



**nutcracker**

Elaborado por:

**-Bruna Peralta/Francisco Vaz**

**Curso Técnico de Gestão**

Em colaboração:

-Daniela Cardador/ Beatriz Cardoso/

Patrícia Santos/ Rodrigo Rego/ João Alves

**Curso de Comunicação,**

**Marketing, Relações Públicas**

**e Publicidade**



**Escola Profissional Magestil**

**Técnico de Gestão**

**2ºG**

# **Projeto Pré-PAP**

## **Nutcracker**

**Alunos:** Bruna Peralta nº2 2ºG

Francisco Vaz nº3 2ºG

**Ano Letivo**

**2020/2021**



## Índice

<b>Introdução</b> .....	5
<b>Introduction</b> .....	6
<b>Enquadramento do Setor</b> .....	7
Impacto da COVID-19 nos Setores.....	10
<b>Caracterização do Setor</b> .....	17
<b>Empresa Nutcracker</b> .....	23
Missão, Visão e Valores .....	23
Entidade Visual da Empresa .....	25
Estrutura Organizacional .....	27
Organograma da Empresa Nutcracker.....	27
Funções dos Cargos.....	28
<b>Marketing</b> .....	32
Business Model Canvas .....	32
Caracterização do Mercado .....	33
<b>Estudo de Mercado</b> .....	37
Público-alvo.....	37
Tendências de Consumo .....	38
Análise da Concorrência .....	43
<b>Tipos de Posicionamento</b> .....	45
Posicionamento da Empresa Nutcracker.....	45
Posicionamento da Step Your Mind (SYM) .....	46
<b>Análise SWOT</b> .....	47
<b>Inquérito</b> .....	48
Objetivos do Inquérito .....	48
Perguntas do Inquérito.....	49
Respostas ao Inquérito.....	50
Análise do Inquérito .....	54
Conclusões do Inquérito .....	57
<b>Estratégia de Comunicação</b> .....	58



<b>Marketing Mix “4P’s”</b> .....	61
Serviço Step Your Mind .....	61
Logótipo .....	64
Processos.....	66
Preço .....	67
Promoção .....	68
Distribuição.....	69
Evidências Físicas .....	69
Produtividade e Qualidade.....	69
<b>Política de Recursos Humanos</b> .....	70
<b>Política de Privacidade e Cookies</b> .....	72
<b>A Nutcracker na lógica do Direito Comunitário</b> .....	77
<b>Demonstrações Financeiras</b> .....	79
Recibo de Vencimento.....	79
Modelo 32 (Ativos) .....	85
Faturas .....	87
Declaração Periódica .....	89
Demonstração de Resultados por Natureza .....	91
Balanço .....	93
<b>Viabilidade Económica e Financeira</b> .....	95
<b>Visão Estratégica do futuro da Nutcracker</b> .....	96
<b>Conclusão</b> .....	98
<b>Conclusion</b> .....	100
<b>Webgrafia</b> .....	102
<b>Anexo A</b> .....	104



## Introdução

A Pré-PAP incorpora-se numa atividade curricular no âmbito do Curso Profissional Técnico de Gestão, do segundo ano da turma G, da Escola Profissional Magestil, sendo desenvolvido pelos alunos Bruna Peralta e Francisco Vaz.

O mesmo foi requisitado pela Coordenadora do Curso e pelos Professores da Área Tecnológica/Técnica. Inclui diversas áreas, como Gestão, Direito, Economia, Contabilidade e Fiscalidade, Cálculo Financeiro, Marketing e Tecnologias de Informação. Nestas áreas teremos como utilização na ótica do utilizador, programas de Contabilidade e de Gestão, mas também o consumo do programa informático desenvolvido pela Microsoft Corp, ou seja, o Excel, onde terá como principal fundamento a realização de tarefas de Gestão.

Ao realizar esta Prova, irá possibilitar-nos um desenvolvimento de inúmeras competências pessoais e profissionais, pois permite-nos uma prática do trabalho em grupo, tomadas de situações, comunicação, pensamento criativo, mas também a compreensão do modo de funcionamento de uma Start-Up e de conceitos e técnicas inerentes à natureza do respetivo Curso.

O objetivo principal deste Projeto é a criação e constituição de uma Start-up, sendo possível observar desde a avaliação e seleção das Ideias do Produto/Serviço, decorrendo o desenvolvimento do Plano de Negócios e Funcionamento e Gestão da Miniempresa, o enquadramento Económico do Setor, desenvolvimento e aplicação de noções de Contabilidade e Fiscalidade, até ao apuramento de Resultados Financeiros da mesma e, por último, a sua respetiva Avaliação Financeira.

Com a Pré-PAP, poderemos desenvolver uma melhor proximidade e relação às diversas realidades do mercado de trabalho e também potencializar as competências pessoais e de empreendedorismo. E enquanto empresa teremos a sensibilização para as questões não só para a sustentabilidade, como também para a responsabilidade social.



## Introduction

Pre-PAP is part of a curricular activity within the scope of the Professional Technical Management Course, of the second year of the Professional School Magestil, being developed by the following students: Bruna Peralta and Francisco Vaz.

The same was requested by the Course Coordinator and by the Teachers of the Technological / Technical Area. It includes several areas, such as Management, Law, Economics, Accounting and Taxation, Financial Calculation, Marketing and Information Technologies. In these areas, we will use Accounting and Management programmes in the user's perspective, but also the consumption of the computer programme developed by Microsoft Corp, that is, Excel, where the main basis will be the management tasks.

This project will enable us to develop countless personal and professional skills, as it allows us to practice group work, problem solving decision making, communicating, creative thinking, but also to understand how a Start-up works. Concepts and techniques inherent to the nature of the respective Course.

The main objective of this Project is the creation and constitution of a Start-up, being possible to observe from the evaluation and selection of the Ideas of the Product / Service, following the development of the Business Plan and Operation and Management of the Mini-company, the Economic framework of the Sector, development and application of concepts of Accounting and Taxation, until the Financial Results of the and at last Financial Assessment.

With Pre-PAP, we will be able to develop a better proximity and relationship to the different realities of the labor market and also enhance personal and entrepreneurial skills. And as a company, we will become aware of issues such as sustainability or social responsibility.

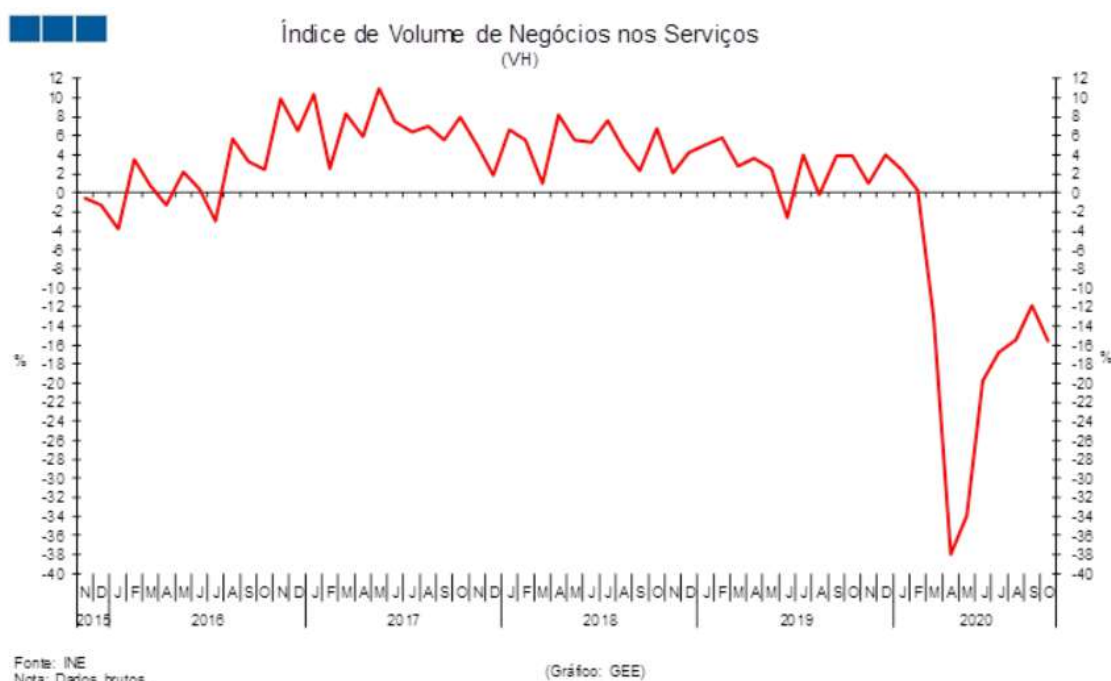


## Enquadramento do Setor

O Setor Terciário detém uma grande evolução na Economia, por um lado, a nível nacional, mas também a nível internacional, tendo um enorme peso na mesma e do mesmo modo no Produto Interno Bruto dos respetivos países.

O Setor dos Serviços passou a contribuir de forma significativa para a criação de riqueza, passando a estar visível o fenómeno da terciarização, ou seja, o aumento considerável do peso dos serviços nas economias. Atualmente, é o Setor que tem mostrado maiores níveis de desenvolvimento durante os últimos anos.

O índice de volume de negócios nos serviços registou um decréscimo desde o início do ano de 2020, porém em abril registou uma variação homóloga de -38% e posteriormente a esse mesmo mês, podemos observar um acréscimo até setembro, tendo cerca de -12%.



Relativamente à natureza dos serviços, e relacionando de uma forma simplificada com a miniempresa Nutcracker, os mesmos podem conter uma descomunal variedade,



sendo definidos como ações, atos ou desempenhos, sendo posteriormente possível apresentar o consumidor/utilizador.

Devido a uma variedade de características intrínseca, pois são considerados com uma certa amplitude, ou seja, como é o caso da intangibilidade, imaterialidade, percibibilidade e heterogeneidade, existindo uma certa dificuldade em conceitualizar os serviços.

No que diz respeito ao Setor Quaternário, de uma forma clara, o mesmo possui todas as atividades de produção do saber e da comunicação e repousa sobre a propriedade intelectual. Sendo possível analisar que é com este Setor, que as empresas, atualmente, apresentam cada vez mais um investimento maior ao longo dos tempos, pois será fundamental para o próprio crescimento facilitando certos temas, como por exemplo, o corte ao nível dos custos, pesquisas de mercado, ideias inovadoras, novos métodos de produção, desenvolvimento de produtos para novos mercados consumidores, entre outros.

Ainda com este Setor, conseguir-se-á impulsionar a transformação, e também será possível a construção de novos negócios, retendo com isso diversas capacidades necessárias, ajudando as organizações a crescer e prosperar ainda mais a era digital, pois cada vez mais é fundamental modernizar a tecnologia central e capitalizar novas tecnologias, otimizar e automatizar operações, impulsionar o crescimento digital, criar experiências digitais impressionantes e construir talentos e cultura digital.

Por último, com este Setor Económico é legítimo afirmar que o mesmo foca-se, fundamentalmente, nos Países Desenvolvidos, pois solicita de mão de obra bastante qualificada. No contexto internacional da economia digital a evolução do mercado mundial vem evidenciar a crescente relevância social e económica do Setor Quaternário e, desta forma revelar o aumento exponencial das transações de bens e serviços afins no mercado internacional.

Nesse sentido, a Atividade Económica adstrita ao Setor, designadamente no âmbito da prestação de serviços, não é diretamente transacionável nos mercados internacionais na medida em que, embora possam ser exportados, trata-se de serviços que se destinam sobretudo a consumos internos.





Atualmente, no mercado nacional existem diversas Tendências de Consumo, sendo as mesmas a Smart Shopping, a Saúde e Bem-Estar, a Confiança, a Conveniência e também a Experiência, podendo-se ver igualmente na imagem abaixo.





## Impacto da COVID-19 nos Setores

A atual crise da COVID-19 está a ter um impacto significativo nos principais indicadores sociais relacionados com a utilização de serviços Internet pelas pessoas. Na medida que a Europa sair progressivamente da pandemia, a recuperação tem de ser planeada a tomar em consideração a experiência retirada desta crise. O que significa que deve ser dada especial atenção à recuperação económica e de uma transformação digital mais fortes e resilientes, nomeadamente as redes de capacidade muito elevada e a tecnologia 5G, as competências digitais, as tecnologias digitais avançadas para as empresas e os serviços públicos digitais.

Portugal adotou um vasto conjunto de medidas específicas no domínio digital para fazer face à crise da COVID-19. Entre as iniciativas destinadas a minimizar o número de contágios e apoiar o sistema de saúde, conta-se o desenvolvimento de plataformas e aplicações para coordenar a disponibilidade de camas e recursos hospitalares a nível nacional ou para rastrear pessoas suspeitas de estarem doentes com COVID-19 e doentes em quarentena doméstica, bem como para comunicar com os mesmos. As infraestruturas de serviços digitais foram reforçadas para fazer face ao aumento da procura. A digitalização da administração pública foi igualmente acelerada foram criadas plataformas digitais para apoiar as PME que se mantiveram em atividade durante a crise e para coordenar a ocupação hoteleira a fim de apoiar os profissionais de saúde que combatem a COVID-19. No que diz respeito à educação, diversas iniciativas prestaram apoio ao ensino digital em casa e foram criados canais nacionais e regionais de telescola, com o objetivo principal de ajudar os estudantes sem acesso à Internet ou equipamento.

### **Desemprego no mundo**

Com base em diferentes cenários para o impacto da COVID-19 no crescimento global do PIB, as estimativas preliminares da OIT indicam um aumento no desemprego global entre 5,3 milhões de pessoas (cenário "baixo") e 24,7 milhões (cenário "alto") O cenário "médio" sugere um aumento de 13 milhões desempregadas(os).

Embora essas estimativas permaneçam altamente incertas, todos os números indicam um aumento substancial no desemprego global.



Como se pode ver no gráfico representado abaixo, após os anos de 2016 houve sempre um decréscimo de desempregados em Portugal. Com o acontecimento da pandemia em 2020, ocorreu uma subida drástica e o número de desempregados ultrapassou os números de 2018, chegando mesmo perto de 2017.

Indivíduo - Milhares

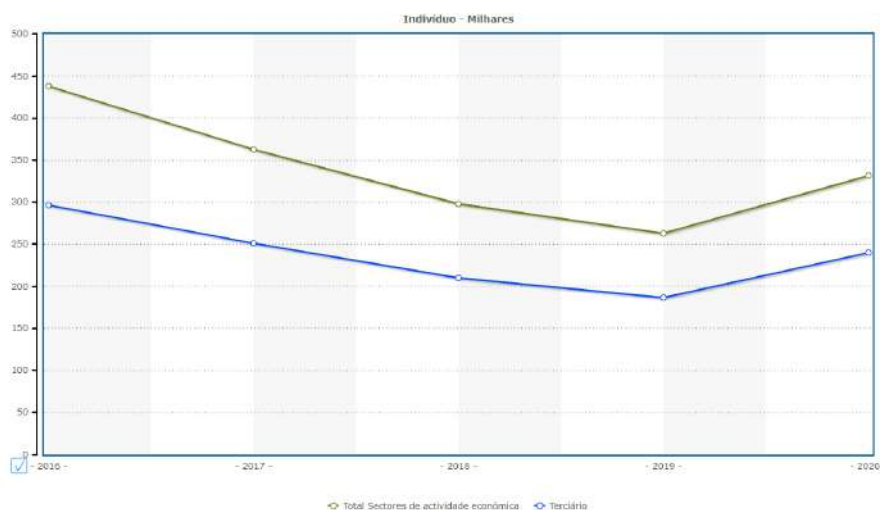
Anos	Sectores de actividade económica	
	Total	Terciário
2016	438,0	296,6
2017	362,9	251,2
2018	298,1	210,0
2019	262,9	186,6
2020	331,6	240,0

Desempregados inscritos nos centros de emprego e de formação profissional à procura de novo emprego (média anual): total e por grandes sectores de actividade económica – Continente

Fontes de Dados: IEFP/MTSSS-METD

Fonte: PORDATA

Última actualização: 2021-02-08



Fontes de Dados: IEFP/MTSSS-METD  
Fonte: PORDATA  
Última actualização: 2021-02-08



## Consequências para o rendimento do trabalho e os trabalhadores

A oferta de mão-de-obra está a diminuir como resultado das medidas de quarentena e da redução da atividade económica. De acordo com várias previsões (feitas até 10 de março), os trabalhadores infetados já perderam, no total, quase 30.000 meses de trabalho, com a conseqüente perda de renda - no caso de trabalhadores desprotegidos.

Os impactos no emprego implicam grandes perdas de renda para os trabalhadores. Prevê-se uma perda geral de renda do trabalho entre 860 e 3.440 bilhões de dólares. A perda de renda do trabalho se traduzirá em menor consumo de bens e serviços, o que é prejudicial para a continuidade dos negócios e para garantir que as economias sejam resilientes.

**Tabela 1: Queda estimada da renda do trabalho e aumento da pobreza extrema e moderada no trabalho (<US \$ 3,20 por dia, PPP), 2020**

Nível de renda	Baixa	Média	Alta
Renda do trabalho (bilhões de dólares))	-860	-1,720	-3,440
<b>Trabalhadoras(es) em situação de pobreza extrema ou moderada (milhões)</b>			
Mundo	8.8	20.1	35.0
Baixa renda	1.2	2.9	5.0
Baixa-média renda	3.7	8.5	14.8
Média-alta renda	3.6	8.3	14.5

Como pode ser visto nas previsões acima mencionadas sobre os efeitos do vírus sobre o desemprego e o desenvolvimento económico, poderia haver um adicional de 8,8 milhões de trabalhadores em situação de pobreza em todo o mundo, mais do que o inicialmente previsto (se registou uma redução de apenas 5,2 milhões de trabalhadores em situação de pobreza em 2020 em todo o mundo, comparado com uma redução de 14 milhões prevista antes do surto da COVID-19). Nos cenários estudados de incidência média ou alta, haverá, respetivamente, de 20,1 a 35 milhões de trabalhadores em situação de pobreza, valor acima das previsões feitas para 2020, antes do surto de COVID-19.



## Crise nos setores económicos

A crise do Covid-19 constitui um desafio para a economia europeia e põe em causa os meios de subsistência dos cidadãos. Durante esta crise sanitária, é fundamental proteger não só os setores vitais da nossa economia como também os nossos ativos, tecnologias e infraestruturas e, mais importante ainda, proteger o emprego e os trabalhadores.

**Financiamento da UE:** a UE continua a proporcionar liquidez imediata às empresas afetadas pela crise, através da Iniciativa de Investimento de Resposta à Crise do Coronavírus, em regime de gestão partilhada com os Estados-Membros. A Comissão disponibilizou ainda financiamentos até ao valor máximo de 8 mil milhões de euros para 100 mil PME afetadas pela crise, utilizando para o efeito o Fundo Europeu de Investimento.

## Teletrabalho

### Antes da pandemia (Europa):

30% - Dinamarca, Países baixos e Suécia

10% ou menos - República Checa, Grécia, Itália e na Polónia.

Dependendo dos estudos, nos Estados Unidos da América, até 20 por cento da população ativa trabalhava regularmente ou ocasionalmente a partir de casa ou de outra localização alternativa, 16 por cento no Japão e apenas 1,6 por cento na Argentina (Eurofound e OIT, 2017).

Como resultado das instruções de confinamento emitidas pelos governos, quase quatro em cada 10 trabalhadores na Europa entraram em teletrabalho.

### No decorrer da Pandemia:

60% - Finlândia

50% ou mais - Luxemburgo, nos Países Baixos, na Bélgica e na Dinamarca

40% - Irlanda, Áustria, Itália e Suécia



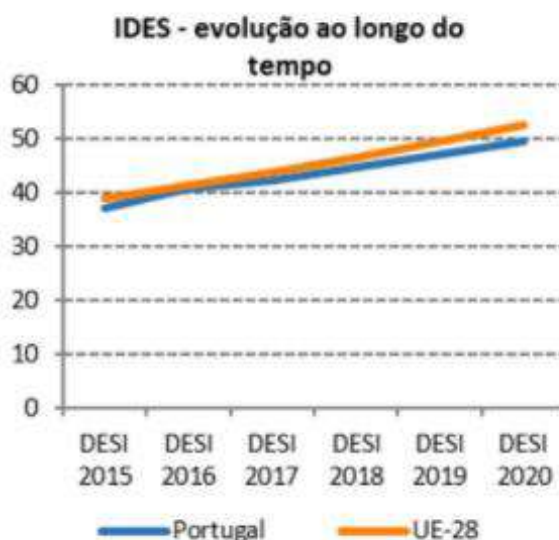
Nestes países, um menor número de trabalhadores viu o seu tempo de trabalho reduzido. Na Europa, em média, 24 por cento, que nunca tinham trabalhado em casa antes, começaram a fazê-lo, contra 56 por cento, que já tinham tido esta experiência e ocasionalmente já trabalhavam em casa.

Em Portugal o número de pessoas em teletrabalho começou a diminuir gradualmente, mas no segundo trimestre da pandemia, chegaram a estar 1.094 milhões de trabalhadores.

No que diz respeito, à digitalização, a mesma não é considerada um recente fenómeno, mas ao longo dos tempos vem desenvolvido diversas oportunidades, devido à sua constante mudança. E com o após pandemia, todas as empresas tiveram-se de adaptar-se e alterar diversas estratégias.



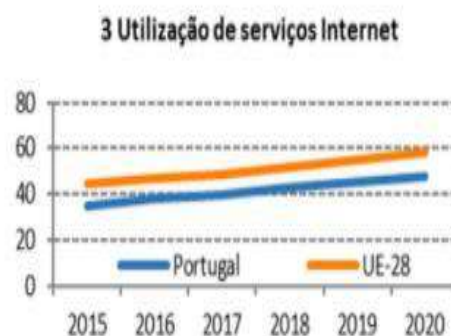
Como se pode observar no gráfico representado desde o ano de 2015 até 2020, Portugal como a União Europeia obtiveram um considerável aumento no Índice de Desenvolvimento da Economia e da Sociedade.





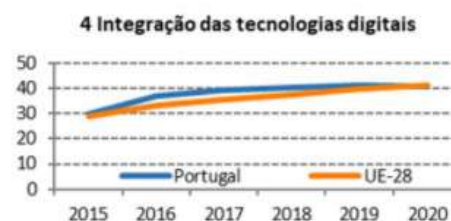
No ano passado, Portugal foi classificado como 19º lugar entre os 28º membros da União Europeia no IDES e com os inúmeros estudos feitos nos outros anos, podemos também concluir que a sua pontuação/percentagem da utilização dos serviços de internet, aumentou de um ano para o outro, devido possivelmente ao teletrabalho.

Sendo possível afirmar que comparando o ano de 2015, Portugal obteve 39% e em 2020



Sobre a integração das tecnologias digitais, principalmente, nas empresas do ano 2019 para o ano de 2020, pode-se ver um decréscimo, pois esse mesmo ano obtivemos cerca de 40.9%, pois possivelmente as respetivas empresas tiveram um período de adaptação.

4 Integração das tecnologias digitais	Portugal		UE
	classificação	pontuação	pontuação
IDES 2020	16	40,9	41,4
IDES 2019	11	41,4	39,8
IDES 2018	12	40,3	37,8



Atualmente, as empresas e inovação tecnológica estão ligados de forma indissociável, fazendo com que cresça a procura por serviços de transformação do negócio alavancados em tecnologia. Mas, no entanto, as mesmas no início de após pandemia foram obrigados a adaptar-se, pois seria com isso que possuiriam viabilidade e visibilidade na sua Start-up.

