

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Plano de negócio de uma Plataforma para apoio psicossocial no divórcio

Filomena Isabel Ricardo Chainho

Mestrado em Gestão de empresas

Orientador:

Prof. Doutor Renato Telo de Freitas Barbosa Pereira, Prof.
auxiliar

Iscte

Fevereiro, 2022



BUSINESS
SCHOOL

Departamento de marketing, operações e gestão geral

**Plano de negócio de uma Plataforma para apoio
psicossocial no divórcio**

Filomena Isabel Ricardo Chainho

Mestrado em Gestão de empresas

Orientador:

Prof. Doutor Renato Telo de Freitas Barbosa Pereira, Prof.
auxiliar

Iscte

Agradecimentos

Em primeiro lugar quero agradecer ao meu orientador Prof. Dr. Renato Pereira por toda a sua disponibilidade, celeridade, dedicação e orientação que me facultou ao longo deste longo caminho. De facto, elaborar um projeto desta natureza, envolve muito do nosso tempo e dedicação, mas quando se chega ao final, sente-se uma satisfação enorme pelo trabalho executado.

Ao realizar este trabalho, senti que tive a oportunidade de colocar em prática todo o conhecimento adquirido no mestrado, ao mesmo tempo que coloquei a imaginação a funcionar, mantendo sempre no horizonte uma vertente financeira bastante rentável, num modelo de negócio inovador, e que me permitisse fazer a diferença na vida das pessoas e no mundo. Creio que esse objetivo foi conseguido. Terminar este projeto, não é o fim, mas sim o princípio de uma nova etapa da minha vida.

Uma vez mais muito obrigada ao Prof. Dr. Renato e a todos os professores do ISCTE que contribuíram para o meu desenvolvimento. E por último, mas não menos importante muito obrigada a todas as pessoas que responderam ao questionário e um especial agradecimento à minha filha por toda a privação do tempo que nos tomou, mas que valeu a pena!

Abstract

In the last twenty years, divorce has increased a lot all over the world, and Portugal isn't an exception. People who are going through that situation, experience one of the most stressful life events. A lot of studies demonstrate that people who are divorced or widowed and living alone, have more health and mental problems with higher mortality rate.

In this report, the object of the study is to identify what people experience when they go through a situation like this, and find solutions to support and help them solve all the issues they need. Therefore, I am going to develop a business plan, in which a bibliographic review will be carried out in the first moment to understand the phenomena that involves this problem. Subsequently, an analysis of the external and internal environment will be carried out, which will facilitate the development of objectives and the business model. After this part, a strategy for the implementation of the project will be defined. Finally, a financial analysis will be carried out to verify its viability.

Key words: Divorce; marital dissolution; psychological distress

JEL classification codes: D60; E71; G17; I10; M13

Sumário

Nos últimos 20 anos o divórcio teve um crescimento exponencial a nível mundial e Portugal não foi exceção. Quem passa por um divórcio, vive um dos maiores eventos de vida stressantes. Muitos estudos têm demonstrado que pessoas divorciadas ou viúvas e que vivem sozinhas, têm mais problemas psicológicos e de saúde, com maiores índices de mortalidade.

A minha tese é o desenvolvimento de uma ideia inovadora para um modelo de negócio dirigido a este *target*. Para tal, vou desenvolver um *business plan*, em que num primeiro momento será realizada uma revisão bibliográfica, para compreender os fenómenos que envolvem esta problemática. Posteriormente, será efetuada uma análise ao meio envolvente externo e interno, o que facilitará o desenvolvimento de objetivos e do modelo de negócio. Terminada esta parte, será desenhada a estratégia para a implementação do projeto. Por fim, será executada uma análise financeira para comprovar a sua viabilidade financeira.

