores Salvadores para fazerem o posterior empréstimo aos seus associados. Ser de prever que numa venda de grande volume o preço do produto será baixado. Isso não poderá acontecer neste caso visto que a política de empréstimo das associações prejudica futuras vendas do produto. Exemplificando: a associação compra o produto para um Nadador Salvador, que o usa durante uma época balnear e posteriormente o devolve à Associação. No ano seguinte esse profissional não trabalha entrando um novo Nadador Salvador, a quem será emprestado o nosso produto, tirando assim a oportunidade de mais uma venda.

Os preços e os planos estabelecidos não são finais. Com a evolução da plataforma e um melhor conhecimento do mercado e das necessidades dos clientes, os preços poderão sofrer alterações, assim como existirem outros planos.

## • Marketing

O primeiro passo para a divulgação do produto e da empresa será criar um site que permitirá aos possíveis utilizadores conhecerem o novo produto, como é feito e qual é a ideia da empresa para o futuro, como por exemplo novos produtos ou possíveis parcerias e atividades.

Assim que o site estiver disponível para os clientes conhecerem o produto, será efetivamente começada a estratégia de marketing, utilizado os seguintes meios:

### 1. Presença nas redes sociais:

As redes sociais, em particular o Facebook, são sem dúvida das melhores plataformas para se fazer publicidade. Existem vários grupos de Nadadores Salvadores onde são feitas propostas de trabalho e onde são colocadas dúvidas e outro tipo de questões. Esses grupos serão então alvo de publicidade, podendo aí revelar o nosso produto. Poderá ser organizado um típico treino pré-época de grandes dimensões.

### 2. Publicidade online:

Sendo um produto novo e com um nome apelativo precisamos que, no caso das pessoas procurem o nome na internet, estas consigam obter resultados que as levem aos sites que vendam o nosso produto, desta maneira serão usadas publicidades pagas nas plataformas como: *Facebook Ads*, *Google AdWords*, etc...

### 3. Certificação:

Um produto certificado pelo Instituto de Socorro a Náufragos (ISN), autoridade integrante da Marinha Portuguesa, competente e responsável pelos Nadadores Salvadores, terá uma aceitação muito maior por parte do nosso público alvo. Sendo que a certificação do produto por si só já é boa publicidade este “selo” trará vários benefícios para o desenvolvimento do produto e consequentemente da empresa.



#### 4. Parcerias:

Este produto tem um grande potencial de parcerias, não só com as lojas que irão vender o produto, mas também com empresas e Associações com valor humanitário.

O nosso desejo seria utilizar plástico recolhido em oceanos e posteriormente reciclá-lo e usar o mesmo plástico para produzir as partes plásticas do nosso produto.

Para que isso seja feito teríamos de nos associar a Empresas e Associações que realizem esse tipo de trabalho. Estas empresas e esta ideologia de reciclar plástico dos oceanos para usar no nosso produto é uma estratégia de marketing genial visto que os nossos possíveis compradores são pessoas que, geralmente, são muito ligadas ao mar e à natureza e, por isso, sensíveis ao aspeto ambiental.

#### 5. Participação em feiras e eventos:

Eventos de possível interesse serão os Campeonatos Mundiais de Resgate Aquático, onde os diferentes países competem e mostram que tipo de material usam no resgate aquático. Nesses eventos há sempre uma feira para que produtos utilizados por outros países possam ser adquiridos.

Outro tipo de eventos possíveis serão os já referidos treinos pré-época.

Num evento de marketing seria então organizado um treino de grandes dimensões com meios como barcos, motas de água, etc, completamente patrocinado pela empresa para que aí possamos publicitar o nosso produto e para que os possíveis compradores o possam testar.



## • Projeções financeiras

Todas as projeções têm um plano temporal de 5 anos e foram criadas com base nas necessidades do projeto e numa previsão de vendas

### • Gastos

Se cada funcionário ganhar 600€, com os descontos feitos, incluindo Segurança Social, seguro de trabalho e subsídio de alimentação, iremos gastar um total de 895.75€ por funcionário, o que implicaria um custo de 3583€ por mês. Ao fim de 12 meses (14 na realidade, devido aos subsídios de férias e de Natal), totaliza **50162€** em custo de funcionários.

Com isto, mais o custo de matérias previamente apresentado, e as projeções financeiras exibidas a seguir, concluímos que demorará tempo para o produto ter lucro, mas esse seria razoavelmente bom aquando da estabilização do *FinPack* no mercado. Deste modo, seria viável alargar a nossa oferta, disponibilizando outros itens de carácter náutico.

### • Mercado nacional

O quadro seguinte apresenta uma estimativa do volume de negócios pretendido para o produto *FinPack* em Portugal.

Mercado Nacional	2019	2020	2021	2022	2023
FinPack					
Quantidades vendidas	1000	1500	3000	3000	3000
Preço Unitário	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €
Total	17 500,00 €	26 250,00 €	52 500,00 €	52 500,00 €	52 500,00 €

### • Mercado internacional

Já o quadro seguinte apresenta uma estimativa do volume de negócios pretendido para o produto *FinPack* a nível internacional.

Exportações	2019	2020	2021	2022	2023
FinPack					
Quantidades vendidas	0	500	1500	1500	1500
Preço Unitário	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €	17,50 €
Total	0,00 €	8 750,00 €	26 250,00 €	26 250,00 €	26 250,00 €



## • Conclusão

O presente relatório permitiu descrever com detalhe os objetivos e metas para o nosso produto.

Visto toda a informação preliminarmente reunida e analisada neste relatório, vemos otimistas perante a prosperidade no mercado do produto que idealizamos.