A Transformação Digital está ma ordem do dia e um tema incontornável para qualquer empresa que se pretenda manter competitiva nos próximos anos.





Assim, a Nutcracker irá aplicar ativamente estas medidas para promover a digitalização da miniempresa, pois precisamos deste mesmo ecossistema para estar e acompanhar sempre o mercado atual.

Os benefícios da Transformação Digital serão imensos para a nossa organização, pois sabemos que atualmente, as marcas estão mais próximas dos consumidores, podendo gerar expectativas e influenciar as suas escolhas. O paradigma da relação com o cliente alterou-se profundamente, o cliente tornou-se um consumidor digital. Conectado em todos os momentos.



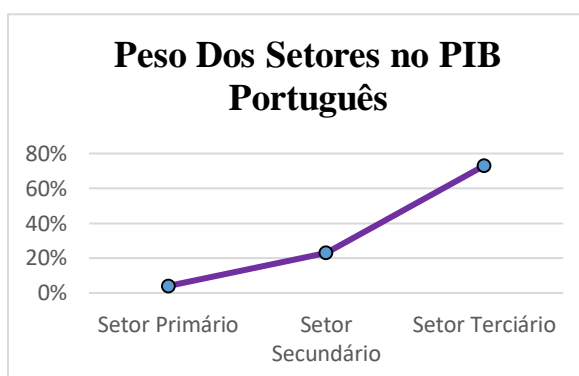


## Caracterização do Setor

O Setor Terciário progrediu ao longo dos tempos, devido às inúmeras praticas que este mesmo Setor Económico pratica, como por exemplo, o comércio, o turismo, os transportes e as atividades financeiras, entre outros. Porém mesmo sendo um Setor desenvolvido e, hoje em dia, cada vez mais devido ao uso acrescido de tecnologia, no ano 2020, a pandemia também o afetou.

Apesar desse contratempo, a nível dos três Setores Económicos, o Setor Terciário é considerado um dos maiores, isto a nível do peso no PIB Português.

Como se pode observar no gráfico representado ao lado, o Setor Terciário possui 73% do peso no PIB, logo em seguida como menos de metade obtemos o Setor Secundário com 23%.



Fonte de Dados: Portada

Ano:2019

De acordo com as projeções do Banco de Portugal entre 2020 e 2023 apresentadas no quadro abaixo, assumem que as restrições serão progressivamente eliminadas desde o ano de 2021, contudo esta mesma atividade ficará condicionada até meados do ano de 2022, sendo neste mesmo período que se obtém uma solução médica eficaz estará plenamente implementada.

No ano de 2020 irá ocorrer um decréscimo no PIB (Produto Interno Bruto), pois o mesmo terá cerca de 8.1%, no entanto em 2021 iremos obter um crescimento de 3.9% e 4.5% em 2022 e assim como no ano 2023, 2.4%. A atividade retoma o nível pré-pandemia no final de 2022. A recuperação da atividade traduz-se numa melhoria no mercado de trabalho, perspetivando-se um aumento do emprego e uma redução da taxa de desemprego a partir de meados do próximo ano.



Quadro I.1.1 • Projeções do Banco de Portugal: 2020-23 | Taxa de variação anual em percentagem (excepto onde indicado)

	Pesos 2019	BE dezembro 2020					BE outubro 2020		BE junho 2020		
		2019	2020 <sup>(a)</sup>	2021 <sup>(a)</sup>	2022 <sup>(a)</sup>	2023 <sup>(a)</sup>	2020 <sup>(a)</sup>	2020 <sup>(a)</sup>	2021 <sup>(a)</sup>	2022 <sup>(a)</sup>	2023 <sup>(a)</sup>
Produto Interno Bruto	100	2,2	-8,1	3,9	4,5	2,4	-8,1	-9,5	5,2	3,8	
Consumo privado	63,9	2,4	-6,8	3,9	3,3	1,9	-6,2	-8,9	7,7	3,0	
Consumo público	16,9	0,7	0,4	4,9	0,4	0,7	1,2	0,6	0,7	0,8	
Formação bruta de capital fixo	18,2	5,4	-2,8	4,4	5,2	2,0	-4,7	-11,1	5,0	4,5	
Procura interna	99,8	2,7	-5,6	3,9	3,1	1,8	-5,0	-8,2	6,0	2,9	
Exportações	43,5	3,5	-20,1	9,2	12,9	6,7	-19,5	-25,3	11,5	11,2	
Importações	43,3	4,7	-14,4	8,8	9,1	5,1	-12,4	-22,4	13,5	8,5	
Contributo para o crescimento do PIB líquido de importações (em pp) <sup>(a)</sup>											
Procura interna		1,5	-2,6	2,6	1,5	0,8	-2,6	-3,2	3,3	1,4	
Exportações de bens		0,2	-0,7	1,5	0,4	0,3	-0,9	-0,9	0,9	0,4	
Exportações de serviços		0,5	-4,8	-0,2	2,6	1,3	-4,6	-5,3	1,0	2,0	
Emprego (número de indivíduos) <sup>(b)</sup>	0,8	-2,3	0,0	1,3	0,9	0,9	-2,8	-4,5	2,0	1,5	
Emprego (horas trabalhadas) <sup>(b)</sup>	1,2	-10,8	7,3	2,9	0,9	0,9	-10,8	-7,6	5,4	1,5	
Taxa de desemprego <sup>(c)</sup>	6,5	7,2	8,8	8,1	7,4	7,5	10,1	8,9	7,6		
Balança corrente e de capital (% PIB)	0,9	-0,6	0,5	2,3	2,7	0,6	0,3	0,3	0,3	0,3	
Balança de bens e serviços (% PIB)	0,4	-1,6	-1,9	-0,5	0,1	-1,9	-0,5	-1,3	-0,5		
Índice harmonizado de preços no consumidor	0,3	-0,2	0,3	0,9	1,1	0,0	0,1	0,8	1,1		
Bens energéticos	-1,7	-5,3	-2,0	0,9	0,5	-4,9	-5,7	1,4	2,4		
Excluindo bens energéticos	0,5	0,3	0,6	0,9	1,1	0,4	0,7	0,8	1,0		

Fontes: Banco de Portugal e INE. | Notas: (p) – projetado, pp – pontos percentuais. Para cada agregado apresenta-se a projeção correspondente ao valor mais provável condicional ao conjunto de hipóteses consideradas. (a) Os agregados da procura em termos líquidos de importações são obtidos deduzindo uma estimativa das importações necessárias para satisfazer cada componente. O cálculo dos conteúdos importados foi feito com base em informação relativa ao ano de 2015. Para mais informações, ver a Caixa “Atualização dos conteúdos importados da procura global para a economia portuguesa” do Boletim Económico de março de 2019. (b) Conceito de Contas Nacionais. (c) Em percentagem da população ativa.

Em relação à População empregada em Portugal, e considerando todos os Setores de Atividade Económica, a mesma, entre os anos de 2016 e 2019, tem vindo a aumentar até 2019, pois no ano 2020 teve uma pequena diminuição, devido à pandemia mundial.

Relativamente à População Ativa por Setor, o Setor Terciário, desde 2016 até 2019, tem vindo a ter uma subida significativa podendo verificar-se no ano de 2016 o valor de 3158.6 e, em 2019, apenas 3430.60, porém em 2020 obtivemos um decréscimo, devido ao mesmo motivo.



Indivíduo - Milhares

Anos	Sectores de actividade económica	
	Total	Terciário
2016	4.605,2	3.158,6
2017	4.756,6	3.275,4
2018	4.866,7	3.363,3
2019	4.913,1	3.430,6
2020	4.814,1	3.362,8

População empregada: total e por grandes sectores de actividade económica

Fontes de Dados: INE - Inquérito ao Emprego

Fonte: PORDATA

Última actualização: 2021-02-11

De acordo com a Pordata, após a realização de um estudo, pode-se confirmar que continua a haver mais mulheres do que homens a trabalhar neste setor, tendo em 2020, 123.3 mil mulheres empregadas e 1439.5 mil homens.

Indivíduo - Milhares

Anos	Sectores de actividade económica	
	Total	Terciário
2016	2.243,8	1.796,5
2017	2.314,3	1.863,8
2018	2.380,8	1.921,5
2019	2.408,8	1.959,0
2020	2.374,0	1.923,3

População empregada do sexo feminino: total e por grandes sectores de actividade económica  
Fontes de Dados: INE - Inquérito ao Emprego  
Fonte: PORDATA  
Última actualização: 2021-02-11

Indivíduo - Milhares

Anos	Sectores de actividade económica	
	Total	Terciário
2016	2.361,4	1.362,1
2017	2.442,3	1.411,6
2018	2.485,8	1.441,9
2019	2.504,2	1.471,7
2020	2.440,2	1.439,5

População empregada do sexo masculino: total e por grandes sectores de actividade económica  
Fontes de Dados: INE - Inquérito ao Emprego  
Fonte: PORDATA  
Última actualização: 2021-02-11



Em relação ao Setor Quaternário, o peso da Economia Digital no Produto Interno Bruto Português permanece com uma percentagem menor em relação aos outros países, como por exemplo, a Espanha, a Alemanha, a França, a Itália e o Reino Unido, pois possuem como média de 7,9%.



A nível nacional, no PIB verificamos, a partir do gráfico representado no lado esquerdo que no ano de 2018 teve um certo aumento de 2,1%, todavia entre os anos 2019 e 2020 houve uma constante a nível da percentagem, pois nestes mesmos anos obtivemos 1,7%. Por último, neste ano, 2021, tivemos um acréscimo de 1,6% no PIB da Economia Digital.

Pesos	BE março 2019				BE dezembro 2018				
	2018	2019 (p)	2020 (p)	2021 (p)	2018 (p)	2019 (p)	2020 (p)	2021 (p)	
Produto interno bruto	100,0	2,1	1,7	1,7	1,6	2,1	1,8	1,7	1,6

Projeções do Banco de Portugal 2019/2021  
 Fontes: Banco de Portugal e INE

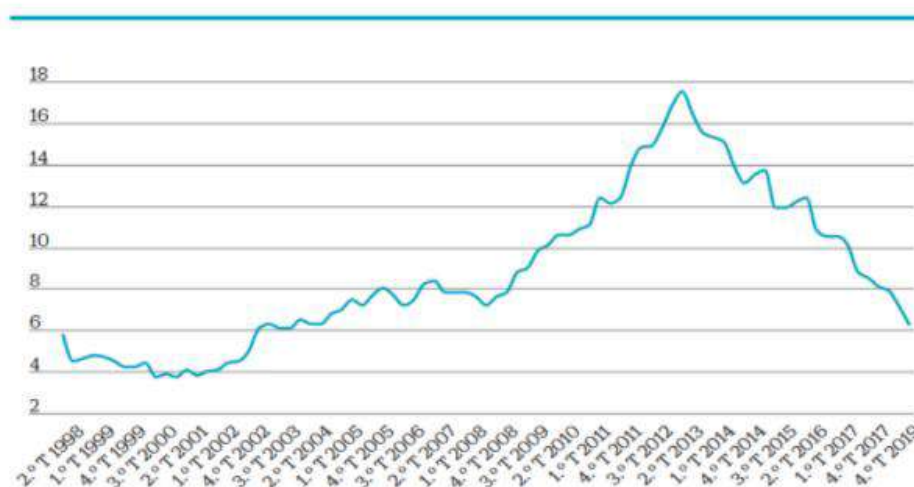
Ainda neste Setor, é possível observar o decréscimo da utilização dos Recursos Humanos, pelo simples facto de a Robótica e a Automação, se encontram cada vez mais próximos no nosso dia-a-dia, contudo nunca deixará de existir Recursos Humanos, pelo simples facto de o mundo estar a evoluir, fazendo também com que haja cada vez mais profissões novas.

Apesar de estas tecnologias virem substituir muita da População Ativa, o desemprego em Portugal continua a ter um decréscimo ao longo dos anos, como se pode ver no gráfico representado abaixo.



## Taxa de desemprego de Portugal

(trimestral, em % da população ativa)



Fonte: INE (até início de 2018) e OCDE (4º trimestre de 2018 e de 2019)

Em relação à dimensão do capital humano, Portugal mesmo se encontrando em 21º lugar, continua a estar abaixo da média europeia.

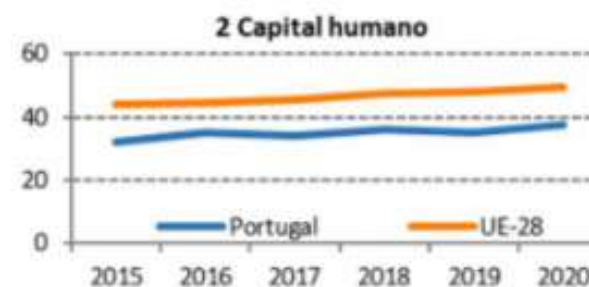
Em 2019, a percentagem da população portuguesa que não detém, pelo menos, as competências digitais básicas reduziu de 50 % para 48 %. Porém, cerca de 26 % não tinha qualquer competência digital.

A percentagem de especialistas em TIC representa uma percentagem inferior da população ativa comparativamente com a média da EU, pois em Portugal possuímos 2.4%, enquanto a média da União Europeia é 3.9%.

Dessa forma, Portugal continua a ter uma das percentagens mais baixas de especialistas em TIC no emprego feminino total, representando metade da média da UE. A percentagem de licenciados em TIC no conjunto total de licenciados melhorou, mas continua a ser muito baixa de acordo com os padrões da UE (1,9 % comparativamente com 3,6 % na UE).



2 Capital humano	Portugal		UE
	classificação	pontuação	pontuação
<b>IDES 2020</b>	<b>21</b>	<b>37,8</b>	<b>49,3</b>
IDES 2019	23	35,2	47,9
IDES 2018	23	36,2	47,6



	Portugal			UE
	IDES 2018	IDES 2019	IDES 2020	IDES 2020
	valor	valor	valor	valor
<b>2a1 Nível elementar mínimo de competências digitais</b> % de pessoas	<b>50 %</b> 2017	<b>50 %</b> 2017	<b>52 %</b> 2019	<b>58 %</b> 2019
<b>2a2 Competências digitais mais avançadas</b> % de pessoas	<b>31 %</b> 2017	<b>31 %</b> 2017	<b>32 %</b> 2019	<b>33 %</b> 2019
<b>2a3 Nível elementar mínimo de competências em matéria de <i>software</i></b> % de pessoas	<b>55 %</b> 2017	<b>55 %</b> 2017	<b>55 %</b> 2019	<b>61 %</b> 2019
<b>2b1 Especialistas em TIC</b> % do total de empregados	<b>2,4 %</b> 2016	<b>2,2 %</b> 2017	<b>2,4 %</b> 2018	<b>3,9 %</b> 2018
<b>2b2 Mulheres especialistas em TIC</b> % do emprego feminino	<b>0,8 %</b> 2016	<b>0,7 %</b> 2017	<b>0,7 %</b> 2018	<b>1,4 %</b> 2018
<b>2b3 Licenciados em TIC</b> % de licenciados	<b>1,2 %</b> 2015	<b>1,2 %</b> 2016	<b>1,9 %</b> 2017	<b>3,6 %</b> 2017





## Empresa Nutcracker

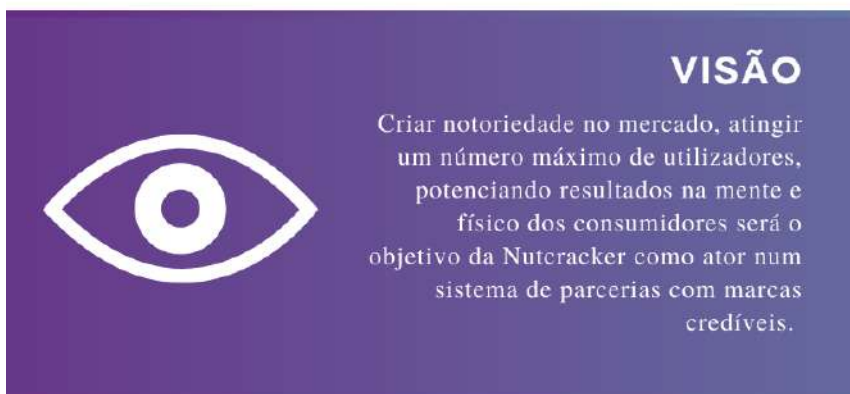
### Missão, Visão e Valores



#### MISSÃO

A Nutcracker procura elevar o bem-estar das pessoas física e mentalmente, fazendo emergir novos horizontes pela prática de exercício físico.

“Step by Step”, os clientes alcançam os seus objetivos, com as nossas ações e produtos incentivadores.



#### VISÃO

Criar notoriedade no mercado, atingir um número máximo de utilizadores, potenciando resultados na mente e físico dos consumidores será o objetivo da Nutcracker como ator num sistema de parcerias com marcas credíveis.

#### VALORES

Confiança, Proximidade,  
Solidariedade, Compromisso,  
Qualidade, Incentivo





Como é ilustrado na imagem acima, a Nutcracker estima diversos valores, pois tem como principal fundamento, transmitir a confiança, a proximidade e a solidariedade, não só aos nossos clientes como também aos nossos colaboradores, pois, enquanto empresa, acreditamos que, em primeiro lugar, é necessário os colaboradores acreditarem no negócio, para depois os clientes acreditarem no mesmo, sendo possível, posteriormente, impactar a vida das pessoas.

Enquanto empresa, prometemos aos nossos clientes o compromisso, a qualidade e o incentivo com a nossa aplicação SYM.





## Entidade Visual da Empresa



Para a identidade visual da empresa<sup>1</sup>, a Nutcracker focou-se, principalmente, em duas grandes características, como as quais:

- Forma
- Cor

A forma do logotipo é a junção da nuvem e da noz. A nuvem simboliza a transformação que o ser humano deve sofrer para alcançar a sua melhor versão e o equilíbrio entre o bem-estar físico e emocional. E a noz representa a sua casca como sendo

---

<sup>1</sup> Anexo A- Portugal- Novo Código Da Propriedade Industrial



o nosso crânio e a noz, o cérebro, sucedendo também pelo próprio nome da empresa “Nutcracker”.

As cores do logotipo foram selecionadas de forma a que houvesse uma interligação entre todas elas.

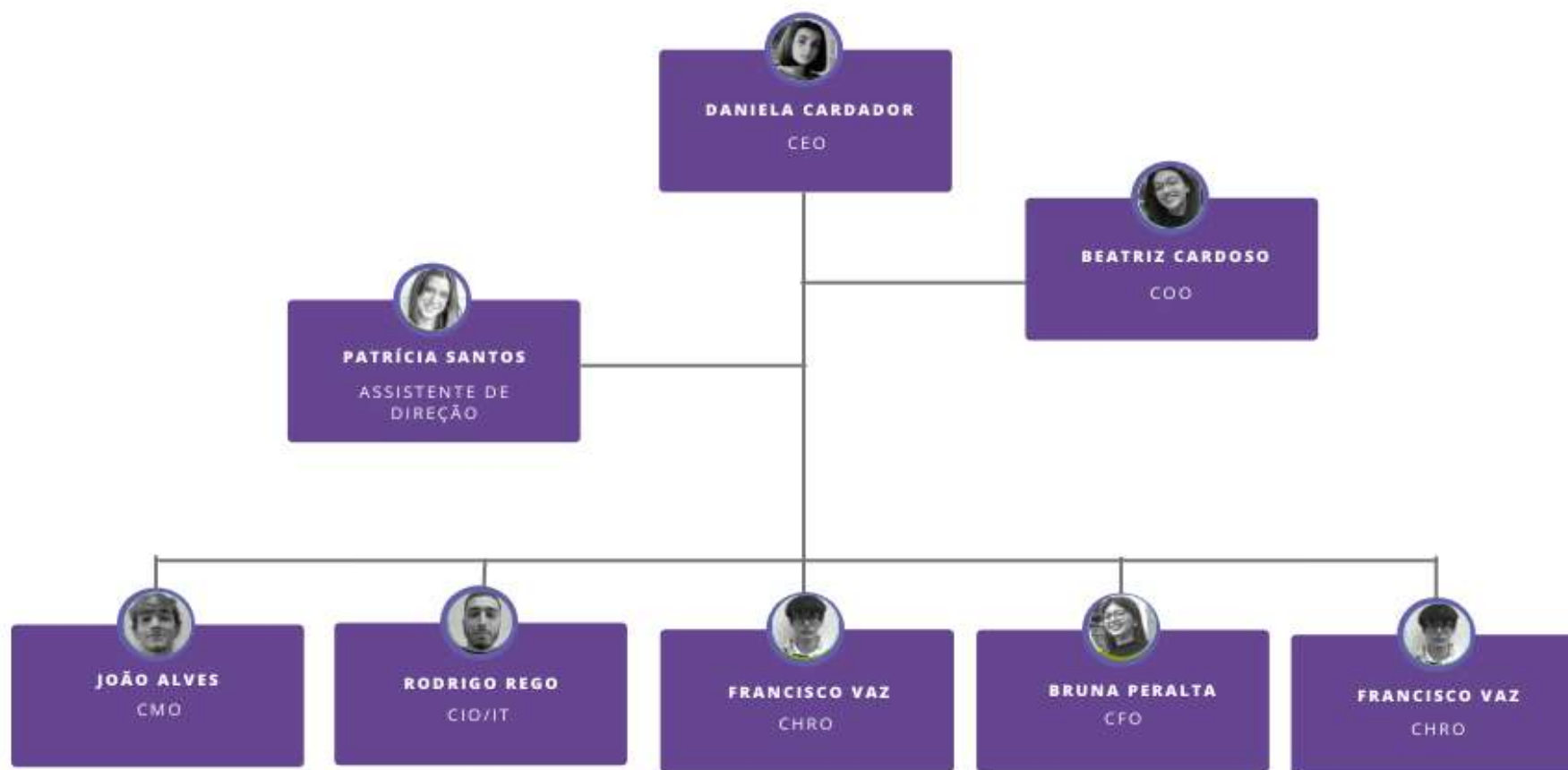
- A cor Roxa, simboliza **sabedoria, longevidade e crescimento espiritual;**
- A cor de Rosa significa o **romantismo, a ternura e a ingenuidade.**

Existe uma harmonia quando interligamos as duas cores, que reflete o nosso principal objetivo, o equilíbrio entre o corpo e a mente.



## Estrutura Organizacional Organograma da Empresa Nutcracker

Na figura representada abaixo, é possível observar a Estrutura Organizacional da miniempresa Nutcracker, tendo a identificação da pessoa que exerce o cargo correspondido. Esta mesma estrutura é designada por ser do tipo Linear.





## Funções dos Cargos

Numa empresa, e a Nutcraker não será exceção, cada cargo possui determinadas funções, nas quais tem de realizar.