Palavras chave: Divórcio, separação, stress psicológico

Códigos Classificação JEL: D60; E71; G17; I10; M13

Índice geral

1. Revisão da Literatura.....	11
1.1 Aspectos Sociais do Divórcio.....	11
1.2 Consequências do divórcio no bem-estar psicológico.....	12
1.3 O divórcio como um processo	14
2. Identificação da oportunidade de negócio	16
2.1 Modelo de serviço por subscrição H2H	18
2.2 Proposta de valor	19
3. Metodologia para validação da ideia de negócio.....	22
3.1 Análise de mercado	22
3.1.2 Análise externa	22
3.1.3 Análise interna.....	24
3.2. Definição de objetivos e estratégias de desenvolvimento	24
3.3. Definição de políticas de implementação.....	24
3.3.1 Marketing-Mix 7Ps.....	25
3.4 Análise da viabilidade financeira	25
4. Análise de mercado	27
4.1 Estudo de mercado.....	27
4.2 Micro-caracterização	32
4.3 Análise macro do ambiente externo	34
4.4 Análise da Concorrência.....	35
4.5 Análise interna: Identificação dos pontos fortes e fracos para o negócio	38
4.6 Análise competitiva: Confrontação de oportunidades e ameaças com pontos fortes e fracos (análise swot qualificada)	39
4.7 Apresentação do negócio e objetivos estratégicos	41
5. Estratégias de desenvolvimento.....	43
6 - Definição de políticas de implementação.....	45
6.1 Marketing-Mix 7Ps.....	45
6.1.2 Segmentação, Target e Posicionamento (STP).....	45
6.1.3 Serviços:	47
6.1.4 Preço:	48

6.1.5 Distribuição:	48
6.1.6 Comunicação:	48
6.1.7 Evidência física:	49
6.1.8 Pessoas:	50
6.1.9 Parceiros:	50
7. Modelo Canvas	51
8. Requisitos para a implementação	53
9. Avaliação financeira	55
9.1 Pressupostos	55
9.2 Investimento em CAPEX, amortizações e depreciações	55
9.3 Previsão de vendas	56
9.4 Outros custos fixos e variáveis	57
9.5 Gastos com pessoal	61
9.6 Mapa dívida	62
9.7 Demonstração de Resultados	63
9.8 Balanço previsional	64
9.9 WACC	65
9.10 Mapa de cashflow	66
9.11 Análise de sensibilidade	67
10. Conclusão	68
11. Anexos	75
Anexo A – Questionário efetuado	75
Anexo B – Análise swot	102
Anexo C – Mapa de competências	103
Anexo D – Preço venda ao cliente final	104
Anexo E – Previsão de consultas de psicologia	105
Anexo F – Previsão de vendas	106
Anexo G – Previsão de gastos variáveis associados à previsão das vendas	116
Anexo H – Gastos com publicidade	125
Anexo I – Gastos com pessoal	126
Anexo J – Simulação de empréstimo bancário	127

Índice figuras

Figura 2.1 – Proposta de valor Canvas	21
Figura 6.1 – Triangulo de ouro	47
Figura 6.2 – Organograma empresa	50
Figura 7.1 – Modelo Canvas.....	52
Figura A.1 –Género	87
Figura A.2 –Idade	88
Figura A.3 –Habilitações Literárias.....	89
Figura A.4 –Zona geográfica de residência.....	89
Figura A.5 –Tem filhos?.....	90
Figura A.6 –Idade dos filhos?.....	90
Figura A.7 –Estado civil.....	90
Figura A.8 –Como se sentiu	91
Figura A.9 –Grau de concordância.....	92
Figura A.10 –O que ajudou a superar o divórcio	93
Figura A.11 –Grau de importância para superar o divórcio	94
Figura A.12 –Serviços com desconto	95
Figura A.13 –Utiliza a internet	95
Figura A.14 –Dispositivo que acede.....	96
Figura A.15 –Conta nas redes sociais.....	97
Figura A.16 –Frequência de uso das redes sociais	98
Figura A.17 –Compras online	98
Figura A.18 –Como encontrou o produto/ serviço	99
Figura A.19 –Onde efetuou a compra	99
Figura A.20 –Já contratou ou tem contratado serviço por subscrição?.....	100
Figura A.21 –Quais os motivos para contratar serviços/ produtos por subscrição?.....	101

Índice quadros

Quadro 4.1 – Análise Pestal	34
Quadro 4.2 – Análise swot qualificada.....	40
Quadro 4.3 – Objetivos estratégicos.....	42
Quadro 6.1 – Variáveis Target	46
Quadro 8.1 – Cronograma de implementação	54
Quadro 9.1 – Pressupostos.....	55
Quadro 9.2 – Investimento em CAPEX	56
Quadro 9.3 – Amortizações e depreciações.....	56
Quadro 9.4 – Vendas anuais	57
Quadro 9.5 – Crescimento da faturação	57
Quadro 9.6 – Custos fixos mensais	58
Quadro 9.7 – Custos variáveis mensais	59
Quadro 9.8 – Custos variáveis anuais.....	60
Quadro:9.9 – Custos fixos anuais	61
Quadro: 9.10 – Custos com publicidade.....	61
Quadro 9.11 – Custos com o pessoal.....	62
Quadro 9.12 – Dados para elaboração mapa da dívida	62
Quadro 9.13 – Mapa de dívida	63
Quadro 9.14 – Demonstração de resultados	64
Quadro 9.15 – Balanço Previsional	64
Quadro 9.16 – Cálculo Beta Unlevered, Beta Levered e Custo do capital próprio.....	65
Quadro 9.17 – Determinação do wacc.....	65
Quadro 9.18 – Mapa de Cashflow	66
Quadro 9.19 – Avaliação financeira	67
Quadro 9.20 – Análise de cenários	67
Quadro A.1 –Já passou por um divórcio/separação?.....	87
Quadro A.2 –Género.....	88
Quadro A.3 –Idade	88
Quadro A.4 –Habilitações Literárias	88
Quadro A.5 –Zona geográfica de residência	89