### CEO

- Decidir sobre os planos estratégicos de um negócio
- Definir a visão futura de uma empresa
- Compões a direção de uma empresa pelo seu conhecimento do mercado em que a empresa está inserida

### COO

- Implementa o plano estratégico da empresa;
- Lidera equipas de diversas áreas dentro da companhia;
- Ajuda e aconselha o CEO em suas atividades e obrigações;
- Cuida do controle de qualidade dos produtos e serviços;
- Trabalhar para o atingimento de metas de resultados operacionais;

### Assistente de Direção

- Organiza e controla compromissos diários da Diretoria;
- Faz a elaboração de relatórios, reservas de passagens e hotéis para viagem, controle de compromissos particulares e organização de arquivos;
- Implementa as providências para cumprimento dos compromissos da Diretoria Executiva;
- Responde pela qualidade do fluxo de informações e do arquivamento de documentos, otimizando o tempo no desempenho da gestão da empresa;



### CHRO

- Valorização dos colaboradores da organização com o objetivo de constituir e manter equipas de trabalho competentes, motivadas e atualizadas, através da promoção da formação e da estabilidade no emprego;
- Funções específicas ao nível da política de recursos humanos, recrutamento, seleção, admissão de funcionários, gestão administrativa do pessoal, formação e documentação;
- Detetar as necessidades de formação, e aprovar o Plano Anual de Formação e posteriormente analisar os resultados obtidos;

### CIO/IT

- Responsável por dirigir um instrumento de diagnóstico, planeamento e gestão dos recursos e processos de tecnologia da informação que visa atender às necessidades de informação de um órgão ou entidade para um determinado período;
- Coordena a implementação desse plano, observando cronogramas, prioridades e orçamentos aprovados;
- Está sob as responsabilidades de dotar a empresa de sistemas e recursos existentes no mercado, através do contínuo acompanhamento de novos lançamentos e do aprimoramento dos hardwares e softwares já existentes;
- Planear, coordenar, gerir e supervisionar os projetos de desenvolvimento e manutenção de sistemas, comunicação de voz e dados, rede elétrica estabilizada, rede local com e sem fio, infraestrutura computacional, serviços de atendimento de informática e atividades de tecnologia da informação;
- Promover ações visando garantir a disponibilidade, a qualidade e a confiabilidade dos processos, produtos e serviços de tecnologia;
- Acompanhar e avaliar a elaboração e execução dos planos, programas, projetos e as contratações estratégicas de tecnologia da informação e comunicação;
- Estabelecer e coordenar a execução da política de segurança de tecnologia da informação;



### CSO

- Avaliar e planejar estratégias de vendas e atuação;
- Dividir com os demais setores envolvidos as estratégias elaboradas para o desenvolvimento dos negócios da empresa, olhando esta com um todo e não apenas um setor;
- Analisar, caso já exista, os processos e estratégias existentes com o intuito de aprimorá-los ou ajustá-los a realidade do mercado e da empresa visando determinar assim um padrão de atuação;
- Estruturar, organizar e distribuir sua equipe de vendas;
- Assegurar o cumprimento dos objetivos e metas de vendas estabelecidas;
- Avaliar as melhores práticas do mercado e implantá-las;
- Avaliar o mix de produtos, níveis de estoque e margens de lucro;
- Promover constante treinamento e orientação técnica e de produtos com a sua equipe;
- Avaliar e gerenciar as despesas do departamento visando cumprir orçamento determinado evitando desperdícios e gastos desnecessários;
- Estabelecer rotinas de reuniões com sua equipe promovendo o trabalho em grupo;
- Apoiar ideias de cada unidade de negócios, visando aumento de negócios;

### CMO

- Possuir um cérebro analítico e ao mesmo tempo criativo;
- Integrar-se no resto dos departamentos;
- Agilidade para adaptar-se rapidamente às mudanças;
- Capacidade de lidar com estatística;
- Sentir-se identificado com o cliente;
- Ter uma visão clara e caráter de líder;
- Trabalhar em equipa;
- Paixão por aprender;



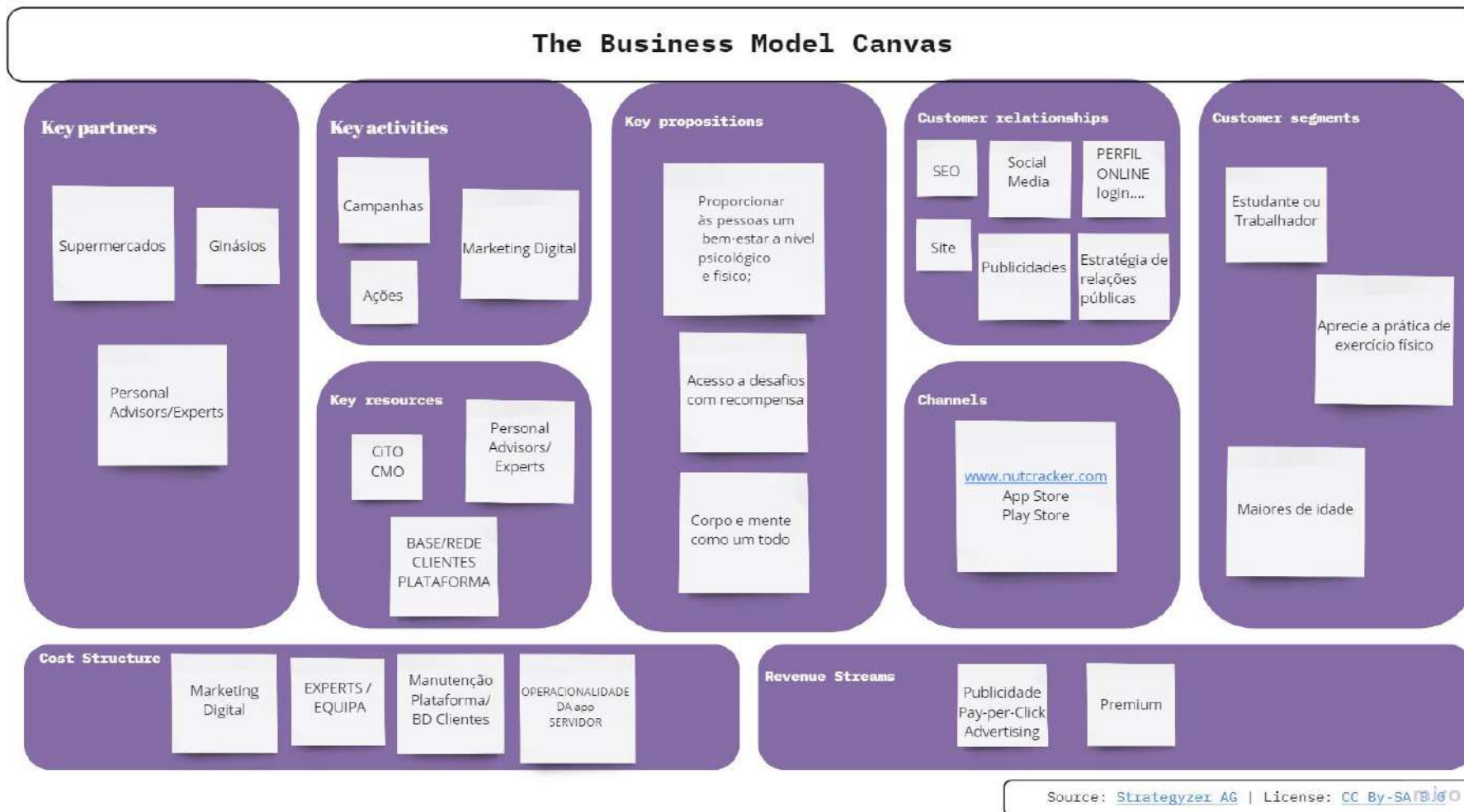
### CFO

- Citar a gestão e o acompanhamento do fluxo de caixa e o planeamento financeiro;
- Acompanhar os pontos fortes e fracos da empresa quanto à sua gestão de clientes;
- Reporta diretamente ao presidente executivo (CEO) de uma empresa, pois o seu trabalho gera um impacto significativo nos resultados de uma empresa;
- Responsável pelas decisões de investimento tomadas pela empresa;
- Realiza cálculos para entender qual a melhor estrutura de capital para a organização;
- Responsável pela condição financeira da empresa, pois ele deve decidir como investir o dinheiro da organização, sempre levando em consideração a rentabilidade esperada, o risco e a liquidez de um investimento;
- A gestão das receitas e dos custos envolve diretamente o trabalho desse executivo;
- O objetivo é maximizar o volume de faturação com os menores custos e despesas possíveis;
- É um profissional que tem raciocínio lógico e o papel de um CFO é auxiliar o CEO na previsão dos fluxos de caixas futuros de um possível investimento e emitir um aconselhamento profissional sobre análise do custo-benefício de se obter um financiamento por um determinado canal;
- Dentro do mercado financeiro, a posição de um CFO geralmente é a terceira mais importante entre os executivos de uma empresa, pois as suas decisões podem impactar tanto positivamente quanto negativamente um negócio;
- O CFO é um parceiro estratégico muito importante para o CEO, pois desempenha um papel vital na influência da estratégia adotada pela empresa;



## Marketing

### Business Model Canvas







## Caracterização do Mercado

A empresa NutCracker encontra-se inserida na indústria do bem-estar, sendo a mesma caracterizada por definir-se pela existência de uma melhor qualidade de vida do respetivo indivíduo. Da mesma forma, esta indústria engloba, por um lado, as condições materiais da vida, como o bem-estar económico, a vulnerabilidade económica e o emprego, mas, no entanto, inclui a qualidade de vida, tendo como exemplo, a saúde, o balanço vida-trabalho, a educação, o conhecimento e as competências e, por último, as relações sociais e bem-estar subjetivo.

Relativamente à tabela apresentada abaixo, podemos observar que houve um aumento no índice de condições materiais de vida entre os anos de 2012 e 2019, devido ao acréscimo dos indicadores da vulnerabilidade económica, do emprego e do bem-estar económico, por motivo em que a procura e a oferta se encontram de igual forma, fazendo que não haja alteração nos comportamentos. Acerca do índice de qualidade de vida, conseguimos analisar que mediante dos indicadores de educação, conhecimentos e competências sucedeu-se um aumento entre os mesmos anos, como foi referido anteriormente, mas em contrapartida existiu um decréscimo na saúde.

Ocorreu essa mesma diminuição no balanço vida-trabalho em consequência de os funcionários se depararem mais suscetíveis a problemas de saúde mental, tendo a possibilidade de enfrentar dificuldades no trabalho.

Apesar de não existir dados do ano 2020 em relação ao índice de bem-estar, a probabilidade será, posteriormente, analisar um drástico decréscimo, pois desde o início da pandemia, as pessoas encontravam-se mais sozinhas, tristes e, principalmente, desmotivadas.



### Índice de Bem-Estar

Qual a evolução das condições materiais, como o trabalho ou o bem-estar económico, e da qualidade de vida, como a saúde ou o balanço vida-trabalho?

Índice

Anos	Índice global de bem-estar	Índice condições materiais de vida				Índice qualidade de vida				
		Total	Bem-estar económico	Vulnerabilidade económica	Emprego	Total	Saúde	Balanço vida-trabalho	Educação, conhecimento e competências	Relações sociais e bem-estar subjetivo
2012	32,8	24,8	15,8	35,0	27,7	36,9	48,9	43,5	28,8	31,1
2013	33,8	23,2	17,3	28,8	25,0	39,7	50,4	41,8	31,4	29,1
2014	35,9	26,8	20,0	31,3	30,8	40,7	42,3	40,7	35,1	27,2
2015	40,1	31,5	22,6	40,4	34,0	44,5	44,0	40,7	39,4	36,6
2016	43,9	35,0	24,0	46,3	38,4	48,4	47,2	39,8	41,9	46,0
2017	46,4	41,0	27,7	53,3	46,7	48,9	48,9	39,7	43,3	47,8
2018	48,3	45,8	30,5	59,3	53,2	49,4	47,8	40,4	45,3	49,7
2019	Pre 50,0	Pre 48,5	Pre 32,4	Pre 63,6	Pre 55,4	Pre 50,7	Pre 50,4	Pre 40,5	Pre 47,0	Pre 50,1

#### Índice de Bem-Estar

Fontes de Dados: INE - Bem-estar

Fonte: PORDATA

Última actualização: 2020-11-10

Valores revistos pela entidade responsável (10-11-2020)



A oferta do setor de “turismo de saúde e bem-estar” tem vindo a assistir a um significativo desenvolvimento e diversificação nas últimas décadas em Portugal, conseguindo atingir diversas categorias de públicos que importa estudar.

A tentativa de definir o conceito de turismo de saúde e bem-estar (health and wellness tourism) revela-se uma tarefa complexa enquanto existem diversas interpretações dos conceitos associados a esta temática. A Organização Mundial de Saúde define a saúde como um estado completo de bem-estar físico, mental e social, não apenas pela ausência de doença ou enfermidade. A dimensão deste estado pode ser atingida através de diversos hábitos de vida saudável, entre os quais se destacam o exercício físico, a dieta, a autoestima, os contactos sociais, bem como o lazer e o ócio. E é neste ponto que se pode articular o conceito da saúde com o do turismo. A preocupação deixou de ser apenas a saúde física, passando também a haver uma preocupação com o bem-estar, aspeto físico e aparência, de resto, esta preocupação com a imagem pessoal é hoje um importante fenómeno em desenvolvimento.

**Quadro 1 - Evolução da variação média anual segundo o domínio, nos períodos 2004-2008, 2008-2014 e 2014-2019**

Domínios	2004-08	2008-14	2014-19
Bem-estar económico, Saúde, Educação, Segurança, Ambiente	+	+	+
Relações sociais e bem-estar subjetivo, Participação cívica	-	+	+
Vulnerabilidade económica, Emprego	-	-	+
Balanço vida-trabalho	+	+	0

Legenda: taxa de variação média anual positiva (+), negativa (-) ou nula (<|0,4|) (0)

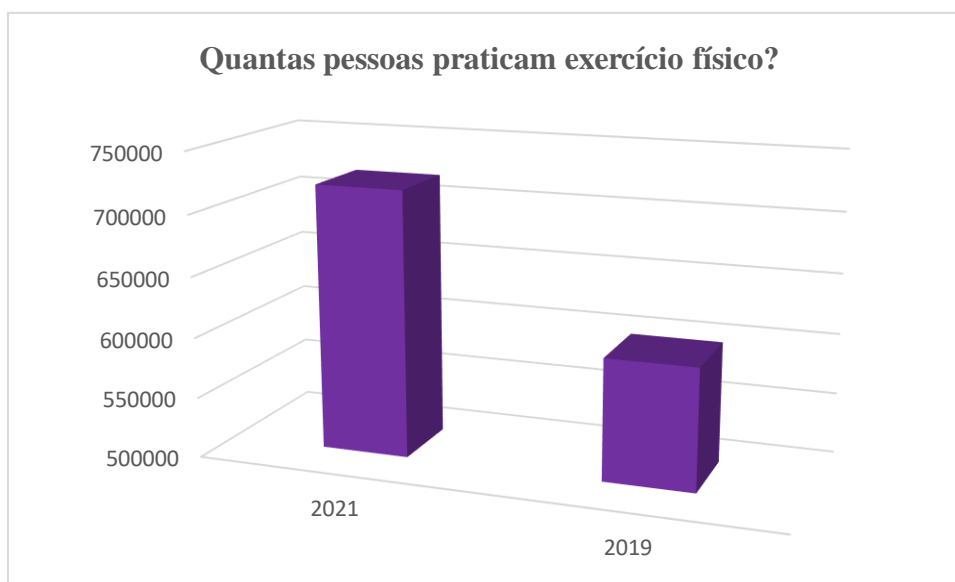
O desporto incentiva e melhora a aptidão física e a redução da obesidade, que se tornou num dos maiores desafios de saúde pública do século XXI.

O panorama português na promoção e desenvolvimento do hábito desportivo inicia-se desde logo nas escolas. A importância de transmitir os valores e os benefícios do desporto às camadas mais jovens é real e, por conseguinte, positivo.



A prática de desporto traz inúmeros benefícios para todas as faixas etárias. E não só a nível físico. Relativamente aos benefícios do desporto no espectro mental, a memória e os pensamentos tornam-se mais nítidos, maior autoestima, previne e ajuda a combater a depressão e obesidade, evita ou alivia os sintomas de stress, enaltece o espírito de resiliência e melhora as condições do sono.

Existe cada vez mais pessoas a praticar exercício físico, como se pode ver no gráfico representado abaixo, pois no ano de 2019 obtivemos cerca de 600000 mil pessoas e em 2021 ocorreu uma subida, tendo cerca de 719600 mil pessoas a praticarem exercício físico, tendo como principal justificação, o impacto da pandemia neste Setor.



**Fonte: INE**

**Ano 2019/2021**

Concluído, o turismo de saúde e bem-estar abrange diversas dimensões dos indivíduos, pois existe um equilíbrio de corpo, mente e físico. Com isto, a oferta ligada ao turismo de saúde e bem-estar tem vindo, nos últimos anos, a atravessar um desenvolvimento, evoluindo do conceito que era, neste caso, o terapêutico e curativo, ficando também, atualmente, o bem-estar. Do mesmo modo, também se têm diversificado em grande escala os segmentos de procura, devido ao foco não ser apenas a saúde física, tendo também uma preocupação com o bem-estar emocional.



## Estudo de Mercado

### Público-alvo

A Persona que representa o target ideal da Step Your Mind pode apresentar as seguintes características:



- ser homem ou mulher
- ser estudante ou trabalhador
- apreciar a prática de exercício físico, mas que a sua desmotivação para realizar o mesmo, seja notória
  - . goste de tecnologia
  - . Maiores de 18 anos

Esta desmotivação generalizada, desenvolve uma falta de bem-estar e, consequentemente, um desequilíbrio entre o corpo e a mente.

A app é a solução que vai permitir que a persona fortaleça o seu bem-estar, ganhando gosto pelo desporto e, usufruindo simultaneamente, da tecnologia através da sua prática. As únicas condições para a concretização da adesão à app são, somente, ser financeiramente independente e residir em Portugal.



## Tendências de Consumo

Nestes últimos anos, existiu uma grande mudança no comportamento dos consumidores. E de acordo com a LLYC (LLORENTE & CUENCA Portugal), e também relacionado com o impacto da pandemia, os cidadãos, de forma genérica, converteram-se em pessoas, por um lado, muito mais emocionais, mas também exigentes, considerando principalmente os diversos atributos e valores existentes, como por exemplo, a saúde, a segurança, a proximidade, a disponibilidade e o preço.

Isso fará com que as empresas entendem que não basta entender o que o cliente deseja, devem compreender principalmente como é possível lhes dar pelo menor custo, com a maior agilidade e maximizando a experiência do utilizador. Esta é a única forma de as empresas poderem sobreviver e competir no mercado atual e para isso devem fazer propostas de Value-for-Money e oferecer opções acessíveis sem redução de qualidade.

Referenciemos o Smart Shopping, que induz a um comportamento de compra inteligente, ponderado e menos impulsivo, introduzindo profissionalismo à compra e colocando maior importância no preço. O minimalismo e a simplicidade entre os produtos ou/e os serviços são cada vez mais considerados, apostando-se numa ponderação entre o necessário e o desejável.

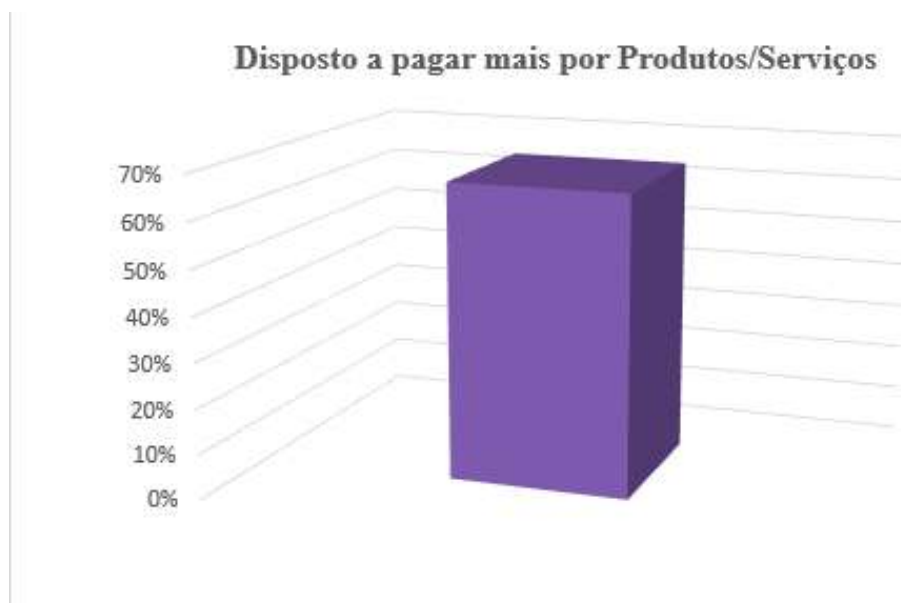
A jornada de compra de um consumidor é cada vez mais influenciada por fatores digitais, particularmente na altura de pesquisar e de comparar alternativas.

Acerca da confiança, o cliente é gradualmente mais consciente no impacto social e ambiental que as suas ações e/ou escolhas conseguirão fazer à sua vida. As empresas que conseguirem endereçar esta mesma preocupação, sairão mais valorizadas na avaliação do cliente.

Isto resultará, que os clientes sintam uma confortabilidade perante as empresas, mas, ao mesmo tempo, expondo cada vez mais requisitos no acesso à informação relativa ao procedimento dado aos produtos ao longo da cadeia de valor, aos valores e padrões éticos das empresas e ao impacto que estas têm nas sociedades e no planeta

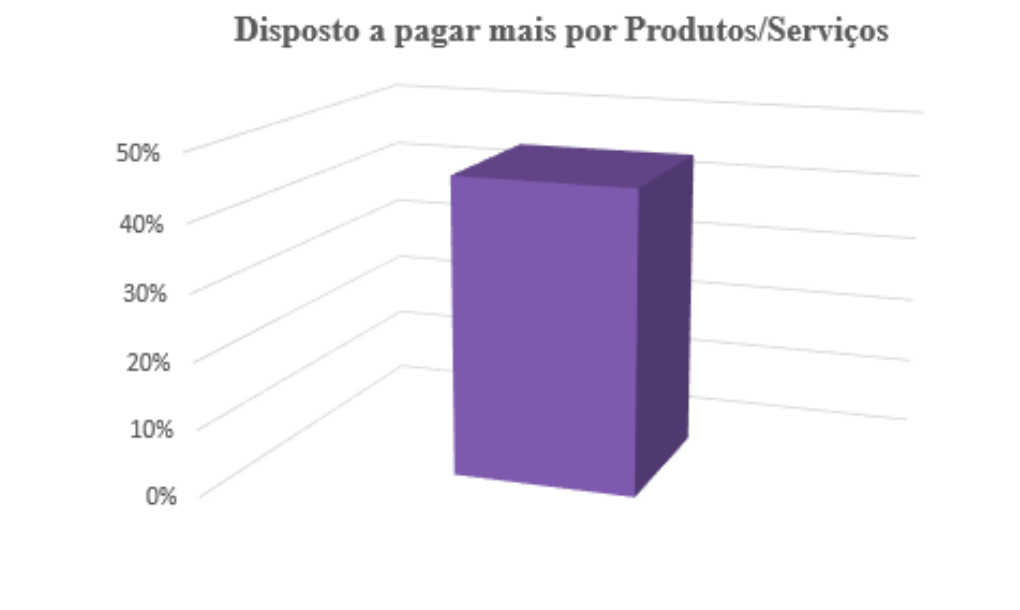


Num estudo realizado, a nível global, 66% dos consumidores afirmam estarem dispostos a pagar mais por produtos e serviços de empresas comprometidas em impactar positivamente a sociedade e o ambiente.



Fonte: Deloitte

A nível nacional, 45% dos portugueses afirma estar disposto a pagar mais por produtos e serviços prestados por empresas comprometidas em ter um impacto social e ambiental positivo.



Fonte: Deloitte



Quanto à **conveniência** ser uma das tendências, o novo consumidor elege diminuir o tempo consumido na concretização da compra e também do consumo, pois pretende usufruir do tempo livre nos seus próprios termos, pelo que está disposto a pagar para evitar consumos de tempo desnecessários.

Esta mesma tendência obtêm uma relevância cada vez maior à medida que a população envelhece e que as gerações nativas digitais ascendem aos mercados de consumo.

A **experiência** ligada à aquisição de um Produto ou Serviço faz com que o consumidor estime as experiências de compra e de consumo relevantes, customizadas e entusiasmantes.

Com estas experiências, faz com que seja possível haver algum prazer proporcionado pelo Produto/Serviço em si, aumentando posteriormente o valor global percebido pelo consumidor, esperando igualmente uma comunicação genuína, valorizando a criatividade e inovação nas interações.

A **criatividade**, atualmente, necessita que a sociedade crie novas formas de estar, havendo assim um modo de vida mais criativo, mudando o status quo.

Com isso faz com que haja, tendências da transformação digital. Sendo as mesmas as pesquisas por imagens e voz, um crescimento do número de chatbots, a consideração da IoT, a captação de dados de uma forma mais facilitada, a utilização da nuvem para uma maior segurança, a nova tecnologia, o 5G e, por último, a experiência do consumidor.







Por último, no que diz respeito ao bem-estar, e sendo esta a tendência principal para a empresa Nutcracker, os consumidores estão gradualmente a ser mais conscientes na hora de perceber a importância de hábitos de uma vida saudável e da adoção de medidas que lhes possibilitem uma melhor qualidade de vida, e, conseqüentemente, estarão dispostos a dar um valor superior por serviços, que considerem que terão mais benefícios.

Assim, os clientes da Nutcracker, ao subscreverem o nosso serviço – SYM, estarão a comprar hábitos de vida mais saudável.

Aliás, a nossa app SYM, valoriza os três fatores inerentes ao bem-estar, tendo como principal fundamento o crescimento para o futuro. São eles:

- Segmentação crescente de necessidades, por condição médica ou por preferência, em evitar tipologias de alimentos com conotação menos benéfica resultando num número crescente de dietas com restrições;
- Procura por alimentos biológicos como fonte de benefícios para a saúde e bem-estar;
- Procura por alimentos com características específicas, que reforçam propriedades benéficas para a saúde.

A nível Europeu, a procura por produtos biológicos tem aumentado a cada ano que passa, representado entre 2005 e 2014, 110%. Em Portugal, 60% das pessoas possuem uma certa preocupação com a saúde e bem-estar.

Na Nutcracker sabemos que os consumidores estão a tornar-se cada vez mais diversificados e é por isso que vamos oferecer soluções que, de forma contínua, respondam aos seus gostos e necessidades. Com a SYM pretendemos estar mais próximos dos consumidores e apesar de estarmos a viver num mundo cada vez mais digital, onde as mudanças estão a acontecer a um ritmo cada vez mais acelerado, o nosso serviço vai ter opções cada vez mais personalizadas para os consumidores, permitindo que os utilizadores estejam cada vez mais conectados e ligados emocionalmente, entre si e com a nossa marca. Toda a ação que contemplamos na Nutcracker procura a participação dos nossos clientes. Temos o Chat, a Partilha de Vídeos onde os utilizadores da app SYM



podem partilhar vídeos diários das experiências que vão tendo na sua atividade física e, ainda, o espaço de Reflexões Pós- treino, onde cada utilizador pode interagir com outros recolhendo feedbacks. Esta é uma forma de inspirar e construir lealdade entre os nossos consumidores e a nossa marca e, atingirmos STEP-by-STEP novos horizontes e chegarmos, em conjunto, ao equilíbrio **Mente – Corpo – Emoção**, dizendo **SYM** à vida!



## Análise da Concorrência

A empresa Nutcracker detém alguns concorrentes, como por exemplo, a Multicare Vitality, adidas Training by Runtastic; Yoga | Down Dog ; Contador de Calorias da GetFit.

Possuímos somente um concorrente direto, ou seja, a Multicare Vitality. Esta mesma aplicação se baseia num programa de saúde e bem-estar que o recompensa por ter um estilo de vida saudável, porém detém um contratempo, é necessário que o utilizador tenha obrigatoriamente um seguro de saúde Multicare ou um seguro Vida Fidelidade para aceder a *app*.



Os nossos concorrentes indiretos, são, em primeiro lugar, a Adidas Training. A mesma é apenas um concorrente indireto, pois só se destaca essencialmente na parte física. Nesta aplicação, os utilizadores poderão criar seu próprio treino que se encaixe na agenda da própria pessoa, a participação em diversos desafios, entre outros.

A Yoga | Down Dog, é também um concorrente indireto, pois esta aplicação destaca-se, essencialmente, na Yoga e meditação. E sendo por esse principal motivo, que é corrente indireto, uma vez que a SYM, terá como um dos conteúdos: a meditação e a Yoga.





O Contador de Calorias da GetFit. Evidencia-se pelo simples facto de ser uma aplicação que têm muitas experiências de alimentação saudável melhor do que nunca para o respetivo utilizador.

Mais uma vez, esta aplicação é um concorrente indireto, pois a aplicação Step Your Mind terá, como um dos conteúdos, receitas saudáveis



## Tipos de Posicionamento

### Posicionamento da Empresa Nutcracker

A Nutcracker é uma miniempresa que se diferencia em diversos pontos. A miniempresa tem como principal preocupação o bem-estar, porque analisámos que perante a pandemia que estamos a viver atualmente, as pessoas ficam mais fragilizadas e tendem a ficar desanimadas e sem motivação para lutar contra aquilo que não é habitual.

No entanto, a nossa miniempresa não se foca só nos problemas face à pandemia, mas também nos problemas que uma vida normal nos traz.

Para combater estes problemas a Nutcracker procura proporcionar a felicidade, a autonomia, o controlo de cada pessoa perante si mesmo e ajuda na concretização dos objetivos pessoais, criando assim notoriedade e fidelização por parte dos clientes.



## Posicionamento da Step Your Mind (SYM)

A Step Your Mind (sym) procura incentivar e ajudar quem necessita alcançar os seus objetivos pessoais através do exercício físico.

O nosso serviço pretende “step by step” proporcionar às pessoas um equilíbrio entre corpo e mente como um todo.

Face à concorrência, a SYM foca-se no bem-estar físico e mental, mas detém uma maior importância nas emoções de cada um. Através das nossas motivações e recompensas, esperamos que os nossos clientes encontrem a sua melhor versão atingindo os objetivos esperados.

Com isto, tencionamos que os nossos utilizadores estejam de acordo e acreditem nos nossos valores enquanto empresa.



## Análise SWOT





## Inquérito

### Objetivos do Inquérito

Para a realização do estudo de mercado da miniempresa Nutcracker, estipulamos determinados objetivos, sendo os mesmos posteriormente identificados.

- Saber se as pessoas realizam ou não exercício físico regularmente;
- Perceber se as pessoas consomem alimentos/produtos BIO;
- Compreender se estariam dispostos a pagar mensalmente por uma aplicação;
- Determinar qual é o meio de pagamento online mais utilizado;
- Entender qual é o supermercado mais frequentado.





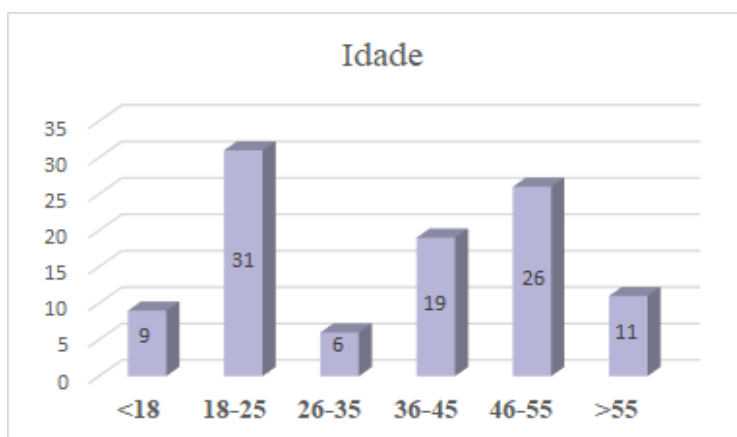
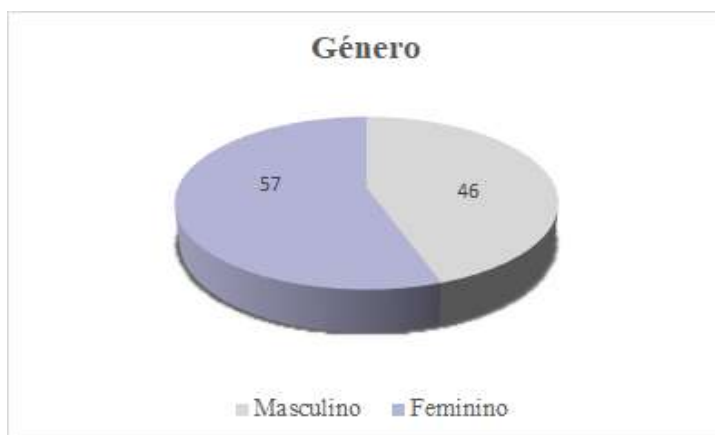
## Perguntas do Inquérito

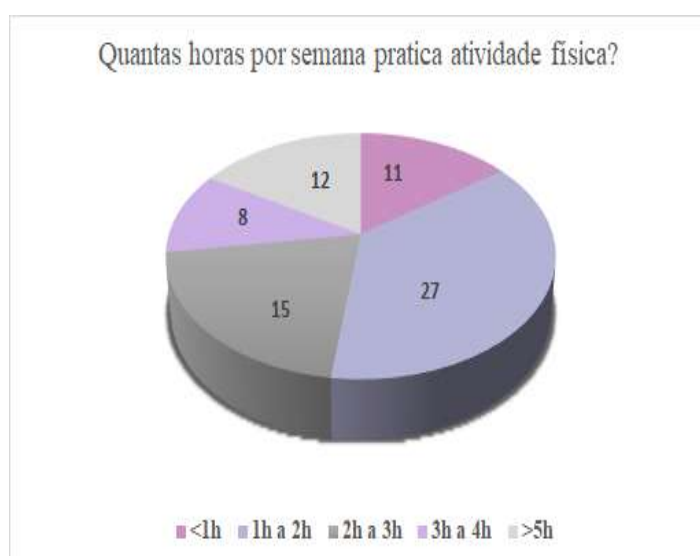
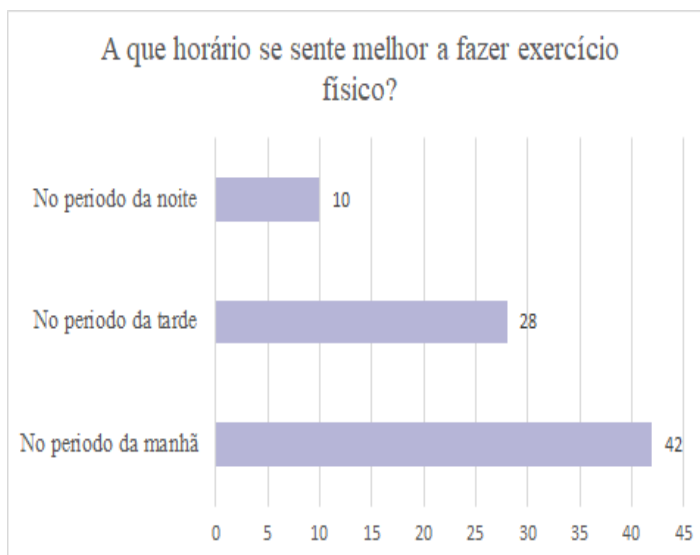
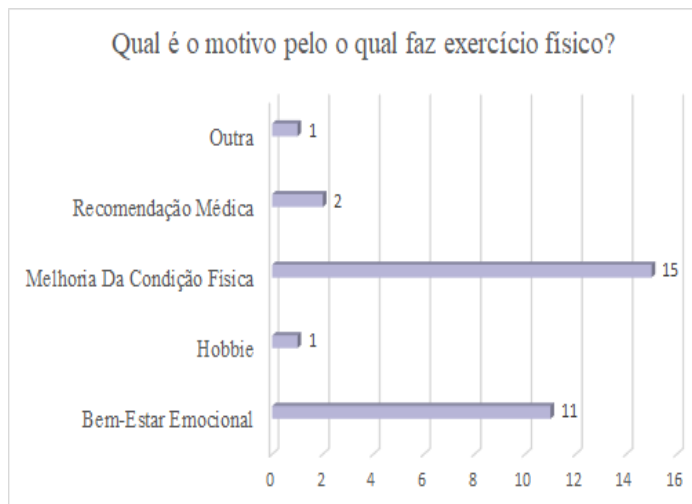
O questionário dispõe dezoito questões, sendo as mesmas identificadas em seguida.

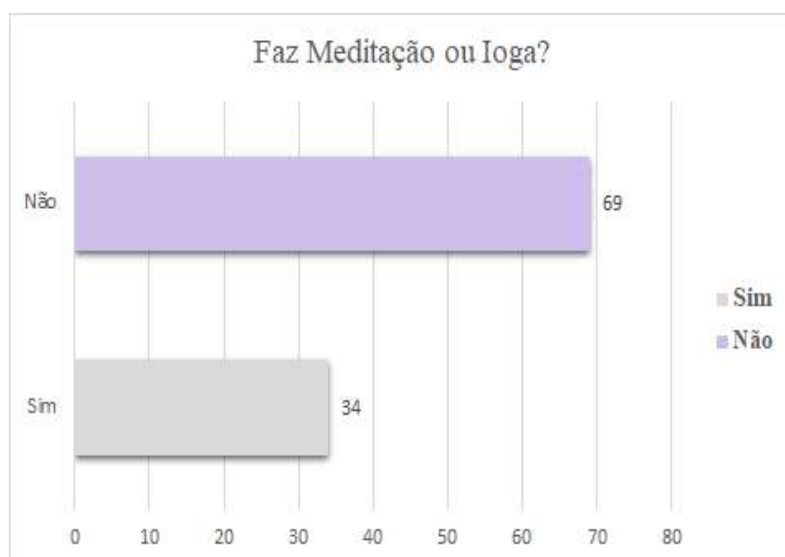
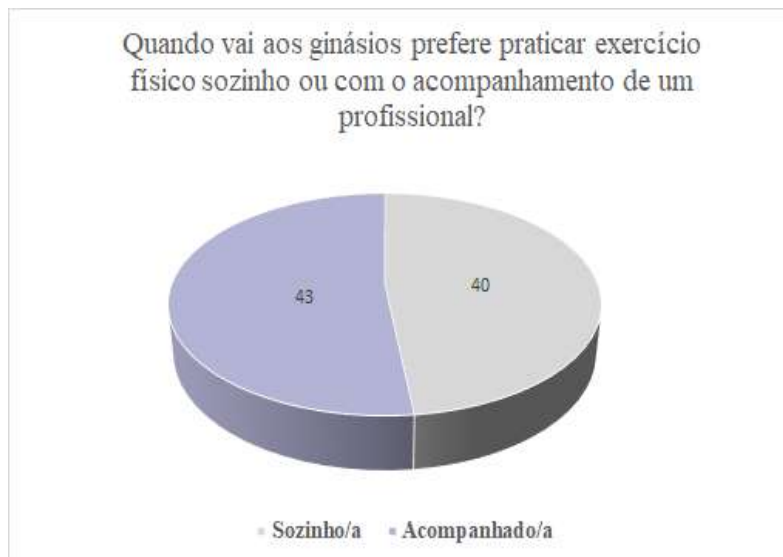
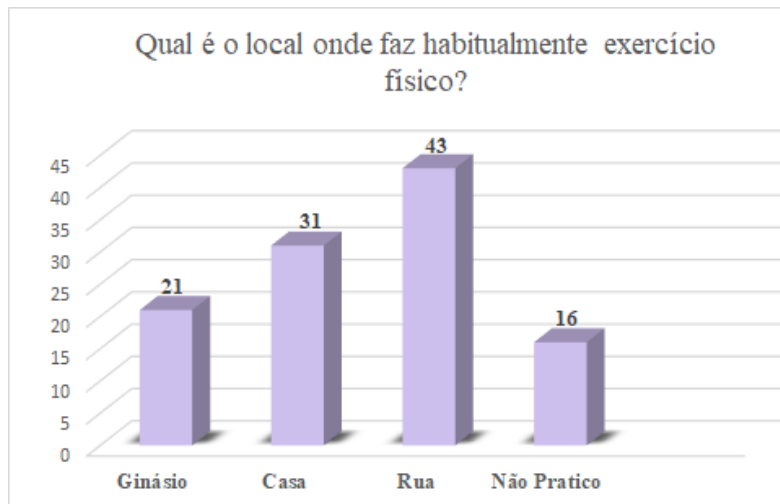
- 1. Género
- 2. Idade
- 3. Faz exercício regularmente?
- 4. Qual é o motivo pelo, qual faz exercício físico?
- 5. A que horário se sente melhor a fazer exercício físico?
- 6. Quantas horas por semana pratica atividade física?
- 7. Qual é o local onde habitualmente realiza exercício físico?
- 8. Quando vai aos ginásios prefere praticar exercício físico sozinho ou com o acompanhamento de um profissional?
- 9. Faz meditação ou Ioga?
- 10. O que sente ao praticar meditação ou ioga?
- 11. Se não pratica nenhuma destas atividades descritas anteriormente, caso tivesse algum incentivo, ponderava fazê-lo?
- 12. Consome alimentos/produtos Bio do supermercado que frequenta habitualmente?
- 13. Qual é o supermercado que mais frequenta?
- 14. Justifique a resposta anterior.
- 15. Como a pandemia afetou o seu bem-estar mental?
- 16. Pagaria mensalmente por uma aplicação que o/a motivasse a fazer exercício físico em prol do bem-estar?
- 17. Qual é o meio de pagamento online que mais utiliza?
- 18. Estaria disponível a pagar pelo menos 7 € pela parte premium da aplicação que contém: receitas saudáveis, descontos no supermercado (produtos Bio), lembretes motivacionais, a possibilidade de descarregar vídeos de treino, exercícios de respiração e Ioga e Personal Advisors?

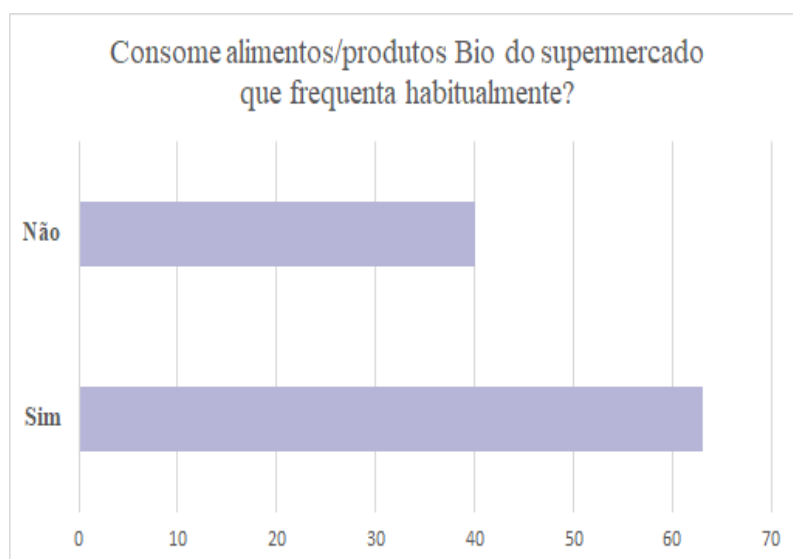
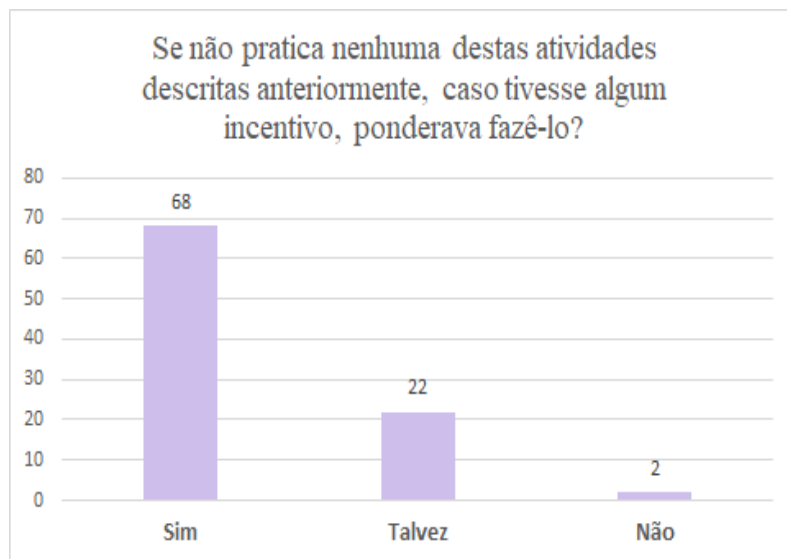


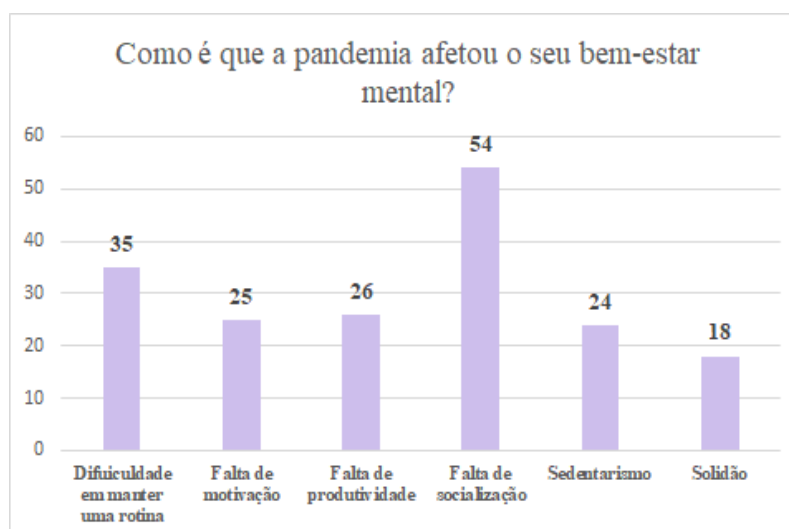
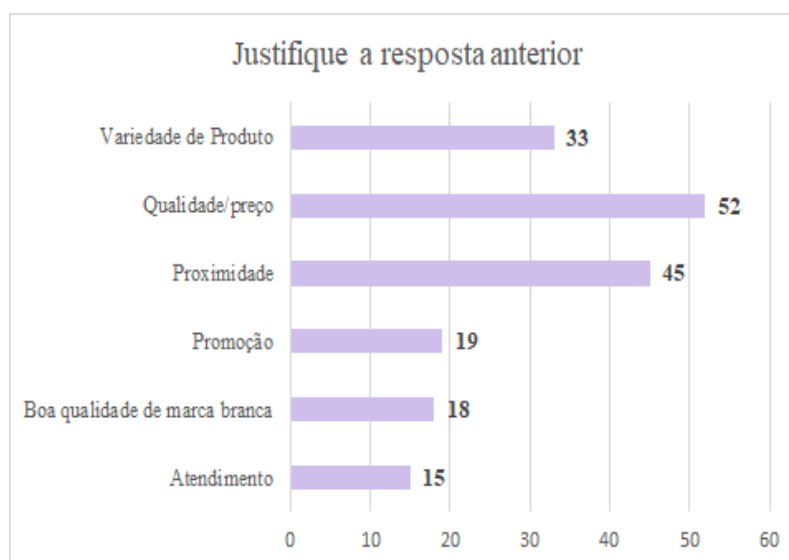
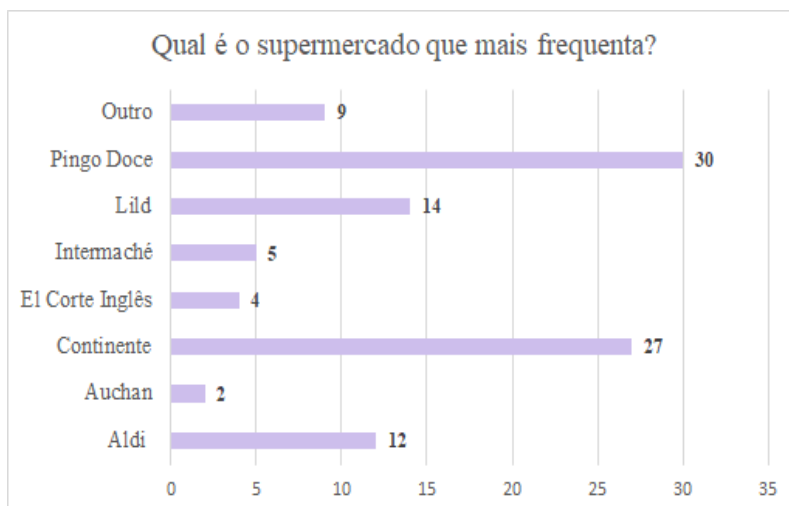
## Respostas ao Inquérito