Quadro A.6 –Tem filhos?	90
Quadro A.7 –Idade dos filhos.....	90
Quadro A.8 –Estado civil	90
Quadro A.9 –Como se sentiu.....	91
Quadro A.10 –Grau de concordância	91
Quadro A.11 –O que ajudou a superar o divórcio	92
Quadro A.12 –Grau de importância para superar o divórcio	93
Quadro A.13 –Serviços com desconto	94
Quadro A.14 –Sugestão de serviços	95
Quadro A.15 –Utiliza a internet	95
Quadro A.16 –Dispositivo que acede	96
Quadro A.17 –Conta nas redes sociais	96
Quadro A.18 –Frequência de uso das redes sociais.....	97
Quadro A.19 –Compras online.....	98
Quadro A.20 –Como encontrou o produto/ serviço	98
Quadro A.21 –Onde efetuou a compra.....	99
Quadro A.22 –Já contratou ou tem contratado serviço por subscrição?	99
Quadro A.23 –Quais os motivos para contratar serviços/produtos por subscrição?	100
Quadro B.1 –Análise swot.....	102
Quadro C.1 –Competências	103
Quadro C.2 –Competências transversais	103
Quadro D.1 –Tabela preço de venda ao consumidor.....	104
Quadro E.1 –Previsão consultas de psicologia	105
Quadro F.1 – Previsão vendas subscrição e psicologia abril a dezembro 2022	106
Quadro F.2 – Previsão vendas atividades outdoor abril a dezembro 2022.....	106
Quadro F.3 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total geral abril a dezembro 2022	106
Quadro F.4 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a julho 2023	107
Quadro F.5 – Previsão vendas subscrição e psicologia agosto a dezembro 2023	107
Quadro F.6 – Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2023	107
Quadro F.7 – Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2023.....	108
Quadro F.8 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2023.	108

Quadro F.9 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total venda geral julho a dezembro 2023	108
Quadro F.10 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a junho 2024	109
Quadro F.11 – Previsão vendas subscrição e psicologia julho a dezembro 2024	109
Quadro F.12 – Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2024	109
Quadro F.13 – Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2024.....	110
Quadro F.14 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2024	110
Quadro F.15 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2024	110
Quadro F.16 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a Junho 2025.....	111
Quadro F.17 – Previsão vendas subscrição e psicologia julho a dezembro 2025	111
Quadro F.18: Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2025	111
Quadro F.19: Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2025.....	112
Quadro F.20 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2025	112
Quadro F.21 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2025	113
Quadro F.22 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a junho 2026	113
Quadro F.23 – Previsão vendas subscrição e psicologia julho a dezembro 2026	113
Quadro F.24: Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2026	114
Quadro F.25: Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2026.....	115
Quadro F.26 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2026	115
Quadro F.27 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2026	115
Quadro G.1: Previsão custos atividades outdoor abril a julho 2022	116
Quadro G.2: Previsão custos atividades outdoor agosto a dezembro 2022.....	117
Quadro G.3: Previsão custos escapadinhas e total de abril a agosto 2022	117
Quadro G.4: Previsão custos escapadinhas e total setembro a dezembro 2022	118
Quadro G.5: Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2023.....	118
Quadro G.6: Previsão custos atividades outdoor agosto a dezembro 2023.....	119
Quadro G.7: Previsão custos escapadinhas e total janeiro a junho 2023	119
Quadro G.8: Previsão custos escapadinhas e total julho a dezembro 2023.....	119
Quadro G.9: Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2024.....	120