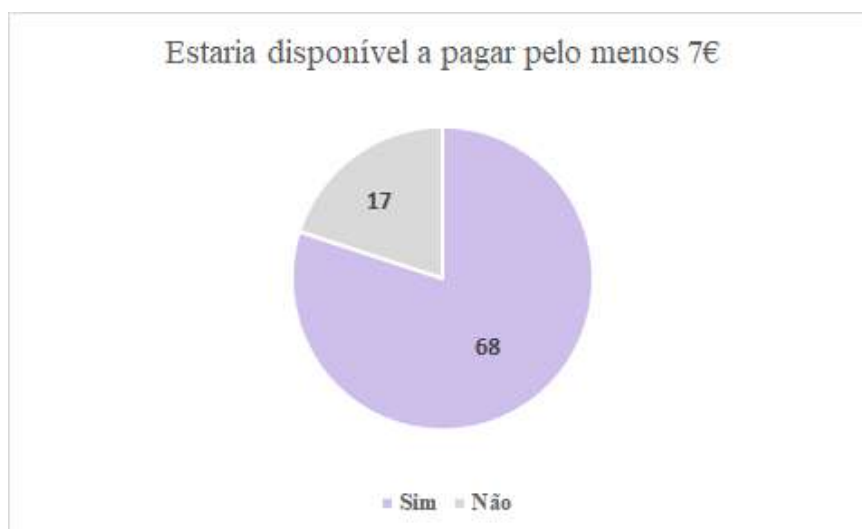
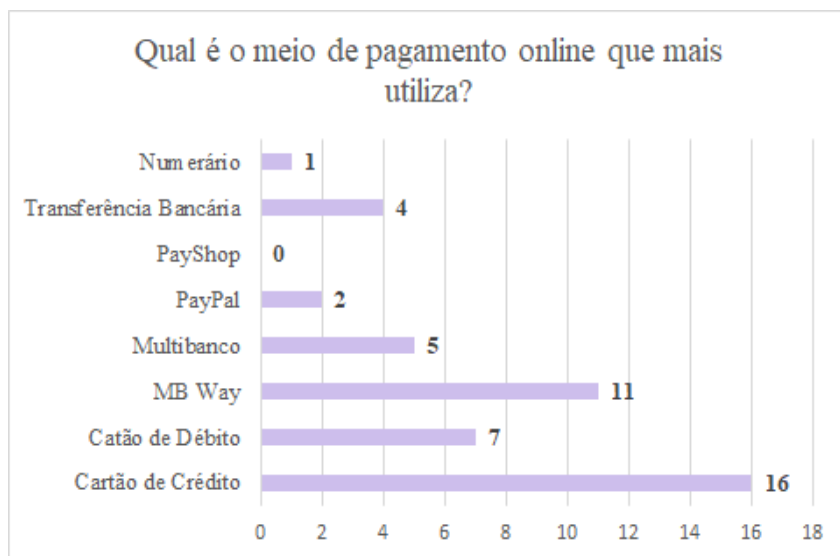
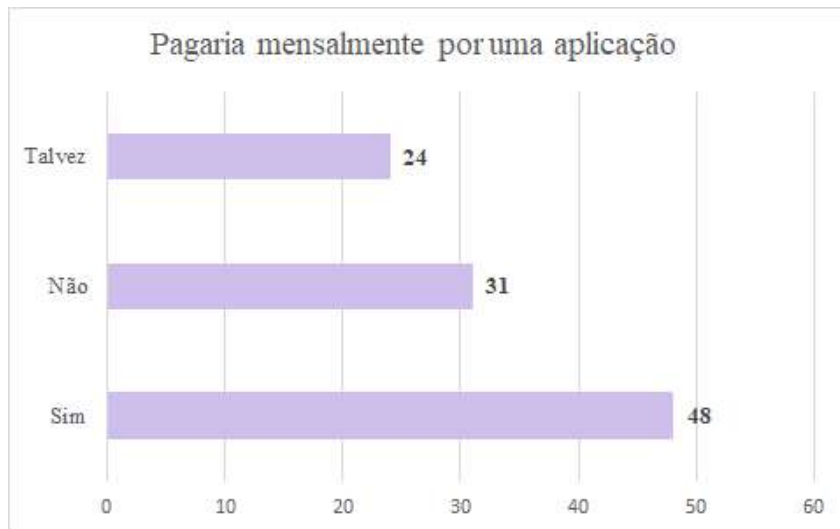














## Análise do Inquérito

Após a realização e apresentação do nosso serviço, ou seja, da Step Your Mind (SYM), através do questionário, podemos concluir que o mesmo foi respondido maioritariamente por 57 “mulheres”, com idades compreendidas entre “18-25 anos” e que 70% dos inquiridos “realizam exercício físico regularmente”, tendo como principal objetivo o “melhoramento da condição física”, sendo a melhor altura para a prática de exercício físico, o período de manhã, afirmam 42 inquiridos, mas apenas 1 a 2 horas, dizem 27 pessoas.

Neste estudo pode-se observar que apenas 43 inquiridos, habitualmente realiza exercício físico na rua, no entanto, quando vai ao ginásio, 40 pessoas preferem praticar exercício físico sozinho.

No entanto, 69 inquiridos dizem “não praticam meditação ou ioga”, mas afirmam que, caso obtivessem algum incentivo, 68 pessoas, ponderavam fazê-lo.

Com este inquérito também tivemos a possibilidade de perceber que existe um grande consumo de alimentos/produtos BIO por parte das pessoas, devido, ao facto de mais de metade das mesmas, ou seja, 63 pessoas, terem dito que “sim”. Verificou-se também que 30% das pessoas compram esses mesmos produtos no supermercado que mais frequentam e que a maioria dos indivíduos frequenta o “Pingo Doce”, tendo como principal justificação a “qualidade/preço”.

O meio de pagamento mais utilizado por 35% dos inquiridos, podemos concluir, que é o “cartão de crédito”, sendo possível com esta conclusão atingirmos um dos nossos objetivos. Para além disso, obtivemos a resposta à nossa dúvida, uma vez que não teríamos a certeza qual seria o meio de pagamento mais acertado para a parte Premium da App.

Por último, neste mesmo questionário, uma das perguntas mais importantes e que também se relaciona com um dos nossos objetivos, era se as pessoas estariam dispostas a pagar um certo valor, que neste caso seria, pelo menos, sete euros. Este valor incluía o serviço da nossa aplicação e, perante os resultados obtidos, verificamos que mais de metade, isto é, 80% dos inquiridos aceitaria, pelo menos, este valor para a parte Premium da SYM.





## Conclusões do Inquérito

A conclusão que, como grupo, conseguimos retirar da realização deste questionário é que a Step Your Mind, seria extremamente bem aceite pelos utilizadores no mercado onde se insere, ou seja, no mercado de bem-estar e do exercício físico. E, simultaneamente, foi possível esclarecermos algumas dúvidas que tínhamos, estando as mesmas relacionadas com os objetivos propostos e estipulados anteriormente.

Em relação aos objetivos, sendo os mesmos perceber a quantidade de pessoas que realizam ou não exercício físico regularmente; perceber se as pessoas consomem alimentos/produtos BIO; compreender se estariam dispostos a pagar mensalmente por uma aplicação; determinar qual é o meio de pagamento online mais utilizado; entender qual é o supermercado mais frequentado. De forma geral, considera-se que foram todos alcançados e respondidos pelos inquiridos.

Em relação ao consumo de alimentos/produtos BIO, foi extremamente bom entender que as pessoas cada vez mais consomem, pois na nossa aplicação um dos conteúdos e as recompensas dos desafios estão sensivelmente apontados para essa categoria.

As conclusões que também podíamos retirar de acordo com o supermercado mais utilizado para uma futura parceria, veio de acordo com as nossas expectativas, ou seja, futuramente a Nutcracker irá optar por escolher o Pingo Doce para parceria do que outros supermercados.



## Estratégia de Comunicação

Tendo como objetivos de publicidade e alvos, a Nutcracker pretende utilizar a publicidade como meio de informação aos consumidores e persuadi-los à compra de forma a aumentar as vendas e a notoriedade da marca. Através destes objetivos pretendemos atrair novos clientes aumentando a sua confiança e fidelização. Pretendemos também educar o consumidor, aumentar a procura da SYM colocando a nossa base de contactos de forma crescente.

A ideia de publicidade da nossa miniempresa, relativamente ao nosso serviço será sempre com o intuito de manter uma relação próxima com o consumidor, para isso iremos ter um tom e estilo de comunicação informal e direto.

Relativamente à ideia criativa, o duplo sentido da abreviação do nome da nossa app, torna-se uma mais valia para as frases de comunicação, “SYM” lido como “SIM”.

Posto isto, criámos diversos cartazes, como se pode observar abaixo, publicitando o nome do serviço e, apelando ao bem-estar.





A Step Your Mind pretende ter uma relação próxima com os seus utilizadores. Pretendemos chegar aos mesmos através de uma comunicação direta, simples e confiável. Para isso iremos utilizar outdoors, mupis e redes sociais, visto que a tecnologia tem vindo a ser um meio muito utilizado por todos.

### **Relações públicas**

Um dos objetivos da Nutcracker é dar a conhecer o conceito da empresa, criar notoriedade da marca e do serviço fazendo-o através de eventos, ações de comunicação, parcerias com influencers desportistas e/ou preocupados com o bem-estar. Sendo as nossas campanhas publicitárias diretas e informais conseguimos obter uma relação mais próxima com os nossos consumidores, melhorando a imagem da empresa.

SYMiradouro é uma ação de divulgação que consiste na realização de uma caminhada pelos miradouros de Portugal.

O principal objetivo desta ação, é atingir potenciais clientes, que se enquadrem na faixa etária pretendida pela SYM (maiores de idade) e que ainda não tenham aderido à mesma, dando a conhecer pontos turísticos de Lisboa, numa fase inicial, através do exercício físico. Pretendemos também proporcionar, através desta experiência, uma melhoria do bem-estar através da diversão que o exercício físico consegue oferecer.



Durante a caminhada, com o auxílio de um itinerário, cada participante irá adquirir pontos à medida que chega a novos miradouros, de forma a poderem experienciar uma das características que a SYM oferece. A cada chegada de um novo miradouro são automaticamente adquiridos pontos, no final com a soma do mesmo, cada participante tem direito a rebater os pontos na linha saudável do supermercado parceiro (Pingo Doce).

O ponto de encontro para o começo destas caminhadas será no Marques de Pombal, pelas 10:00 horas e será finalizado pelas 12:00 horas no último miradouro.

Os meios de divulgação que iremos adotar serão as redes sociais, flyers, mupis, a SYM e o site.





## Marketing Mix “4P’s”

### Serviço Step Your Mind

A step your mind é uma aplicação que consiste numa solução contemporânea firmada em 3 pilares: Mente– Corpo- Emoção. O equilíbrio entre estes três elementos dá-se por justaposição e conexão, pois uma vida só é saudável se as necessidades básicas e essenciais se interligarem. Contribuiremos para a satisfação plena destas necessidades através de ações que beneficiem a qualidade de vida a nível psicológico e físico.

Esta aplicação criada a partir de uma necessidade real do consumidor será projetada para ajudar o utilizador nos diversos micro-momentos das suas rotinas diárias. Assim, oferecemos dois packs: um básico, que será gratuito, e outro premium, com opções mais completas de experiências eficientes e benéficas para o bem-estar como um todo.

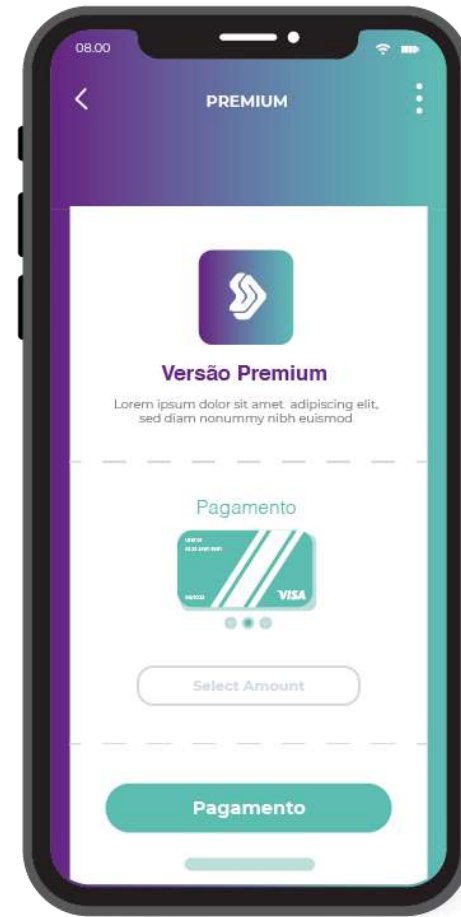
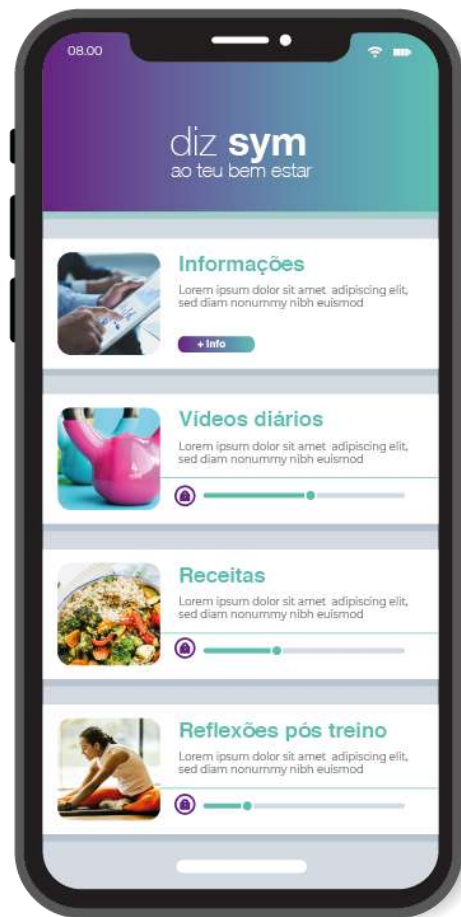
Com o pack básico, o utilizador terá acesso a vídeos que promovem o exercício físico, mas sempre direcionado para o alcance de um bem-estar mais saudável.

Com o pack premium, para além dos incentivos para a prática de desporto, o usuário terá também acesso a informações de especialistas sobre como atingir o máximo bem-estar, nas vertentes psicológica e física.

Sabendo que uma das maiores causas de ansiedade, angústia e mal-estar pode ser a solidão, a app terá um chat, que proporcionará experiências em grupo, pois todas as sugestões na app podem ser praticadas com amigos, fazendo com que a vida social esteja sempre controlada e ativa.

A **step your mind** vai incentivar o cliente a ter uma melhor qualidade de vida, pois ficando com uma visão mais alargada sobre o desporto e os benefícios do exercício físico o cliente ganha mais consciência do seu corpo. Queremos que os utilizadores tenham uma perspetiva diferente do (seu)mundo, enveredando sempre pela abordagem dos 3 pilares: Mente- Corpo-Emoção.







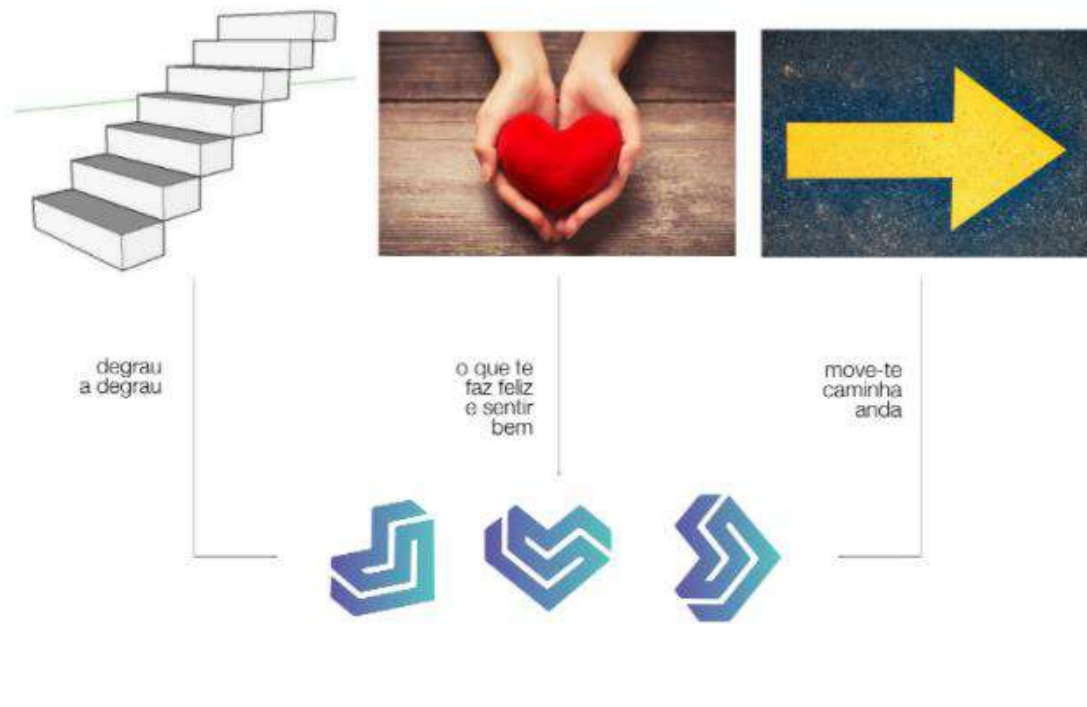
A Step Your Mind é uma aplicação que se diferencia em diversos pontos. A nossa aplicação, diferente de outras na área do bem-estar através do exercício físico, tem como foco, proporcionar às pessoas um equilíbrio entre corpo, emoção e mente em geral, criando assim um novo estilo de vida, beneficiando o psicológico e ao mesmo tempo o físico.

Nós nos diferenciamos também na maneira na qual nos aproximamos aos nossos clientes, através da nossa comunicação dentro da aplicação, e junto a isso as nossas motivações, exercícios e recompensas, fazendo com que os nossos clientes encontrem a sua melhor versão atingindo os objetivos esperados.

Diferentes de outras aplicações “limitadas” ao exercício, a Step Your Mind vai mostrar um outro jeito de enxergar a vida, com diversas funções disponíveis para que os clientes possam desfrutar.



Logótipo



**sym**  step  
your mind

O logótipo da aplicação Step Your Mind foi construído a partir da criação de um símbolo forte, que refletisse a mensagem que queremos passar em 3 pilares:

- A **escada**- no qual a pessoa se move, degrau a degrau, conquistando os seus objetivos passo a passo;
- O **coração**- foca-se no bem-estar não só a nível emocional, mas também a nível físico;





- A **seta**- salienta o exercício físico, fazendo a pessoa mover-se/entrar em ação, praticando, por exemplo, caminhadas ou corridas e também significa que mesmo com diversas dificuldades, as pessoas devem seguir em frente.

O logótipo tem duas cores:

- A cor azul- simboliza **segurança, confiança, calma e serenidade;**
- A cor verde- significa **esperança, liberdade e saúde.**



## Processos

O consumidor terá acesso a informações através do site e das redes sociais. Tanto na Appstore como na Playstore, o cliente terá de descarregar a aplicação e assim que instalada no telemóvel, ao abrir a aplicação poderá escolher o pack que tiver preferência, colocando os dados que são pedidos.

A SYM tem disponível dois packs, um gratuito e outro premium, o premium subdivide-se em 3 packs que disponibilizarão conteúdos diferentes. Oferecemos os packs S, Y e M sendo estas letras o acrónimo de Step Your Mind.



## Preço

Temos um preço competitivo em relação à concorrência e àquilo que oferecemos. O facto de termos 3 packs, permite que as diferentes possibilidades financeiras dos consumidores não interfiram no interesse pela SYM. Os preços variam entre os 9€ a 19€, sendo o pack S 9,00€, pack Y 12,50€ e o pack M 19,00€, como se pode ver nas imagens representadas.





## Promoção

A promoção da SYM será feita através de redes sociais, como Instagram, Facebook e Youtube, sendo um meio de comunicação fácil, direto e económico para com os consumidores. Apostaremos também na realização de flyers, distribuindo pelas zonas mais movimentadas com o intuito de chegar a pessoas que não tenham acesso a redes sociais.

Iremos fazer publicidade e ações de relações públicas, para promover o nosso serviço, ganhando visibilidade e notoriedade da marca.

A Nutcracker enquanto empresa inovadora e ocorrente das transformações tecnológicas, comunica com os seus consumidores através das redes sociais e o site da empresa, visto que são os maiores meios digitais utilizados nos dias de hoje pela faixa etária que a Step Your Mind pretende alcançar. Estes meios de comunicação terão como objetivo informar os consumidores de potenciais mudanças que a empresa irá tomar no futuro.

A obtenção da análise de dados no **marketing digital** facilita a melhoria da estratégia de comunicação, e os custos associados são mais competitivos que outras técnicas de comunicação.



## Distribuição

A Nutcracker, para ter a SYM disponível a qualquer consumidor pagará anualmente um valor de 81€ na AppStore e 20€ anuais na PlayStore.

A SYM contém um site gratuito que poderá ser acessível através de computadores, telemóveis ou qualquer dispositivo móvel.

## Evidências Físicas

São consideradas evidências físicas tudo o que um cliente percebe da empresa a partir do momento em que entra em contacto com ela, ou neste caso a instala. A forma como a empresa apresenta as suas funcionalidades, a forma como os seus colaboradores se apresentam, a programação mais tradicional ou mais moderna, a velocidade da app ou da prestação do serviço, tudo isso irá influenciar a percepção que o cliente tem de um determinado produto e servirá de termo de comparação com a concorrência.

A Step Your Mind é um serviço, logo não oferece algo tangível e, por essa razão apostamos em Ações de divulgação, merchandising e patrocínios de forma a oferecermos algo novo aos consumidores atraindo a sua fidelização e criando visibilidade à marca.