Quadro G.10: Previsão custos atividades outdoor julho a dezembro 2024	120
Quadro G.11: Previsão custos escapadinhas e total janeiro a junho 2024	121
Quadro G.12: Previsão custos escapadinhas e total julho a dezembro 2024.....	121
Quadro G.13: Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2025.....	121
Quadro G.14: Previsão custos atividades outdoor julho a dezembro 2025	122
Quadro G.15: Previsão custos escapadinhas e total janeiro a junho 2025	122
Quadro G.16: Previsão custos escapadinhas e total julho a dezembro 2025.....	122
Quadro G.17: Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2026.....	123
Quadro G.18: Previsão custos atividades outdoor julho a dezembro 2026.....	123
Quadro G.19: Previsão custos escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2026 .	124
Quadro G.20: Previsão custos escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2026	124
Quadro H.1 – Gastos com publicidade 2022 - 2026.....	125
Quadro I.1 – Gastos com o pessoal de 2022 a 2026.....	126

1. Revisão da Literatura

1.1 Aspetos Sociais do Divórcio

O divórcio é um fenómeno que teve nos últimos 30 anos um aumento exponencial verificável em muitos países industrializados e que se traduziu em mudanças estruturais no conceito da família tradicional. O aparecimento da República esteve intimamente ligado com a dissociação da igreja ao estado. Instituir o casamento pelo registo civil propunha impor uma lógica do casamento como um contrato, com a possibilidade de dissolução, perspectiva contrária à do sagrado sacramento da igreja católica praticada até então (Torres, 1996). Segundo a mesma autora, o conceito do casamento também mudou, passou para a procura de um parceiro por amor, e muitas vezes quando o casamento não corresponde à ideia romantizada da felicidade, o divórcio surge como uma nova oportunidade para encontrar a felicidade.

Em Portugal, foi no após 25 de Abril que se dão as grandes mudanças no direito da família, o divórcio entre os católicos passa a ser permitido a partir de 1975, e em 1977 é abolido do código civil a figura do chefe de família promovendo a igualdade dos direitos da mulher que passa a ser considerada para as decisões relativas à família.

A entrada da mulher no mercado de trabalho e a sua permanência levou a uma independência financeira, o uso de contraceptivos que se traduziu na diminuição da natalidade e a alteração da legislação, foram fenómenos responsáveis pelo aumento dos divórcios. Aliás podemos constatar através das estatísticas divulgadas pelo INE e Pordata que em 1970, existia um rácio de 1,1% de divórcios por cada 100 casamentos e em 2019 existia um rácio de 61,4% por cada 100 casamentos, o que demonstra o aumento exponencial dos divórcios.

Verificamos também que existe uma média anual de 20.000 divórcios, com algumas diferenças entre os sexos relativamente à idade, em 2019 à data do divórcio, os homens tinham uma média de idade de 47 anos e as mulheres 45 anos. A média de anos dos casamentos rondava os 17 anos. Atualmente em muitos países, inclusive Portugal, o aumento do número de divórcios é acompanhado da descida de taxas de nupcialidade e natalidade. Cada vez mais se assiste a um aumento de uniões de fato, lares monoparentais e de pessoas que vivem sozinhas.

1.2 Consequências do divórcio no bem-estar psicológico

Vários estudos têm demonstrado que pessoas que se separam, divorciam ou ficam viúvas possuem níveis mais baixos de bem-estar psicológico do que aquelas que são casadas ou vivem em união de facto (Demey D. et al., 2014). Um nível baixo de bem-estar está relacionado com aumento de problemas de saúde, incluindo diminuição na qualidade de vida, aumento do sofrimento psicológico e maior risco de mortalidade (Bourassa et al., 2019). Estas evidências não são novas e têm sido bastante estudadas ao longo dos tempos, existem vários estudos que se focam essencialmente na saúde mental, e que têm demonstrado que a separação está associada a um aumento da depressão, baixa autoestima, sentimentos de infelicidade ou problemas de saúde, com algumas diferenças entre os sexos (Marks and Lambert 1998; Simon 2002; Williams 2003; Strohchein et al. 2005; Gardner and Oswald 2006; Williams and Dunne-Bryant 2006; Scott et al.2020) como citado em (Biotteau, Bonnet, & Cambois, 2019).

Existem vários fatores que podem influenciar pela negativa a forma como vivem a situação do divórcio, tais como várias separações (Demey D. et al., 2014; Biotteau, et al., 2019)), incapacidade de criar uma distância psicológica ao afastar pensamentos negativos ou memórias (Bourassa et al., 2019). Pessoas que conseguem adoptar uma perspectiva de distanciamento conseguem gerir de uma forma mais adaptativa situações de crise. Segundo vários estudos, a saúde mental das pessoas que se separam sofre um declínio nos 2-3 primeiros anos a seguir à separação e começa a melhorar nos anos seguintes, embora em algumas pessoas o efeito da separação possa persistir ao longo do tempo (Biotteau et al., 2019).

Dificuldades financeiras e perda de relações sociais podem explicar em parte os problemas de saúde prevalentes entre as pessoas que se separam ou vivem sozinhas em comparação com as que se mantêm casadas. Normalmente os efeitos benéficos de viver em união melhora a situação financeira uma vez que existe a partilha das despesas e alarga a rede de contatos sociais. Com a separação existe uma perda destes benefícios, o que pode explicar os sentimentos negativos vivenciados. Conforme Biotteau et al., (2019) comprovaram no estudo que realizaram, a perda de recursos financeiros e a redução da rede de contatos sociais aumenta o risco de sintomas depressivos, existindo diferenças significativas no género, sendo as mulheres as que apresentam maior declínio em termos

da saúde mental, situação que poderá ser explicada pelas diferenças salariais que existem entre os sexos.

Existem também pessoas que se adaptam de uma forma positiva ao divórcio, o que está intimamente relacionado com a forma como vivenciam o divórcio, e sobretudo como gerem as emoções. Pessoas com maior dificuldade na regulação emocional apresentam maior sintomatologia depressiva (Garrido Rojas, et al. 2020). Fatores como o sexo, presença de filhos, iniciativa do divórcio, stress experimentado durante a separação e nível socioeconómico influenciam a presença de sintomatologia depressiva. Um estudo realizado no Chile por Garrido Rojas, et al. (2020) numa amostra de 518 pessoas divorciadas e separadas permitiu concluir que o efeito da dificuldade na regulação emocional sobre os níveis de depressão, está moderado pelo nível de stress experimentado pela rutura e por quem tomou a iniciativa da separação.

Quando as pessoas passam por eventos stressantes, como por exemplo o processo de ajuste a uma separação, não só experimentam sentimentos de raiva, culpa e tristeza, mas também estão mais suscetíveis a desenvolver depressão. Dentro dos fatores que podem favorecer o aparecimento desta patologia, estão as dificuldades de regulação emocional, o nível socioeconómico, a iniciativa da separação e quanto stressante foi a separação (Garrido Rojas, et al. 2020). Neste estudo verificaram que quem tem níveis de stress mais altos e quem não tomou a iniciativa para o divórcio tem maior risco para desregulação emocional com maior predisposição para desenvolver depressão. O facto de quem toma a iniciativa para o divórcio apresentar níveis mais baixos de depressão, aspeto este verificado em outros estudos, e de se adaptarem mais rapidamente à nova situação, poderá estar ligado com o controlo percebido sobre a situação e de estarem mais preparados emocionalmente.

De acordo com estudos anteriores, o stress teria um efeito amplificador sobre os sintomas depressivos. Esta conjugação de fatores está associada a maiores níveis de depressão, sendo necessária a promoção de estratégias de regulação emocional adaptativas que promovam o bem-estar e diminuam os sintomas depressivos (Garrido Rojas, et al. 2020). Segundo o modelo do stress social, eventos de vida têm um efeito bastante significativo na saúde mental e no sentimento de tristeza, tal como perder um parceiro, quer seja através do divórcio ou de uma situação de viuvez (J.C. Van Ours, 2021). Os fatores stressantes mais prevalentes numa situação de divórcio incluem restrições financeiras, mudança de casa, guarda dos filhos, e redução das relações sociais.

A aceitação de situações vitais negativas ou stressantes está associada a uma maior resiliência e qualidade de vida em várias situações.

Encontrar um novo parceiro após o divórcio é outra estratégia de *coping* bastante eficaz, segundo um estudo realizado por Sara Symoens, Elien Colman, Piet Bracke (2014), os que viviam com um novo parceiro manifestaram sentir-se mais satisfeitos com a vida, reportavam maior autoestima e sentiam-se menos deprimidos em comparação com quem vivia sozinho. Também verificaram que casamentos em que existiram relações conflituosas o divórcio foi sentido de uma forma mais positiva.

Ter um parceiro é um recurso crítico do suporte social e a ausência de um companheiro/a está positivamente associada com o sentimento de solidão (Matthew R. Wrigth et al. 2020). Ainda segundo os mesmos autores, num estudo que realizaram constataram que voltar a casar, ajudou a reduzir os sentimentos de solidão, o que sugere que ter um companheiro/a promove suporte, um recurso adicional de apoio social e emocional e que também pode ser uma forma de expandir a sua rede de *networking*. Também verificaram que os amigos estão associados a menores sentimentos de solidão. Este aspeto demonstra como a amizade pode ser uma das estratégias de *coping* mais eficazes para lidar com a solidão.