## Produtividade e Qualidade

A Nutcracker consegue satisfazer as necessidades dos clientes num curto espaço de tempo e qualidade, conseguindo satisfazer as suas necessidades, desejos e expectativas. Tanto a produtividade como a qualidade da empresa, são essenciais para manter os custos controlados, sem nunca reduzir a qualidade de serviço.

Os utilizadores da app introduzem a avaliação na Appstore e Playstore, o que será um indicador a usar sobre a avaliação da SYM para a Nutcracker.



## Política de Recursos Humanos

O Setor de RH tem uma ampla visão do quadro de funcionários e de identificação dos riscos iminentes de cada função exercida, sendo assim as contratações e principalmente a formação podem ter maior eficácia dos profissionais.

Os gestores de RH podem através da capacidade profissional exercer sua efetividade na implementação de todas as normas de Higiene, Saúde e Segurança no Trabalho, sabendo que a aplicação das normas de segurança do trabalho deve ocorrer de forma consciente.

É fundamental que o RH e os gestores possam implementar ações autoproteção que garantam a segurança no ambiente laboral, os líderes devem valorizar os funcionários e promover a participação ativa de todos.

Finalmente é primordial que o RH e os gestores possam agir com proatividade, assertividade e principalmente incentivar os funcionários a acreditar que a prevenção é o melhor negócio quando lidamos com a segurança e saúde no trabalho, e por este motivo, iremos garantir um seguro de saúde para os nossos funcionários (Lei n.º 102/2009, de 10 de setembro, que regulamenta o regime jurídico da promoção da segurança e saúde no trabalho, nos termos do artigo 284.º do Código do Trabalho, aprovado pela Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro (alterado pela Lei n.º 42/2012, de 28 de agosto).

Em relação à transferência do local de trabalho para o regime de “teletrabalho”, um estudo revela que as empresas estão prontas para "um novo modelo de trabalho" com cerca de 74% dos trabalhadores inquiridos a concordar com um modelo misto entre trabalho remoto e na própria sede. Além disso, quase oito em cada dez dos líderes concordam que as empresas beneficiarão de uma maior flexibilidade.

O horário de trabalho também pode ser revisto: "Mais de dois terços (69%) dos trabalhadores são a favor de trabalho misto, através do qual os contratos se baseiam na entrega em função das necessidades empresariais em vez de imporem o trabalho por número definido de horas.

Uma outra curiosidade que resulta do estudo é que 88% dos inquiridos dizem que o seu empregador "cumpriu ou excedeu as suas expectativas na adaptação aos desafios da pandemia".

A Nutcracker, sendo uma empresa de Prestações de Serviços no Setor do bem-estar, com suporte de Tecnologias de Informação e Comunicação terá em conta este novo



paradigma no que diz respeito ao Teletrabalho, implementando este sistema híbrido na procura, por um lado, da autonomia e responsabilidade de trabalho dos seus colaboradores e, por outro lado, do regime presencial para minimizar e valorizar o espírito de equipa, o brainstorming e a colaboração geral de todos.

A empresa Nutcracker está atenta ao mercado de trabalho, sobretudo na procura de pessoas com as mais diversas e procuradas Soft Skills:

- Capacidade de adaptação
- Criatividade
- Influência social
- Aprendizagem ativa
- Inteligência emocional
- Raciocínio analítico
- Persuasão e Negociação
- Pensamento crítico
- Perceção social
- Iteração física

Por outro lado, temos como foco ceder gratuitamente a aplicação SYM aos nossos colaboradores, trabalhadores e familiares para que possam terem o sentido de presença e possam ser eles os portadores do interesse da utilização de uma Plataforma como a que a Nutcracker está a oferecer ao Mercado, permitindo que os clientes e potenciais clientes atinjam o equilíbrio nos três pilares: **Mente – Corpo - Emoção.**



## **Política de Privacidade e Cookies**

### **Política de Privacidade e Proteção de Dados**

O tratamento de dados pessoais no nosso site, como por exemplo, o nome, a morada, o endereço de e-mail ou o número de telefone dos utilizadores, cumprirá com as regras previstas no Regulamento Geral De Proteção de Dados (RGPD). Além disso, os titulares dos dados são sempre informados desse tratamento e das suas finalidades, por meio desta declaração de proteção de dados.

### **COOKIES**

Os cookies são pequenos ficheiros de texto que são armazenados num equipamento, ou seja, num computador, smartphone ou tablet, através de um navegador de internet, por exemplo, o browser.

Através da utilização dos mesmos, permite-se disponibilizar aos utilizadores do website uma melhor experiência de utilização e torná-la mais simples, o que não seria possível sem a utilização dos cookies. A informação retirada e armazenada nos cookies é utilizada, posteriormente, através do serviço Google Analytics.

Os cookies já criados podem ser apagados em qualquer momento através do navegador de internet, mas se o utilizador desativar a utilização dos mesmos no navegador de internet utilizado, todas as funcionalidades não estarão disponíveis.

### **Recolha de Dados e Informação Geral**

As páginas de internet da Nutcracker recolhem dados e informação geral quando um titular dos dados ou sistema automatizado navega nos sites e seguidamente são armazenados nos ficheiros num servidor.

Esta informação é necessária para disponibilizar o conteúdo dos sites corretamente, atualizar os conteúdos, e proteção de ataques cibernéticos, entre outros.





## **Armazenamento de Dados Pessoais**

Os dados pessoais serão processados e armazenados apenas por um certo período de tempo, onde serão guardados exclusivamente para as finalidades de Newsletters, Registo em Eventos, Formação.

Se o prazo de armazenamento expirar, os dados pessoais serão apagados ou bloqueados de acordo com os requisitos enunciados e dentro das regras legais.

## **Direitos Dos Titulares Dos Dados**

Direitos dos Titulares dos Dados garantidos no tratamento pela Nutcracker:

### **Direito de acesso**

O titular dos dados pessoais tem o direito a obter da Nutcracker a informação e a confirmação de que os dados pessoais que lhe digam respeito e estão devidamente guardados e protegidos, e que podem a estes ter acesso, a todo o tempo, nos termos da legislação em vigor.

### **Direito à retificação**

O titular dos dados tem o direito de solicitar e obter da Nutcracker, sem demora indevida, e a todo o tempo, a retificação de seus dados pessoais, que sejam, imprecisos ou incompletos sobre si.

### **Direito à limitação do tratamento**

O titular dos dados tem o direito de obter da Nutcracker a limitação do tratamento dos mesmo, impedindo que os mesmos possam ser tratados para efeitos que não pretende, se aplicar, designadamente, uma das seguintes situações:

- Contestar a exatidão dos seus dados pessoais, durante um período que permita à Nutcracker verificar a sua exatidão;



- O tratamento de dados for lícito e o titular dos dados se opuser a que se apaguem os seus dados pessoais e solicitar, em contrapartida, a limitação da sua utilização;
- A Nutcracker, se já não necessitar dos dados pessoais para fins de tratamento, mas ao mesmo tempo esses dados sejam requeridos pelo titular para efeitos de declaração, exercício ou defesa de um direito num processo judicial;

### **Direito à portabilidade dos dados**

O titular dos dados tem o direito de receber os dados pessoais que lhe digam respeito e que tenha fornecido à Nutcracker, quando este último utiliza meios automáticos para o respetivo processamento. Tal portabilidade e processamento será, num formato estruturado, de uso corrente e de leitura automática, e inclui o direito de transmitir esses dados a outro responsável pelo tratamento.

Ao exercer o seu direito de portabilidade dos dados, o titular dos dados tem o direito a que os dados pessoais sejam transmitidos diretamente entre os responsáveis pelo tratamento, sempre que tal seja tecnicamente possível.

### **Direito de oposição**

O titular dos dados tem o direito de se opor ao tratamento dos seus dados pessoais, nomeadamente quando o processamento for realizado no âmbito do interesse legítimo da Nutcracker ou de terceiros, para efeitos de marketing direto ou definição de perfis, com o qual o titular com tal tratamento não concordar.

O mesmo cessa o processamento do tratamento dos dados pessoais em caso de oposição, a menos que existam motivos legítimos e legais para o processamento que anulam os interesses, direitos e liberdades do titular dos dados, ou para fundamentar o exercício ou a defesa de reivindicações legais.

### **Direito de retirar o consentimento**

Se o consentimento for legalmente necessário para o tratamento de dados pessoais, o titular dos dados tem o direito de retirar o consentimento em qualquer altura, embora esse direito não comprometa a licitude do tratamento efetuado até então com base



no consentimento previamente dado nem o tratamento posterior dos mesmos dados, baseado noutra base legal, como é o caso do cumprimento do contrato ou de obrigação legal a que a Nutcracker esteja sujeita.

### **Disposições de Proteção de Dados sobre a aplicação e uso de Google Analytics**

O Google Analytics é um serviço de internet que consiste na recolha e análise de dados sobre o comportamento dos visitantes dos diversos sites. Basicamente é um serviço de internet que recolhe dados sobre o site do qual uma pessoa foi direcionada, quais páginas foram visitadas, ou com que frequência e que duração foi.

### **Base Legal para o Tratamento**

O tratamento dos dados pessoais terá de ser suportado por uma base legal para o efeito que estará enquadrada numa das seguintes situações:

- Se titular dos dados tiver dado o seu consentimento para o tratamento dos seus dados pessoais para uma ou mais finalidades específicas;
- O tratamento for necessário para a execução de um contrato no qual o titular dos dados é parte, ou para diligências pré-contratuais a pedido do titular dos dados, dando por este meio o seu consentimento;
- O tratamento for necessário para o cumprimento de uma obrigação legal a que o responsável pelo tratamento esteja sujeito;
- O tratamento for necessário para a defesa de interesses vitais do titular dos dados ou de outra pessoa singular;
- O tratamento for necessário ao exercício de funções de interesse público ou ao exercício da autoridade pública de que está investido o responsável pelo tratamento;
- O tratamento for necessário para efeito dos interesses legítimos prosseguidos pelo responsável pelo tratamento ou por terceiros, exceto se prevaleceram os interesses ou direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais, em especial se o titular for uma criança (não se aplica ao tratamento de dados efetuado por autoridades públicas na prossecução das suas atribuições por via eletrónica).



## **Fornecimento de Dados Pessoais como requisito Legal ou Contratual**

O fornecimento de dados pessoais em determinadas situações é exigido por lei ou também pode resultar de disposições contratuais, por exemplo, informações sobre o parceiro contratual. Poderá também ser necessário concluir um contrato em que o titular dos dados fornece dados pessoais, que devem ser posteriormente processados nesse âmbito.

### **Segurança dos dados pessoais.**

A Empresa Nutcracker adota medidas técnicas e organizativas adequadas para proteger os Dados Pessoais contra a sua perda, destruição ou danificação, acidental ou ilícita e, bem assim para assegurar que os dados sejam protegidos contra o acesso ou utilização indevida por parte de terceiros não autorizados.

A Empresa Nutcracker permite a privacidade e segurança dos dados pessoais dos seus clientes e dos visitantes do nosso site e plataforma – *app*, por meio de uma criptografia, como Secure Sockets Layer, que consiste em guardar e proteger todas as informações trocadas via Internet, assim se garantindo, dentro das soluções técnicas disponíveis, a segurança dos dados pessoais que nos são confirmados para o tratamento e no limite do consentimento para esse tratamento.



## A Nutcracker na lógica do Direito Comunitário

A Nutcracker, sendo uma empresa cuja sede se irá localizar em Portugal, terá de cumprir, para além da legislação nacional a legislação da União Europeia. Tal será também necessário no processo da sua internacionalização para outros mercados dentro da União Europeia.

Para tal, deverá ter assente as regras de direito comunitário aplicáveis, quer a nível nacional, quer no âmbito desse processo de internacionalização.

Tais regras resultam, para além dos Tratados que instituíram a Comunidade Económica Europeia – Do Tratado de Roma ao Tratado de Lisboa, que constituem o direito comunitário primário, também, e essencialmente, do direito comunitário derivado, nomeadamente os Regulamentos provenientes da União Europeia, que se aplicam diretamente no direito interno dos países (como o Regulamento de Proteção de Dados atrás referido), e ainda as diretivas, que se aplicam através do seu efeito direto, ou que concedem um prazo aos países membros para se adaptarem às regras ali estipuladas, devendo, nesse prazo, criar legislação nacional nesse sentido.

Estas regras europeias têm interesse direto para a Nutcracker, uma vez que tratam de áreas tão transversais, como a fiscal, laboral e societária.

Muito relevante será também conhecer a jurisprudência do Tribunal de Justiça da União Europeia, por forma a que se conheça como este tribunal tem aplicado as regras europeias, bem como o direito decorrente das relações externas das Comunidades ou ainda o direito complementar resultante dos atos convencionais concluídos entre os Estados-Membros para a aplicação dos Tratados europeus.

A União Europeia possui ainda diversos valores como os quais a dignidade, a liberdade, os direitos humanos e a igualdade, entre outros, que a Nutcracker irá sempre cumprir na sua atividade.

A dignidade do ser humano é inviolável, devendo ser respeitada e protegida, constituindo a base de todos os direitos fundamentais.

Relativamente à liberdade, todos os cidadãos europeus possuem o direito de viajarem e residirem onde quiserem no território da União, sendo um dos pilares da mesma, a liberdade de circulação dos cidadãos europeus. As liberdades individuais, como



o respeito pela vida privada, as liberdades de pensamento, de religião, de reunião, de expressão e de informação, são consagradas na Carta dos Direitos Fundamentais da UE.

Acerca dos Direitos Humanos, os mesmos são preservados pela Carta dos Direitos Fundamentais da UE, que impede a discriminação em razão, designadamente, do sexo, origem étnica ou racial, religião ou convicções, deficiência, idade ou orientação sexual, e consagra o direito à proteção dos dados pessoais e o direito a acesso à justiça, princípios esses que terão de ser seguidos na atividade da Nutcracker, nomeadamente, mas não só, na contratação dos futuros colaboradores da empresa.

Ademais, todos os utilizadores da aplicação Step Your Mind têm o direito da proteção dos seus respetivos dados pessoais, sendo esse mesmo direito assegurado pela empresa Nutcracker com a sua Política de Privacidade e Cookies, estipulada anteriormente, de acordo com o referido Regulamento Europeu Geral de Proteção de Dados

Por último, a igualdade compromete que todos os cidadãos têm os mesmos direitos perante a lei. O princípio da igualdade entre homens e mulheres está implícita em todas as políticas europeias e é a base da integração europeia, aplicando-se em todas as áreas. Um dos reflexos deste princípio da igualdade que será seguido pela Nutcracker, será o princípio da remuneração igual, para trabalho igual.

Mais uma vez, a Nutcracker irá empregar esse mesmo direito fundamental na empresa, podendo-se observar numa das ODS estabelecidas pela mesma.

Temos como principal fundamento acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e homens, em toda a parte, beneficiando assim de todos os géneros, privilegiando e enaltecendo as diferenças e a riqueza que pode surgir na diversidade.

A empresa Nutcracker, deseja que todos os colaboradores e os utilizadores da aplicação SYM permaneçam satisfeitos e que, com a mesma, beneficiem a qualidade de vida a nível psicológico e físico.



## Demonstrações Financeiras

Recibo de Vencimento

Mês de janeiro

**Empresa Bruna Peralta**  
**NIF:251684970**

**Avenida Barbosa du Bocage, 45**  
**1049-013 Lisboa**

### RECIBO DE VENCIMENTO

Normal  
ORIGINAL  
De 1 de Janeiro 2021  
até 31 de Janeiro 2021

**Nome:** Daniela Da Silva Cardador  
**Nº Contribuinte:** 250340933 **Nº Mecnográfico** 3  
**Nº Beneficiário:** 11931041130  
**Categoria/Profissão:** **Vencimento:** 900,00€  
**Tipo de Processamento:** Normalizado **Salário Hora:** 5,19€  
**Base do Processamento:** Mensal **Horas Semana:** 40  
**Companhia de Seguros:** **Dias do Mês:** 20

DESCRIÇÃO	QTD	V.UNIT.	ABONOS	DESCONTOS
A001 - Vencimento Base			900,00€	
A002 - Subs. Alimentação	20d	4,77€	95,40€	
D020 - Desconto dias por inicio de contrato	0h			0,00€
T001 - IRS ( Incidência 900€ ; Taxa IRS 10.2% )				91,00€
T003 - Segurança Social (9.3%)				83,70€
<b>Total</b>			<b>995,40€</b>	<b>174,70€</b>

Documento emitido para formação

Documento emitido para formação

Total Abonos	Total Descontos	Total a Receber
995,40€	174,70€	820,70€

O Valor de 820.7€ foi pago por Cheque.

Declaro que recebi a quantia constante neste recibo no valor de: oitocentos e vinte euros e setenta cêntimos.

**Assinatura:** \_\_\_\_\_



**Empresa Bruna Peralta**  
**NIF:251684970**

**Avenida Barbosa du Bocage, 45**  
**1049-013 Lisboa**

### RECIBO DE VENCIMENTO

Normal  
ORIGINAL  
De 1 de Janeiro 2021  
até 31 de Janeiro 2021

**Nome:** Bruna Filipa Leal Peralta  
**Nº Contribuinte:** 251684970 **Nº Mecnográfico** 1  
**Nº Beneficiário:** 11931820898  
**Categoria/Profissão:** **Vencimento:** 700,00€  
**Tipo de Processamento:** Normalizado **Salário Hora:** 4,04€  
**Base do Processamento:** Mensal **Horas Semana:** 40  
**Companhia de Seguros:** **Dias do Mês:** 20

DESCRIÇÃO	QTD	V.UNIT.	ABONOS	DESCONTOS
A001 - Vencimento Base			700,00€	
A002 - Subs. Alimentação	20d	4,77€	95,40€	
T001 - IRS ( Incidência 700€ ; Taxa IRS 4% )				28,00€
T003 - Segurança Social (11%)				77,00€
		<b>Total</b>	<b>795,40€</b>	<b>105,00€</b>

Documento emitido para formação

Documento emitido para formação

Total Abonos	Total Descontos	Total a Receber
795,40€	105,00€	690,40€

O Valor de 690.4€ foi pago por Cheque.

Declaro que recebi a quantia constante neste recibo no valor de: seiscentos e noventa euros e quarenta cêntimos.

**Assinatura:** \_\_\_\_\_





Mês de junho

**Empresa Bruna Peralta**  
**NIF:251684970**

**Avenida Barbosa du Bocage, 45**  
**1049-013 Lisboa**

**RECIBO DE VENCIMENTO**

Normal  
ORIGINAL  
De 1 de Junho 2021  
até 30 de Junho 2021

**Nome:** Daniela Da Silva Cardador

**Nº Contribuinte:** 250340933

**Nº Mecnográfico** 3

**Nº Beneficiário:** 11931041130

**Categoria/Profissão:**

**Vencimento:** 900,00€

**Tipo de Processamento:** Normalizado

**Salário Hora:** 5,19€

**Base do Processamento:** Mensal

**Horas Semana:** 40

**Companhia de Seguros:**

**Dias do Mês:** 20

DESCRIÇÃO	QTD	V.UNIT.	ABONOS	DESCONTOS
A001 - Vencimento Base			900,00€	
A002 - Subs. Alimentação	20d	4,77€	95,40€	
A003 - Subs. Férias			818,18€	
T001 - IRS ( Incidência 1718.18€ ; Taxa IRS 10.2% )				175,00€
T003 - Segurança Social (9.3%)				159,79€
<b>Total</b>			<b>1.813,58€</b>	<b>334,79€</b>

Documento emitido para formação

Documento emitido para formação

Total Abonos	Total Descontos	Total a Receber
1.813,58€	334,79€	1.478,79€

O Valor de 1478.79€ foi pago por Cheque.

Declaro que recebi a quantia constante neste recibo no valor de: mil, quatrocentos e setenta e oito euros e setenta e nove cêntimos.

**Assinatura:** \_\_\_\_\_



Empresa Bruna Peralta  
NIF:251684970  
  
Avenida Barbosa du Bocage, 45  
1049-013 Lisboa

### RECIBO DE VENCIMENTO

Normal  
ORIGINAL  
De 1 de Junho 2021  
até 30 de Junho 2021

Nome: Bruna Filipa Leal Peralta  
Nº Contribuinte: 251684970 Nº Mecnográfico 1  
Nº Beneficiário: 11931820898  
Categoria/Profissão: Vencimento: 700,00€  
Tipo de Processamento: Normalizado Salário Hora: 4,04€  
Base do Processamento: Mensal Horas Semana: 40  
Companhia de Seguros: Dias do Mês: 20

DESCRIÇÃO	QTD	V.UNIT.	ABONOS	DESCONTOS
A001 - Vencimento Base			700,00€	
A002 - Subs. Alimentação	20d	4,77€	95,40€	
A003 - Subs. Férias			636,36€	
T001 - IRS ( Incidência 1336.36€ ; Taxa IRS 4% )				28,00€
T003 - Segurança Social (11%)				147,00€
		<b>Total</b>	<b>1.431,76€</b>	<b>175,00€</b>

Documento emitido para formação

Documento emitido para formação

Total Abonos	Total Descontos	Total a Receber
1.431,76€	175,00€	1.256,76€

O Valor de 1256.76€ foi pago por Cheque.

Declaro que recebi a quantia constante neste recibo no valor de: mil, duzentos e cinquenta e seis euros e setenta e seis cêntimos.

Assinatura: \_\_\_\_\_



Mês de novembro

**Empresa Bruna Peralta**  
**NIF:251684970**

**Avenida Barbosa du Bocage, 45**  
**1049-013 Lisboa**

**RECIBO DE VENCIMENTO**

Normal  
ORIGINAL  
De 1 de Novembro 2021  
até 30 de Novembro 2021

**Nome:** Daniela Da Silva Cardador  
**Nº Contribuinte:** 250340933 **Nº Mecanográfico** 3  
**Nº Beneficiário:** 11931041130  
**Categoria/Profissão:** **Vencimento:** 900,00€  
**Tipo de Processamento:** Normalizado **Salário Hora:** 5,19€  
**Base do Processamento:** Mensal **Horas Semana:** 40  
**Companhia de Seguros:** **Dias do Mês:** 21

DESCRIÇÃO	QTD	V.UNIT.	ABONOS	DESCONTOS
A001 - Vencimento Base			900,00€	
A002 - Subs. Alimentação	21d	4,77€	100,17€	
A020 - Subs. Natal			900,00€	
T001 - IRS ( Incidência 1800€ ; Taxa IRS 10.2% )				183,00€
T003 - Segurança Social (9.3%)				167,40€
			<b>Total</b>	<b>350,40€</b>
			<b>1.900,17€</b>	<b>350,40€</b>

Documento emitido para formação

Documento emitido para formação

Total Abonos	Total Descontos	Total a Receber
1.900,17€	350,40€	1.549,77€

O Valor de 1549.77€ foi pago por Cheque.

Declaro que recebi a quantia constante neste recibo no valor de: mil, quinhentos e quarenta e nove euros e setenta e sete cêntimos.