1.3 O divórcio como um processo

O divórcio pode ser considerado um processo constituído por diversas etapas através das quais a pessoa que se divorcia passa, até chegar à reorganização vital e afetiva (Yárnoz-Yaben, 2014). O processo que leva ao divórcio pode começar muitos anos antes da separação, o que pode levar a consequências nefastas na saúde mental dos envolvidos. Pessoas que se divorciam, independentemente do sexo, entram mais em contato com os serviços de cuidados primários dos que se encontram casados, inclusivamente alguns anos anteriores ao processo de divórcio (Anne Reneflot et al. 2020).

O divórcio deve ser visto como um processo constituído por várias etapas. Seguindo esta perspetiva Nicole Kapelle et al. (2021) desenvolveram um modelo em que consideram 4 etapas que constituem o processo do divórcio e que são particularmente relevantes em termos financeiros, e que são: os planos de separação ainda durante o casamento, o período da separação, os processos legais do divórcio e o ajustamento pós-divórcio, onde o estado de saúde pode variar consoante a etapa em que o indivíduo esteja.

A transição a uma nova etapa da vida associada ao divórcio, implica várias mudanças em diferentes esferas da vida da pessoa, como a reorganização da estrutura familiar e os seus papéis, novas redes de apoio e adaptações a nível financeiro, entre outras.

2. Identificação da oportunidade de negócio

Com o aparecimento da pandemia muitas pessoas conectaram-se à internet pela primeira vez, o que levou a um aumento significativo dos utilizadores nos últimos 12 meses. Segundo consta no relatório global de Hootsuite, existem 4,66 biliões de utilizadores da internet em todo o mundo, o que representa 59,5% da população mundial, em que 4,20 biliões de pessoas é utilizadora ativa de *social media*, o que representa 53,6% da população mundial, sendo que 98,8% ou seja, 4,15 biliões acedem via *mobile*. Comparando com o ano anterior houve um aumento de mais 13,2%, o que significa um acréscimo de mais 490 milhões de utilizadores. Se compararmos com o ano de 2016 em que apenas 2,31 biliões utilizavam o *social media*, podemos verificar que em apenas 5 anos o número de utilizadores duplicou. As pessoas que utilizam *social media* (redes sociais, blogs, vídeos, sites, *reviews* de produtos/ serviços, grupos, comunidades, etc) passam normalmente 2 horas e 25 minutos por dia. Cerca de 44,8% utilizam o *social media* para procurar informação sobre uma marca, sendo que 92,6% acede à internet através do telemóvel, onde passa um tempo médio de 4h10 m.

Segundo o mesmo relatório relativamente a Portugal, em janeiro de 2021, existiam 8,58 milhões de utilizadores da internet, em que 7,80 milhões eram utilizadores de *social media*, onde existiu um aumento de 11% entre 2020 e 2021, existindo 15,80 milhões de utilizadores de telemóveis.

Com o desenvolvimento da internet as pessoas estão mais conectadas, podendo desenvolver e partilhar conteúdos, o que se manifesta em mudanças do comportamento relativamente às suas preferências de compra e de venda. Conforme o relatório global do Hootsuit 7 em cada 10 consumidores procuram artigos na internet, 81,5% procura um produto ou serviço *online*, 90,4% já visitou uma loja *online*, 69,4% usa uma *app* para efetuar compras, 76,8% comprou um produto *online* e 55,4% comprou um produto através do *mobile*.

Ao usar o *social media*, os e-consumidores têm acesso a diferentes fontes de informação partilhada por outros e-consumidores, sobre as suas experiências e recomendações, o que influencia na tomada de decisão de compra (Rana Tajvidi et al, 2017). Ainda segundo os mesmos autores, o uso do *social media* melhora a *performance* das organizações e se for aliado a uma estratégia de marketing os resultados ainda serão melhores.

O *social media* é usado por bilhões de pessoas no mundo inteiro em que existe uma audiência massiva que passa várias horas por dia a utilizar (Amandeep Singh et al., 2021). Estas pessoas criam mais de 500 milhões de tweets por dia no twitter, carregam mais de 95 milhões de fotos por dia no instagram, atualizam mais de um bilhão de status, postam mais de 1,8 bilhões comentários e carregam cerca de 480 milhões de fotos por dia no facebook, conforme Smith, K. citado por (Ladislav Pilar. et al, 2021).

Um fator de sucesso para uma empresa sobreviver num ambiente competitivo, como o da internet, é ter uma estratégia focada no serviço ao cliente para proporcionar experiências memoráveis, de modo a garantir a sua fidelização. De acordo com Paula Rita et al. (2019) existem 3 dimensões que têm um impacto positivo na qualidade do e-serviço e que são o design do site, a segurança/privacidade e o cumprimento do acordado com o cliente. Estes autores também verificaram que a qualidade do e-serviço tem um impacto positivo na satisfação e confiança do cliente, tal como menciona Iham Tariq Ismail Al-Nuaimi et al. (2020) a qualidade do e-serviço é um dos fatores críticos que decide o sucesso ou o fracasso de uma organização e que pode aumentar a sua vantagem competitiva. Quanto melhor for a qualidade do e-serviço de uma empresa, maior é a confiança do cliente. Também Hanny Juwitasary et al. (2020) encontraram uma relação significativa entre o e-serviço, e-qualidade, e-satisfação do cliente e e-lealdade. Para Ahmad Samed Al-Adwan et al. (2019) e-confiança e e-satisfação influenciam a e-lealdade, o que indica que quando um consumidor está satisfeito com um website desenvolve uma resposta favorável. Estes autores, também verificaram que e-confiança tem um impacto positivo e significativo na e-lealdade e que é o maior determinante da e-satisfação. Ainda segundo os mesmos autores, o design do website tem um papel significativo no processo do desenvolvimento da e-satisfação dos consumidores. Características como navegação, interface, website content, são importantes para o cliente ter uma prazerosa e favorável experiência.

Yoojin Kim et al. (2020) analisaram o que leva o e-consumidor a contratar e manter serviços por subscrição através de plataformas e verificaram que também aqui a diferenciação e qualidade do serviço tem um impacto positivo na percepção do valor por parte do e-consumidor. O mercado do e-serviço é sobretudo orientado para o cliente, e a sua rápida expansão e fácil acesso faz com que seja um mercado atrativo para as organizações. A usabilidade e facilidade da utilização têm um forte impacto na satisfação do e-cliente. (Natalia vatolkina et al., 2020). Para estes autores a qualidade do e-serviço

inclui a experiência do e-consumidor como uma variável essencial que tem uma influência significativa na satisfação e intenção de voltar a repetir a compra.

A reputação das empresas influencia o grau de confiança dos clientes, e apesar da qualidade do serviço ter um papel crítico, as empresas que comercializam através da internet usam o *social media* para construir a sua reputação junto dos seus clientes. Segundo Yun Kyung Cho et al. (2021) o uso do *social media* tem uma relação significativa com a reputação. O *social media* é a ferramenta mais popular de comunicação para as organizações e para os consumidores, aumentando a fidelização dos clientes. No entanto, só é efetiva se o serviço oferecido for credível (Tarun Kumar Singhal et al., 2019).

2.1 Modelo de serviço por subscrição H2H

Considerando a revolução digital 4.0 que estamos a presenciar e que provoca mudanças drásticas no comportamento do consumidor, no seu estilo de vida, na forma como comunica e se relaciona, mas também na organização das relações económicas e na gestão das vendas, é pretendido desenvolver um modelo por subscrição com o pagamento de um *fee* mensal. A modalidade gratuita terá como objetivo a partilha de informação com valor para o *target*, de modo a construir *awareness*, atrair novos clientes, incentivar as pessoas a experimentarem e a inscreverem. O que leva a escolher este modelo prende-se com o facto de existir uma regularidade e previsibilidade da faturação, uma vez que é um modelo de longa duração entre o cliente e a empresa.

Para ter sucesso neste modelo, e considerando a revisão da literatura anteriormente realizada, a qualidade do e-serviço e a -confiança é a chave do sucesso para uma relação de longa duração entre a empresa e o consumidor levando-o a escolher o serviço por subscrição. Pretende-se utilizar as ferramentas digitais e o marketing digital para criar relações duradouras com os clientes e criar valor para a organização. Se considerarmos que 85% de todos os consumidores faz procuras online, o marketing digital atua como um catalisador para construir a marca para o consumidor (Dr Ennala Deepa et al., 2021).

Uma das ferramentas que a utilizar é o *social media* que pode ser usado para construir relações com os clientes, mas também para gerir contatos, o que contribui para o seu *engagement* (Michal Kucia et al., 2021). As tecnologias de informação aliadas às ferramentas de marketing digital, ajudam a construir as relações com os clientes e a

construir valor para as organizações (Ziolkowska, 2021). Seguindo esta linha, dentro da estratégia que é pretendida desenvolver será colocado o foco no seguinte:

Foco em 3 grandes áreas: *Customer experience, customer centricity* e tratamento de dados.