**Assinatura:** \_\_\_\_\_



Empresa Bruna Peralta  
NIF:251684970

Avenida Barbosa du Bocage, 45  
1049-013 Lisboa

### RECIBO DE VENCIMENTO

Normal

ORIGINAL

De 1 de Novembro 2021

até 30 de Novembro 2021

Nome: Bruna Filipa Leal Peralta

Nº Contribuinte: 251684970

Nº Mecanográfico 1

Nº Beneficiário: 11931820898

Categoria/Profissão:

Tipo de Processamento: Normalizado

Base do Processamento: Mensal

Companhia de Seguros:

Vencimento: 700,00€

Salário Hora: 4,04€

Horas Semana: 40

Dias do Mês: 21

DESCRIÇÃO	QTD	V.UNIT.	ABONOS	DESCONTOS
A001 - Vencimento Base			700,00€	
A002 - Subs. Alimentação	21d	4,77€	100,17€	
A020 - Subs. Natal			700,00€	
T001 - IRS ( Incidência 1400€ ; Taxa IRS 4% )				56,00€
T003 - Segurança Social (11%)				154,00€
<b>Total</b>			<b>1.500,17€</b>	<b>210,00€</b>

Documento emitido para formação

Documento emitido para formação

Total Abonos	Total Descontos	Total a Receber
1.500,17€	210,00€	1.290,17€

O Valor de 1290.17€ foi pago por Cheque.

Declaro que recebi a quantia constante neste recibo no valor de: mil, duzentos e noventa euros e dezassete cêntimos.

Assinatura: \_\_\_\_\_



Modelo 32 (Ativos)

<p><b>N.º DE IDENTIFICAÇÃO FISCAL</b> 251684970</p> <p><b>PERÍODO DE TRIBUTAÇÃO</b> 2021</p>	<p><b>MAPA DE DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES</b></p> <p><b>NATUREZA DOS ATIVOS:</b></p> <p>ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS <input type="checkbox"/></p> <p>ATIVOS INTANGÍVEIS <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>ATIVOS BIOLÓGICOS NÃO CONSUMÍVEIS <input type="checkbox"/></p> <p>PROPRIEDADES DE INVESTIMENTO <input type="checkbox"/></p> <p><b>MÉTODO UTILIZADO:</b></p> <p>QUOTAS CONSTANTES <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>QUOTAS DECRESCENTES <input type="checkbox"/></p> <p>OUTRO <input type="checkbox"/></p>	<p><b>IRC</b></p> <p><b>MODELO 32</b></p>
--	---	---

Código de acordo com a tabela anexa ao DR nº 25/2009	Descrição dos elementos do ativo	Data		Ativos			Depreciações / amortizações e perdas por imparidade contabilizadas no período	Gastos fiscais					Depreciações / amortizações e perdas por imparidade não aceites como gastos	Depreciações / amortizações e perdas por imparidade recuperadas no período	
		Início de utilização		Valor contabilístico registado	Valor de aquisição ou produção para efeitos fiscais	Número de anos de utilidade esperada		Depreciações e amortizações aceites em períodos anteriores	Depreciações e amortizações			Perdas por imparidades aceites no período (art. 38º CIRC)			
		Mês	Ano						Taxa (%)	Taxa Corrigida (%)	Limite fiscal do período				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)=[(10)X(6)] ou [(6)-(9)] x(11)	(13)	(14)	(15)=(8)-[(12)+(13)]	(16)
	Projectos de desenvolvimento														
2470	Despesas de investigação e desenvolvim.														
	2021.00004 - Computador		2021	12.900,00	12.900,00	3	4.299,57	0,00	33,33 %		4.299,57	0,00	0,00 %	0,00	0,00
	<b>Subtotal 2470</b>			12.900,00	12.900,00		4.299,57	0,00			4.299,57	0,00		0,00	0,00
	<b>TOTAL Tab.2 Div.2</b>			12.900,00	12.900,00		4.299,57	0,00			4.299,57	0,00		0,00	0,00
	<b>Total geral</b>			12.900,00	12.900,00		4.299,57	0,00			4.299,57	0,00		0,00	0,00
	<b>A transportar</b>			0,00	0,00		0,00	0,00			0,00	0,00		0,00	0,00





<b>N.º DE IDENTIFICAÇÃO FISCAL</b> 251684970 <b>PERÍODO DE TRIBUTAÇÃO</b> 2021	<h3 style="margin: 0;">MAPA DE DEPRECIações E AMORTIZAções</h3> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <b>NATUREZA DOS ATIVOS:</b>                  ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS <input checked="" type="checkbox"/>                  ATIVOS INTANGÍVEIS <input type="checkbox"/>                  ATIVOS BIOLÓGICOS NÃO CONSUMÍVEIS <input type="checkbox"/>                  PROPRIEDADES DE INVESTIMENTO <input type="checkbox"/> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <b>MÉTODO UTILIZADO:</b>                  QUOTAS CONSTANTES <input checked="" type="checkbox"/>                  QUOTAS DECRESCENTES <input type="checkbox"/>                  OUTRO <input type="checkbox"/> </td> </tr> </table>	<b>NATUREZA DOS ATIVOS:</b> ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS <input checked="" type="checkbox"/> ATIVOS INTANGÍVEIS <input type="checkbox"/> ATIVOS BIOLÓGICOS NÃO CONSUMÍVEIS <input type="checkbox"/> PROPRIEDADES DE INVESTIMENTO <input type="checkbox"/>	<b>MÉTODO UTILIZADO:</b> QUOTAS CONSTANTES <input checked="" type="checkbox"/> QUOTAS DECRESCENTES <input type="checkbox"/> OUTRO <input type="checkbox"/>	<b>IRC</b>  <b>MODELO 32</b>
<b>NATUREZA DOS ATIVOS:</b> ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS <input checked="" type="checkbox"/> ATIVOS INTANGÍVEIS <input type="checkbox"/> ATIVOS BIOLÓGICOS NÃO CONSUMÍVEIS <input type="checkbox"/> PROPRIEDADES DE INVESTIMENTO <input type="checkbox"/>	<b>MÉTODO UTILIZADO:</b> QUOTAS CONSTANTES <input checked="" type="checkbox"/> QUOTAS DECRESCENTES <input type="checkbox"/> OUTRO <input type="checkbox"/>			

Código de acordo com a tabela anexa ao DR nº 25/2009	Descrição dos elementos do ativo	Data		Ativos			Depreciações / amortizações e perdas por imparidade contabilizadas no período	Gastos fiscais					Taxas perdas acumuladas	Depreciações / amortizações e perdas por imparidade não aceites como gastos	Depreciações / amortizações e perdas por imparidade recuperadas no período	
		Início de utilização		Valor contabilístico registado	Valor de aquisição ou produção para efeitos fiscais	Número de anos de utilidade esperada		Depreciações e amortizações aceites em períodos anteriores	Depreciações e amortizações			Perdas por imparidades aceites no período (art. 38º CIRC)				
		Mês	Ano						Taxa (%)	Taxa Corrigida (%)	Limite fiscal do período					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)=[(10)X(6)] ou [(6)-(9)] x(11)	(13)	(14)	(15)=- (8)-[(12)+(13)]	(16)	
	<b>Equipamento administrativo</b>															
2240	<b>Computadores</b>															
	2021.00001 - Computador		2021	400,00	400,00	1	100,00	0,00	100,00 %		400,00	0,00	0,00 %	-300,00	0,00	
	2021.00002 - Computador		2021	400,00	400,00	1	100,00	0,00	100,00 %		400,00	0,00	0,00 %	-300,00	0,00	
	2021.00003 - Computador		2021	400,00	400,00	1	100,00	0,00	100,00 %		400,00	0,00	0,00 %	-300,00	0,00	
	<b>Subtotal 2240</b>			1.200,00	1.200,00		300,00	0,00			1.200,00	0,00		-900,00	0,00	
	<b>TOTAL Tab.2 Div.1 Grupo 3</b>			1.200,00	1.200,00		300,00	0,00			1.200,00	0,00		-900,00	0,00	
	<b>Total geral</b>			1.200,00	1.200,00		300,00	0,00			1.200,00	0,00		-900,00	0,00	



## Faturas

Empresa Bruna Peralta				NIF: 251684970	
<b>Diário</b>	<b>Tipo Documento</b>				
VND - Vendas	FT - Fatura				
<b>Data Lançamen...</b>	<b>Data Documento</b>	<b>Moeda</b>			
31/05/2021	31/05/2021	EUR			
<b>Descrição</b>	<b>Vossa Ref.</b>		<b>Débito</b>	<b>Crédito</b>	
Fatura FT 2021/13	013		<b>90.450,01</b>	<b>90.450,01</b>	
<b>Controlo Terceiros</b>	<b>NIF Terceiro</b>	<b>Nome Terceiro</b>	<b>Finalizado</b>		
Cliente	238458229	Cliente S			
<b>Movimentos</b>					
<b>Conta</b>	<b>Descrição</b>	<b>Débito</b>	<b>Crédito</b>	<b>Cód.IVA</b>	
721113	Fatura FT 2021/13		73.536,59	120006	
24333311	Fatura FT 2021/13		16.913,42		
2111999	Fatura FT 2021/13	90.450,01			

**Documento emitido para formação**



Empresa Bruna Peralta				NIF: 251684970		
<b>Diário</b>		<b>Tipo Documento</b>				
CMP - Compras		FR - Fatura-recibo				
<b>Data Lançamen...</b>		<b>Data Documento</b>		<b>Moeda</b>		
31/05/2021		31/05/2021		EUR		
<b>Descrição</b>			<b>Vossa Ref.</b>			
Trabalhos Especializados			2021/P26			
			<b>Débito</b>		<b>Crédito</b>	
			41,82		41,82	
<b>Controlo Terceiros</b>		<b>NIF Terceiro</b>		<b>Nome Terceiro</b>		
Fornecedor		508663652		Brotassim LDA		
<b>Finalizado</b>						
<b>Movimentos</b>						
<b>Conta</b>	<b>Descrição</b>	<b>Débito</b>	<b>Crédito</b>	<b>Cód.IVA</b>		
62211113	Trabalhos Especializados	34,00		110006		
24323311	Trabalhos Especializados	7,82				
2211999	Trabalhos Especializados		41,82			

Documento emitido para formação





## Declaração Periódica

AT autoridade tributária e aduaneira		DECLARAÇÃO PERIÓDICA		IVA imposto sobre o valor acrescentado	
<b>IDENTIFICAÇÃO</b>					
<b>01 Do Sujeito Passivo</b>					
Número de identificação fiscal 251684970		Localização da sede CONTINENTE <input checked="" type="checkbox"/> AÇORES <input type="checkbox"/> MADEIRA <input type="checkbox"/>			
<b>02 Da declaração nº</b>		<b>03 Operações em espaço diferente do da sede</b> (DEC. LEI Nº 347/85 DE 23/08)		<b>04 Declaração Recapitulativa</b>	
ANO 2021	Período Declarativo 03T	Prazo da declaração Dentro do prazo <input checked="" type="checkbox"/> Fora do prazo <input type="checkbox"/>	CONTINENTE <input type="checkbox"/> AÇORES <input type="checkbox"/> MADEIRA <input type="checkbox"/>	ALÍNEA I) DO Nº 1 DO ARTº 29.º DO CIVA E Nº 1 DO ARTº 30.º DO RITI  <input type="checkbox"/> ASSINALE SE, NO PERÍODO DE REFERÊNCIA, APRESENTOU ALGUMA DECLARAÇÃO RECAPITULATIVA	
<b>05 INEXISTÊNCIA DE OPERAÇÕES</b>					
<input type="checkbox"/> SE NO PERÍODO A QUE RESPEITA A DECLARAÇÃO, NÃO REALIZOU OPERAÇÕES ACTIVAS NEM PASSIVAS QUE DEVAM CONSTAR DO QUADRO 06 ASSINALE ESTE QUADRO					
<b>06 APURAMENTO DO IMPOSTO RESPEITANTE AO PERÍODO A QUE A DECLARAÇÃO SE REFERE</b>					
Em que, na qualidade de adquirente, liquidou o imposto					
EFFECTUOU OPERAÇÕES DESTA NATUREZA ? (valores incluídos nos campos 1, 5, 3 ou 9)				SIM <input type="checkbox"/> (Preencha também o Quadro 06-A) NÃO <input checked="" type="checkbox"/>	
A que se referem as alíneas a), b) e c) do artigo 42.º do CIVA				A que se referem as alíneas f) e g) do n.º 3 do art.º 3.º e alíneas a) e b) do n.º 2 do art.º 4.º do CIVA	
<b>1 TRANSMISSÕES DE BENS E PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS EM QUE LIQUIDOU IMPOSTO</b>		<b>BASE TRIBUTÁVEL</b>		<b>IMPOSTO A FAVOR DO ESTADO</b>	
• À taxa reduzida		1		2	
• À taxa intermédia		5		6	
• À taxa normal		3		4	
• Isentas ou não tributadas		154.227,63		35.472,36	
• Transmissões intracomunitárias de bens e prestações de serviços mencionadas nas declarações recapitulativas		7			
• Operações que conferem direito à dedução		8			
• Operações que não conferem direito a dedução		9			
TOTAL (10 = 12+14+15)		10		11	
0,00		0,00			
<b>2 AQUISIÇÕES INTRACOMUNITÁRIAS DE BENS E OPERAÇÕES ASSIMILADAS</b>		12		13	
• Cujo imposto foi liquidado pelo declarante		14			
• Abrangidas pelos artigos 15.º do CIVA ou do RITI		15			
• Abrangidas pelos n.ºs 3, 4, e 5, do artigo 22.º do RITI		16			
<b>3 PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS EFECTUADAS POR SUJEITOS PASSIVOS DE OUTROS ESTADOS Membros, cujo imposto foi liquidado pelo declarante (n.º 8 do art.º 27 do CIVA)</b>		17		18	
<b>4 IMPORTAÇÕES DE BENS CUJO IMPOSTO FOI LIQUIDADO PELO DECLARANTE (n.º 8 do art.º 27 do CIVA)</b>		18			
<b>5 IMPOSTO DEDUTÍVEL</b>		20		21	
• Imobilizado		21		22	
• Existências à taxa reduzida		22		23	
• Existências à taxa intermédia		23		24	
• Existências à taxa normal		24		25	
• Outros bens e serviços		25		26	
3.243,00		409,17		41	
<b>6 REGULARIZAÇÕES MENSAIS/TRIMESTRAIS E ANUAIS (EXC. CAMPO 81)</b>		40		41	
<b>7 EXCESSO A REPORTAR DO PERÍODO ANTERIOR, (CAMPO 96 DA DECLARAÇÃO ANTERIOR - N.º 4 DO ART.º 22.º)</b>		61		62	
0,00		0,00			
<b>8 ANEXO - (ver campo 1, 2 ou 3 do Quadro 04)</b>		65		66	
<b>9 ANEXO - (ver campo 1, 2 ou 3 do Quadro 04)</b>		67		68	
TOTAL DA BASE TRIBUTÁVEL (1+5+3+...+10+16)		90		91	
154.227,63		154.227,63		3.652,17	
TOT. DO IMP. A FAVOR DO SUJEITO PASSIVO (20+21+...+81)		91		92	
3.652,17		3.652,17		35.472,36	
TOTAL DO IMPOSTO A FAVOR DO ESTADO (2+6+4+11+17+...+68)		92		93	
35.472,36		35.472,36		31.820,19	
IMPOSTO A ENTREGAR AO ESTADO		93		(92 - 91)	
31.820,19		31.820,19			
CRÉDITO DE IMPOSTO A RECUPERAR		94		95	
0,00		0,00		96	
(91 - 92)		SOLICITO REEMBOLSO		EXCESSO A REPORTAR	



06-A DESENVOLVIMENTO DO QUADRO 06			
<b>A - OPERAÇÕES LOCALIZADAS EM PORTUGAL EM QUE, NA QUALIDADE DE ADQUIRENTE, LIQUIDOU O IVA DEVIDO</b> (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 e 3)			
Efectuadas por entidades residentes em países comunitários (não inclui as operações mencionadas no campo 16)	97	Efectuadas por entidades residentes em países ou territórios terceiros	98
<b>B - OPERAÇÕES EM QUE LIQUIDOU O IVA DEVIDO POR APLICAÇÃO DA REGRA DE INVERSÃO DO SUJEITO PASSIVO</b> (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 e 3)			
Ouro (Decreto - Lei 362/99)	99	Aquisições de imóveis com renúncia à isenção (Decreto-Lei 21/2007)	100
Sucatas [Alínea i] do n.º 1 do art.º 2.º do CIVA]	101	Serviços de construção civil [Alínea j] do n.º 1 do art.º 2.º do CIVA]	102
		Emissão de gases com efeito de estufa [Alínea j] do n.º 1 do art.º 2.º do CIVA]	105
<b>C - OPERAÇÕES REFERIDAS NAS ALÍNEAS F) E G) DO N.º 3 DO ARTIGO 3.º E ALÍNEAS A) E B) DO N.º 2 DO ARTIGO 4.º DO CIVA</b> (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 e 3)			
Se efectuou operações desta natureza, indique o seu valor.		103	
<b>D - OPERAÇÕES REFERIDAS NAS ALÍNEAS A) , B) E C) DO ARTIGO 42.º DO CIVA</b> (Valores das bases tributáveis, incluídos nos campos 1, 5 , 3 e 9)			
Se efectuou operações desta natureza, indique o seu valor.		104	
<b>SOMA DO QUADRO 06-A (97 + .... + 104)</b>	106		0,00
<b>20 A PRESENTE DECLARAÇÃO CORRESPONDE À VERDADE E NÃO OMITTE QUALQUER INFORMAÇÃO PEDIDA</b>			
Zona para identificação do Técnico Oficial de Contas, nos casos em que ela seja obrigatória. <b>NIF</b> _____			
<b>COMO PROCEDER AO PAGAMENTO</b>			
Se os valores inscritos na DP conduzirem a uma situação de "Imposto a Entregar ao Estado" (campo 93), o pagamento do mesmo pode ser efectuado nas caixas automáticas Multibanco, nas Tesourarias de Finanças informatizadas, nos balcões dos CTT e pela Internet, no serviço "Homebanking" das instituições bancárias que disponibilizem a opção "Pagamentos ao Estado". Utilizando o número de documento indicado no documento de pagamento, para a forma de pagamento escolhido.			



## Demonstração de Resultados por Natureza

Empresa Bruna Peraita		NIF: 251684970	
Demonstração dos resultados por naturezas em 31 de dezembro de 2021			
(em euros)			
Rendimentos e Gastos	Notas	2021	2020
Vendas e serviços prestados		1.757.231,72	
Subsídios à exploração			
Variação nos inventários da produção			
Trabalhos para a própria entidade			
Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas			
Fornecimentos e serviços externos		(22.402,40)	
Gastos com o pessoal		(109.434,40)	
Imparidade (perdas / reversões)			
Provisões (aumentos / reduções)			
Outros rendimentos			
Outros gastos			
<b>Total resultado antes de depreciações, gastos de financiamentos e impostos</b>		<b>1.625.394,92</b>	
Gastos / reversões de depreciação e de amortização		(4.599,57)	
<b>Total resultado operacional (antes de gastos de financiamentos e impostos)</b>		<b>1.620.795,35</b>	
Gastos de financiamento (líquidos)			
	<b>Total resultado antes de impostos</b>	<b>1.620.795,35</b>	
Imposto sobre o rendimento do período		(339.367,02)	
	<b>Total resultado líquido do período</b>	<b>1.281.428,33</b>	

\_\_\_\_\_

null

\_\_\_\_\_

(Contabilista Certificado)



A demonstração de resultados deste período (exercício fiscal de 2021), evidencia que do ponto de vista económico e operacional, a atividade da empresa Nutcracker gerou Resultados Positivos.

No final do ano de 2021, a empresa apresenta resultados positivos. Obteve um Resultado Líquido do Exercício de 1.281.428,33€, o qual transita para os Capitais Próprios do Balanço no exercício seguinte. Quanto mais resultados a empresa for obtendo, mais forte vai também ser o seu equilíbrio financeiro no futuro.

Na demonstração de resultados da Nutcracker, verifica-se que as Vendas superaram os Custos Fixos ultrapassando, substancialmente o Ponto Crítico de Vendas.

Podemos assim avaliar o desempenho económico, através da rentabilidade operacional e líquida do volume de negócios, evidenciando-se a formação dos resultados através da síntese proveitos e custos.



## Balanço

Empresa Bruna Peralta		NIF: 251684970	
Balanço em 31 de dezembro de 2021			
(em euros)			
Rubrica	Notas	2021	2020
<b>ATIVO</b>			
<b>Ativo não corrente</b>			
Ativos fixos tangíveis		900,00	
Ativos intangíveis		8.600,43	
Investimentos financeiros		472,08	
Créditos e outros ativos não correntes			
		<b>Total ativo não corrente</b>	9.972,51
<b>Ativo corrente</b>			
Inventários			
Clientes			
Estado e outros entes públicos			
Capital subscrito e não realizado			
Diferimentos			
Outros ativos correntes			
Caixa e depósitos bancários		2.310.679,96	
		<b>Total ativo corrente</b>	2.310.679,96
		<b>Total ativo</b>	2.320.652,47
<b>CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO</b>			
<b>Capital próprio</b>			
Capital subscrito		14.000,00	
Outros instrumentos de capital próprio			
Reservas			
Resultados transitados			
Outras variações no capital próprio			
Resultado líquido do período		1.281.428,33	
		<b>Total capital próprio</b>	1.295.428,33
<b>Passivo</b>			
<b>Passivo não corrente</b>			
Provisões			
Financiamentos obtidos			
Outras dívidas a pagar			
		<b>Total passivo não corrente</b>	
<b>Passivo corrente</b>			
Fornecedores			
Estado e outros entes públicos		1.012.539,98	
Financiamentos obtidos			
Diferimentos			
Outros passivos correntes		12.684,16	
		<b>Total passivo corrente</b>	1.025.224,14
		<b>Total passivo</b>	1.025.224,14
		<b>Total capital próprio e passivo</b>	2.320.652,47

\_\_\_\_\_

null

\_\_\_\_\_

(Contabilista Certificado)



A estrutura patrimonial da empresa Nutcracker, ou seja, o Balanço, espelha a situação financeira da mesma num dado momento - 2021. Ao tomar conhecimento desta situação em valor, a empresa pode avaliar que decisão financeira deve tomar e, assim, gerir os seus recursos financeiros da melhor maneira possível. Pode-se analisar o património constituído por bens, créditos e direitos, ou seja, todas as parcelas do Ativo, o qual é dividido em duas grandes rubricas:

- Ativos Não Correntes, constituído pela junção dos Ativos Fixos Tangíveis, Ativos Fixos Intangíveis, Investimentos Financeiros e Créditos e Outros Ativos Não Corrente, apresentando esta rubrica 9.972,53€,
- Ativos Correntes, que apresenta apenas valores na rubrica Caixa e Depósitos à Ordem e, aí, detemos 2.310.679,66€.

Os passivos representam aquilo que a empresa deve a terceiros e que esta cobre através dos seus ativos. Os passivos também se dividem em duas categorias:

- Passivo Não Corrente, em que não temos quaisquer valores neste ano de 2021 e,
- Passivo Corrente, de curto prazo que são as obrigações que a empresa tem de liquidar em menos de doze meses e, aqui temos uma dívida ao Estado e Outros Entes Públicos que ascende ao valor de 1.012.539,98€.

Finalmente, o capital próprio da empresa que representa a diferença entre os seus ativos e os seus passivos, ou seja, entre aquilo que ela possui e aquilo que ela deve. O valor do capital próprio é positivo, pois a Nutcracker tem mais ativos do que passivos. Conseguimos ver no Balanço que houve um aumento exponencial dos Capitais Próprios de 14.000 € para 1.295.428,33€.



## Viabilidade Económica e Financeira

	T0 - Investimento	2021	2022	2023	2024	2025
Investimento	-20 000,00					
Vendas Líquidas (€)		527 170	579 886	637 875	637 875	637 875
CMV		0	0	0	0	0
Pessoal		109 434,40	109 434,40	109 434,40	109 434,40	109 434,40
FSE		22 402	22 402	22 402	22 402	22 402
Cash Flow (período)	-20 000,00	395 332,72	448 049,67	506 038,31	506 038,31	506 038,31
Cash Flow (acumulado)	-20 000,00	375 332,72	823 382,38	1 329 420,70	1 835 459,01	2 341 497,33

Cenários	1 (Base)	2 (-50% Proveitos)	3 (-70% Proveitos)
<b>TIR</b>	8137,80%	3745,60%	1989,90%
<b>VAL</b>	6 884 918,00 €	3 189 502,00 €	1 711 336,00 €
<b>PayBack</b>	1 ano	1 ano	1 ano

Tendo em consideração, o investimento inicial de 20.000,00€, verificámos que no primeiro cenário, o projeto possui uma viabilidade económica e financeira, apresentando um TIR (Taxa Interna Bruta) de 8137.80% e um VAL (Valor Anual Líquido) de 6.884.918,00€, conseguindo o retorno desse mesmo investimento logo no primeiro ano.

Em relação ao segundo cenário, detemos o retorno do mesmo investimento no primeiro ano, porém com menos 50% dos proveitos. Com isso, teremos um TIR de 3745.60% e um VAL de 3.189.502,00€.

Por fim, como último cenário, tendo menos 70% dos proveitos, enquanto empresa, continuará a ter um PayBack de 1 ano, contudo terá um TIR de 1989.90% e um VAL de 1.711.336,00€.

Concluído, mesmo que possivelmente haja alguma diminuição nos proveitos, a empresa Nutcracker terá um PayBack de 1 ano, ou seja, esta empresa possui viabilidade Económica e Financeira.



## Visão Estratégica do futuro da Nutcracker

Para a concretização da Agenda 2030 sobre os ODS, os responsáveis pela Nutcracker decidiram integrar estas metas nas suas tomadas de decisão e assim contribuir com o seu poder de inovação para um futuro mais sustentável e inclusivo.

Os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Social) que decidimos abraçar enquanto empresa e, focar todas as nossas estratégias para esse fim foram o 3 - Saúde de Qualidade; o 5 - Igualdade de Género e, por último, nesta fase de desenvolvimento do nosso projeto, o 8 - Trabalho Digno e Crescimento Económico.

Preocupamo-nos sobretudo com estes três, porque:

1. a saúde de qualidade está correlacionada com o bem-estar emocional e físico que é o que o nosso produto promove pois queremos oferecer/transmitir esse acesso à saúde de qualidade aos nossos clientes e trabalhadores,
2. a igualdade de género é crucial no mundo atual, pois enquanto empresa prometemos garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida empresarial, tendo já este postulado nas regras internas da empresa na área de Recursos Humanos,
3. o trabalho digno e crescimento económico, pois queremos promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, criação de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento da empresa. Pretendemos atingir este propósito através da diversificação, modernização tecnológica e inovação seguindo as constantes mudanças tecnológicas para assim atingir níveis mais elevados de produtividade empresarial e participar mais ativamente na riqueza económica do país, desenvolvendo o nível de emprego.

A Nutcracker contempla na sua Visão Estratégica para o Futuro, os seguintes tópicos:

- Uma maior notoriedade;
- Mais utilizadores;





- Potenciar resultados na mente do cliente;
- Inovação Tecnológica.

A nossa aplicação, ao longo do tempo, oferecerá certas e determinadas atualizações de conteúdos e upgrades, fazendo sempre renovações constantes, fruto do acompanhamento da evolução tecnológica e, assim, ofereceremos cada vez mais novos conteúdos aos nossos utilizadores, para que continuem interessados e motivados ao utilizarem a SYM e como consequência continuarão fidelizados.

No futuro da SYM queremos sobretudo ter novas interações com outras aplicações e equipamentos, por exemplo Smartwatch, para que possa haver mais flexibilidade e eficiência dos resultados.

No entanto, a empresa/organização apesar de estar sempre aberta a novas inovações tecnológicas, não irá perder a sua identidade, mantendo sempre o seu foco no bem-estar emocional e físico das Pessoas. Neste Mundo da SYM o utilizador seguirá um processo inovador de cuidar da sua saúde, atingindo o equilíbrio nos 3 pilares essenciais para a vida de qualquer ser humano: Mente – Corpo – Emoção.



## Conclusão

Neste trabalho abordámos diferentes temáticas para conseguirmos alcançar aquilo a que nos propusemos: a criação de uma empresa. Foi elaborada de raiz, sendo a ideia de negócio criada por nós, a elaboração da mesma, e os seus cargos, tendo incluído a seleção das Ideias de Negócios, a aplicação da Gestão e da Contabilidade e Fiscalidade na Miniempresa até aos Resultados Financeiros da mesma e Avaliação Financeira, foram realizados com sucesso.

Este trabalho assume um papel de extrema importância para o nosso futuro enquanto profissionais, uma vez que nos permitiu entrar em contato com um contexto de criação de uma Start-up e, simultaneamente, participar na realidade vivida em contexto das empresas, obtendo certas competências e habilidades durante o desenvolvimento do Projeto. Durante o mesmo percebemos a importância de utilizar as aprendizagens passadas para construir o nosso crescimento.

Foi interessante constatar que os diversos tipos de Economias no mundo possuem diferentes formas de distribuição nos Setores de Atividade Económica, sendo os mesmos responsáveis por manter a ordem económica.

A possibilidade de estarmos mais próximos com o mundo empresarial, ajudou-nos a compreender vários aspetos, nomeadamente aquele que se tornou a nossa temática em estudo, ou seja, a Nutcracker e a respetiva aplicação SYM, originando o aprofundamento das características dos diferentes métodos, tais como: a nível de Marketing; de Estudos de Mercado; de diversas Demonstrações; das Políticas de Recursos Humanos e da Política de Privacidade e Cookies; e, por último, o da Visão Estratégica do Futuro.

Sentimos mais dificuldades em alguns desses aspetos. Inicialmente, a definição de uma ideia de negócio, pois, enquanto grupo, tínhamos inúmeras ideias, porém não eram suficientes até que tivemos a ideia de criar a aplicação SYM.

Esta mesma aplicação consiste, de uma forma simplificada, numa solução contemporânea firmada em 3 pilares: “Mente– Corpo- Emoção”, sendo criada a partir de uma necessidade real do consumidor, onde será, posteriormente, projetada para ajudar o utilizador nos diversos micro-momentos das suas rotinas diárias.



A Step Your Mind foca-se, principalmente, no bem-estar emocional e físico, sendo este mesmo tema, um dos assuntos que está na ordem do dia, pois é considerado uma tendência, fazendo com que quiséssemos destacar este mesmo assunto.

Outra dificuldade foi a fase de iniciação, de um modo geral, da miniempresa, uma vez que nenhum de nós tinha realizado um trabalho semelhante, onde se envolvem tantos conteúdos e tanta seleção de informações.

Por último, assim sendo, e fazendo uma retrospectiva de todo o processo efetuado nestes últimos meses, concluímos que a realização deste trabalho é crucial para a nossa aprendizagem e aquisição de conhecimentos a nível pessoal e profissional.



## Conclusion

In this work we addressed different themes in order to achieve what we set out to achieve: the creation of a company. It was elaborated from scratch, being the business idea created by us, the elaboration of the same, and its positions, having included the selection of Business Ideas, the application of Management and of Accounting and Taxation in the Mini-company until the Financial Results of the same and Financial Evaluation, were carried out successfully.

This work assumes a role of extreme importance for our future as professionals, since it allowed us to get in touch with a context of creation of a Start-up and, simultaneously, to participate in the reality experienced in the context of companies, obtaining certain competences and skills during the development of the Project. During the same we realized the importance of using the past learnings to build our growth.

It was interesting to see that the various types of economies in the world have different forms of distribution in the Sectors of Economic Activity, which are responsible for maintaining the economic order.

The possibility of being closer to the business world helped us to understand several aspects, namely the one that became our theme of study, i.e. Nutcracker and its application SYM, leading to a deepening of the characteristics of the different methods, such as: at the level of Marketing; of Market Studies; of several Demonstrations; of Human Resources Policies and the Privacy and Cookies Policy; and, finally, of the Strategic Vision of the Future.

We experienced more difficulties in some of these aspects. Initially, the definition of a business idea, because, as a group, we had numerous ideas, but they were not enough until we had the idea of creating the SYM application.

This same application consists, in a simplified way, in a contemporary solution based on 3 pillars: "Mind - Body - Emotion", being created from a real need of the consumer, where it will be, later, projected to help the user in the several micro-moments of their daily routines.

Step Your Mind focuses, mainly, on emotional and physical well-being, being this same theme, one of the subjects that is on the agenda, as it is considered a trend, making us want to highlight this very subject.



Another difficulty was the beginning stage, in general, of the mini-company, since none of us had ever done a similar work, with so much information required.

Finally, and looking back on the whole process over the last few months, we conclude that this work is crucial for our learning and acquisition of knowledge on both a personal and professional level.



## Webgrafia

<https://marketeer.sapo.pt/estamos-mais-emocionais-e-exigentes-10-tendencias-de-consumo-para-2021>

<https://www.digital-works.com/pt-pt/noticias/transformacao-digital-as-tendencias-para-2020/>

<https://www.ipdt.pt/tendencias-consumo-2021/>

[INE - Índice de Volume de Negócios nos Serviços - GEE](#)

[Índice de Digitalidade da Economia e da Sociedade \(IDES\) de 2020](#)

[1615\\_7\\_Deloitte\\_Analise as tendencias de consumo alimentar](#)

[Banco Central Europeu \(BCE\) | União Europeia \(europa.eu\)](#)

<https://pmemagazine.sapo.pt/o-impacto-da-pandemia-no-consumo-digital-dos-portugueses/>

[http://web.tecnico.ulisboa.pt/arlindo.oliveira/Ingenium\\_COVID\\_article.pdf](http://web.tecnico.ulisboa.pt/arlindo.oliveira/Ingenium_COVID_article.pdf)

<https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/comercio/detalhe/setor-dos-servicos-ja-perdeu-mais-de-66-mil-milhoes-de-euros-devido-a-covid-19>

[https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/be\\_dez2020\\_p.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/be_dez2020_p.pdf)

[portugal - novo código da propriedade industrial.pdf \(abreuadvogados.com\)](#)

<https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/noticias/633/>

<https://observador.pt/2021/02/11/populacao-em-teletrabalho-diminuiu-126-nos-ultimos-3-meses-de-2020-563-mil-pessoas-estiveram-neste-regime/>

[As 10 grandes tendências globais de consumo para 2021 \(ipdt.pt\)](#)

[A nova economia é digital – O Jornal Económico \(sapo.pt\)](#)

[WPC4A-DIGITAL.doc \(uminho.pt\)](#)

[::: Webinar 18 ::: Economia Digital em Portugal: a evolução | Comércio Digital \(comerciodigital.pt\)](#)



[Avanço da Economia Digital em Portugal \(millenniumbcp.pt\)](#)

[PORDATA - População empregada do sexo feminino: total e por grandes sectores de actividade económica](#)

[PORDATA - População empregada do sexo masculino: total e por grandes sectores de actividade económica](#)

<https://www.gee.gov.pt/pt/indicadores-diarios/ultimos-indicadores/30845-ine-indice-de-volume-de-negocios-nos-servicos-114>

[https://www.pordata.pt/Europa/Produto+Interno+Bruto+\(Euro\)-1786](https://www.pordata.pt/Europa/Produto+Interno+Bruto+(Euro)-1786)

<https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/comercio/detalhe/setor-dos-servicos-ja-perdeu-mais-de-66-mil-milhoes-de-euros-devido-a-covid-19~>

[https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202103\\_ecbstaff~3f6efd7e8f.pt.html](https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202103_ecbstaff~3f6efd7e8f.pt.html)

[https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/be\\_mai2021\\_p.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/be_mai2021_p.pdf)

[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_pesquisa&frm\\_accao=PESQUISAR&frm\\_show\\_page\\_num=1&frm\\_modulo\\_pesquisa=PESQUISA\\_SIMPLES&frm\\_texto=informa%C3%A7%C3%A3o+empresarial+simplificada&frm\\_modulo\\_texto=MODULO\\_TEXTO\\_ALL&frm\\_data\\_ini=&frm\\_data\\_fim=&frm\\_tema=QUALQUER\\_TEMA&frm\\_area=o\\_ine\\_area\\_Destaques&xlang=pt](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_pesquisa&frm_accao=PESQUISAR&frm_show_page_num=1&frm_modulo_pesquisa=PESQUISA_SIMPLES&frm_texto=informa%C3%A7%C3%A3o+empresarial+simplificada&frm_modulo_texto=MODULO_TEXTO_ALL&frm_data_ini=&frm_data_fim=&frm_tema=QUALQUER_TEMA&frm_area=o_ine_area_Destaques&xlang=pt)

[portugal - novo codigo da propriedade industrial.pdf \(abreuadvogados.com\)](#)



# Anexo A



## PORTUGAL - NOVO CÓDIGO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A revisão às Leis de Propriedade Industrial efetuada pelo Governo, com maior relevância na alteração do Código da Propriedade Industrial (CPI), visa reforçar a utilização do sistema da propriedade industrial em Portugal, melhorar as condições para que as empresas possam inovar e diferenciar com sucesso os seus produtos e serviços no mercado nacional e europeu.

As alterações legais efetuadas visam essencialmente:

- a. transpor para a ordem jurídica interna as regras previstas nas Diretivas:
  - i. (UE) 2015/2436 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de Dezembro de 2015, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas, de modo a promover uma maior simplificação de alguns procedimentos relativos à atribuição, manutenção e cessação de vigência de registos de marcas e reforçar os direitos conferidos aos respetivos titulares;
  - ii. (UE) 2016/943 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de Junho de 2016, relativa à proteção de know-how e de informações confidenciais (segredos comerciais) contra a sua obtenção, utilização e divulgações ilegais, instituindo um regime mais completo e reforçado de proteção do know-how que ofereça aos interessados mecanismos mais eficazes para, junto das autoridades judiciais, prevenir e reagir contra a violação dos seus segredos comerciais;
- b. melhorar, clarificar e atualizar os vários regimes legais de proteção de direitos de propriedade industrial
- c. fortalecer o sistema de proteção dos direitos de propriedade industrial, dotando-o de maior eficácia sobre a repressão dos ilícitos previstos no CPI; e

- d. rever o regime de composição dos litígios emergentes dos direitos de propriedade industrial quando estavam em causa medicamentos de referência e medicamentos genéricos, criado pela Lei n.º 62/2011, de 12 de dezembro. Estes litígios deixam de estar sujeitos a arbitragem obrigatória, podendo a parte que pretenda invocar o seu direito de propriedade industrial fazê-lo junto do Tribunal da Propriedade Intelectual ou, em caso de acordo entre as partes, junto do Tribunal arbitral institucionalizado ou efetuar pedido de submissão do litígio a arbitragem não institucionalizada. É agora também expressamente previsto que a invalidade da patente pode ser invocada e conhecida no processo arbitral, embora apenas com efeito *inter partes*.

As alterações legais efetuadas entram em vigor:

- a. as relativas à Lei n.º 62/2011, de 12 de dezembro, entraram em vigor no dia 09/01/2019.
- b. As relativas ao CPI:
- i. Em matéria de proteção dos segredos comerciais entraram em vigor no dia 1 de Janeiro de 2019 e as restantes disposições do Código da Propriedade Industrial, bem como a alteração à Lei da Organização do Sistema Judiciário (relativas à competência do Tribunal da Propriedade Intelectual), apenas entram em vigor no dia 1 de Julho de 2019.

Em termos transversais, destacamos as seguintes alterações:

- O novo Código introduz uma maior clareza nos conceitos de data de pedido de registo do direito e *data de prioridade* ultrapassando a redação ainda em vigor, que confunde estes dois conceitos.
- Em termos de direito das patentes, alinhando com os tratados internacionais, a nova lei consagra definitivamente a expressão “perito na especialidade”, que constitui um conceito relevante no quadro da apreciação dos requisitos de patenteabilidade de uma nova invenção.
- São estabelecidos novos motivos de recusa, de nulidade ou de anulação dos registos de propriedade industrial.
- Sobre os processos de declaração de nulidade e anulação de direitos e tramitação dos mesmos, pela sua importância, salientamos o seguinte:
  - o Tribunal da Propriedade Intelectual passa a ter competência apenas para processos de declaração de nulidade e de anulação de registos relativos às patentes, aos certificados complementares de proteção, aos modelos de utilidade e às topografias de produtos semicondutores;

- passa para o INPI a competência para este tipo de processos relativamente aos registos de desenhos ou modelos, de marcas, de logótipos, das denominações de origem, das indicações geográficas e das recompensas, salvo quando o pedido de invalidação de um registo resulte de um pedido reconvenicional deduzido no âmbito de uma ação que corra termos no tribunal, caso em que o tribunal de propriedade intelectual também terá competência para apreciar os pedidos de declaração de nulidade e anulação de direitos; e
- as ações de anulação e os pedidos de anulação de registos devem ser iniciados no prazo de 5 anos a contar do despacho de concessão dos direitos a que respeitam;
- É excluída a prática de atos de concorrência desleal como motivo de anulação dos registos de desenhos ou modelos, de marcas e de logótipos;
- É prevista a possibilidade de recurso das decisões arbitrais para o Tribunal da Relação territorialmente competente, sempre que a parte contrária o aceite e exista uma vinculação genérica do INPI a um centro de arbitragem voluntária institucionalizada.

No que respeita às **Invenções**, assinalamos:

- É clarificado que os direitos emergentes de patentes e de modelos de utilidade só podem ser transmitidos na sua totalidade.
- É também clarificado que para aferição da atividade inventiva de uma nova invenção, não são tomados em consideração o conteúdo dos pedidos de patente e de modelos de utilidade requeridos em data anterior ao do pedido de patente, para produzir efeitos em Portugal e ainda não publicados, desde que venham a ser publicados na mesma data ou em data posterior à do pedido de patente.
- É introduzida a previsão expressa de que a descrição insuficiente e clara de tudo o que constitui o objeto da invenção, constitui motivo de recusa da patente.
- Fim da proibição de dupla proteção de patentes nacionais e europeias.
- Introdução de um regime especial relativamente à titularidade das invenções de funcionários e agentes administrativos.
- Previsão de um regime especial relativo às invenções realizadas por funcionários ou agentes de pessoas coletivas públicas que se dedicam a atividades de investigação.
- Definição com maior detalhe dos procedimentos relativos aos certificados complementares de proteção.
- Aumento dos prazos para resposta a notificações do INPI.
- Previsão expressa de que os pedidos de patente e de modelo de utilidade não podem ser alterados de modo a conter matéria técnica que exceda o seu conteúdo tal como apresentado na data do pedido.
- Alargamento do âmbito dos direitos conferidos pela patente, prevendo-se também novas limitações a esses direitos.
- Eliminação do regime que dispensa o exame dos modelos de utilidade.
- Previsão de novas limitações aos modelos de utilidade.
- Clarificação do regime da unidade da invenção.

### Relativamente aos **Desenhos ou Modelos**:

- É introduzido um novo procedimento administrativo para a declaração de nulidade ou anulação dos registos de desenhos ou modelos,
- Passa a estar prevista a possibilidade de verificação de concorrência desleal como fundamento de recusa de registo e excluída a prática de atos de concorrência desleal como motivo de anulação desses registos.

O regime legal das **Marcas** também sofreu algumas alterações, das quais, pela sua importância se destacam:

- Eliminação da exigência de representação gráfica da marca.
- Eliminação da proibição de marcas constituídas por uma só cor.
- Alteração do prazo de validade do registo, que passa a ser contado desde a data do pedido e não da data do registo.
- Maior regulamentação das marcas coletivas e de certificação.
- Clarificação do regime de arguição da falta de uso sério de uma marca em processo de oposição a pedido de registo, em processo de recusa provisória de registo, em processos de anulação de registo e em ações com vista à abstenção de uso abusivo.
- Introdução de limitações à alteração do pedido de registo.
- Introdução de novos fundamentos de recusa de registo de marca
- Introdução de distinção legal entre o conceito de reprodução e de imitação de marca para efeitos de recusa do registo.
- Regulamentação exaustiva dos direitos conferidos pelos registos de marca.
- Proibição dirigida ao titular de um registo de marca de impedir a utilização de uma marca posteriormente registada quando esta já não possa ser declarada nula ou anulada.
- Clarificação de que a transmissão da totalidade de uma empresa implica a transmissão da marca que lhe está associada.
- O titular de uma licença de marca só tem o direito de agir judicialmente contra infratores com a autorização do titular do registo ou, sendo titular de uma licença exclusiva, se o titular do registo não propuser essa ação depois de ser notificado para o efeito pelo licenciado.
- O prazo de caducidade das marcas internacionais inicia-se na data em que a marca deixar de poder ser objeto de recusa ou de oposição.

A maior alteração à Lei é constituída pela introdução de um regime específico relativo à **Proteção dos Segredos Comerciais**. O segredo comercial assume agora um tratamento e uma proteção independente da concorrência desleal.

Finalmente, e no que respeita às **Infrações**, destacam-se:

- a criminalização da violação do direito ao logótipo.
- a tipificação dos atos que consubstanciem o crime de contrafação, imitação e uso ilegal de marca.
- o aumento dos valores mínimos e máximos das coimas referentes aos ilícitos contraordenacionais aplicáveis aos atos de concorrência desleal e violação de segredo comercial.
- a consagração da possibilidade de os órgãos de polícia criminal efetuarem um exame direto aos objetos apreendidos quando seja notório que estes não são fabricados ou comercializados pelo titular do direito.
- A instituição de um mecanismo simplificado de destruição de bens.

[www.abreuadvogados.com](http://www.abreuadvogados.com)



Para mais informações contacte [apdpa@abreuadvogados.com](mailto:apdpa@abreuadvogados.com)

Lisboa  
Av. Infante D. Henrique, 26  
1149-096 Lisboa  
☎ (+351) 217 231 800  
☎ (+351) 217 231 899  
✉ [lisboa@abreuadvogados.com](mailto:lisboa@abreuadvogados.com)

Porto  
Rua S. João de Brito, 605 E - 4º  
4100-455 Porto  
☎ (+351) 226 056 400  
☎ (+351) 226 001 816  
✉ [porto@abreuadvogados.com](mailto:porto@abreuadvogados.com)

Madeira  
Rua Dr. Brito da Câmara, 20  
9000-039 Funchal  
☎ (+351) 291 209 900  
☎ (+351) 291 209 920  
✉ [madeira@abreuadvogados.com](mailto:madeira@abreuadvogados.com)

Siga-nos

 [www.linkedin.com/company/abreu-advogados](https://www.linkedin.com/company/abreu-advogados)  
 [www.twitter.com/abreuadvogados](https://www.twitter.com/abreuadvogados)



A Abreu Advogados é a 1ª sociedade de advogados em Portugal com sistema de gestão certificado (ISO 9001).



A Abreu Advogados compensa a sua pegada de carbono e está certificada como e)mission neutral.



A Abreu Advogados é uma B Corp. As empresas B Corp, líderes do movimento global de pessoas que usam os "negócios como uma força para o bem", cumprem as mais elevadas normas corporativas em matéria de responsabilidade, transparência e desempenho social e ambiental e fomentam o poder dos negócios para resolver desafios sociais e ambientais.