Marketing digital: construir a imagem da marca, desenvolver a lealdade dos consumidores, impactar nas suas decisões, incentivar e engajar os clientes.

Numa fase de lançamento da marca, a estratégia de comunicação será a atração e aquisição de novos clientes, mas posteriormente a prioridade do negócio será a sua retenção. Para tal, será oferecido um serviço integrado, personalizado e humanizado que superará as expectativas dos clientes.

2.2 Proposta de valor

De modo a criar uma proposta de valor que vá de encontro às necessidades do consumidor, e a posicionar os serviços em torno do que ele realmente valoriza, será utilizado o modelo Canvas proposta de valor. Este modelo é composto por dois blocos do modelo canvas, a proposta de valor e o segmento de clientes e tem como finalidade ajudar a resolver os problemas dos clientes, de modo a fazer um encaixe entre mercado-produto ou problema-solução.

Numa primeira fase é essencial considerar qual é o seu perfil, para tal, em primeiro lugar é necessário identificar quais as tarefas do cliente, isto é perceber o que necessitam de tratar, quais os problemas ou necessidades que precisam de resolver. Em seguida, deve identificar as dores dos clientes, ou seja, as dificuldades que podem viver antes, durante ou após a realização das tarefas anteriormente identificadas. Posteriormente identifica-se os ganhos do cliente, isto é, quais os benefícios que poderiam superar as expectativas na resolução das suas necessidades.

Terminado o desenho do perfil do cliente, colocar-se-á o foco nos produtos e serviços para a criação do mapa de valor. Aqui também é necessário olhar para três aspetos diferentes. O primeiro é listar todos os produtos e serviços que a proposta de valor oferece. Posteriormente, descrever como os produtos ou serviços aliviam as dores dos clientes e por fim, os criadores de ganhos, em que se descreve como os produtos e serviços criam valor para os clientes.

Adotar uma relação de proximidade e personalização com os clientes, humanizar a experiência on-line do consumidor, antes e após a compra, será a vantagem competitiva do serviço. Como Ziolkowska (2021) menciona é a transição de um modelo de colaboração B2C ou B2B para H2H (human-to-human) em que é baseado em mensagens personalizadas para todos os *stakeholders* envolvidos, usando as ferramentas do *social media* para criar uma relação de proximidade.

Seguindo o modelo canvas para a criação de uma proposta de valor e a revisão da literatura anteriormente efetuada, sobre os aspetos psicossociais do divórcio, é pretendido oferecer uma série de serviços integrados para cada necessidade sentida, em cada fase do processo do divórcio (ver figura 1).

Considerando a evolução tecnológica e a alteração dos comportamentos por parte dos consumidores, é pretendido disponibilizar um serviço de apoio psicossocial a divorciados, através de uma plataforma que facilitará o acesso e subscrição aos serviços. Embora o modelo de negócio tenha uma forte componente digital, irá funcionar num modelo híbrido, em que serão proporcionadas várias ações presenciais, como forma de reforçar o *networking*, sentimento de pertença entre os membros e reforço da relação e *engagement* com a marca.

Os membros acedem a uma série de serviços, alguns com valores mais competitivos do que no mercado, mas a subscrição é muito mais do que o acesso a uma empresa, é um estilo de vida que se adota.

Título: O apoio que necessita

Subtítulo: Não está sozinho! Fale com os melhores profissionais à distância de um click

- O seu bem-estar é a nossa prioridade
- Estamos sempre aqui para o apoiar
- Serviço de excelência com os melhores especialistas
- Mais do que uma empresa
- Pacotes com os melhores preços do mercado



Figura 2.1 – Proposta de valor Canvas

3. Metodologia para validação da ideia de negócio

Para a construção de um modelo de negócio de sucesso é essencial planificar toda uma estratégia, com objetivos claramente definidos, considerando a implementação e desenvolvimento da atividade da empresa e assim minimizar os riscos de fracasso. Uma vez que é pretendido desenvolver um novo negócio, serão tidos em conta determinados passos que contribuirão para o desenho da estratégia do modelo de negócio, considerando a sua implementação, desenvolvimento e avaliação da viabilidade financeira.

3.1 Análise de mercado

Em primeiro lugar será efetuada uma análise ao mercado onde a empresa se pretende inserir. Este ponto tem uma relevância bastante importante para o contributo do sucesso do negócio, uma vez que servirá de bússola ao desenho de uma estratégia vencedora. Dentro da análise de mercado, teremos duas perspetivas distintas, uma será a análise externa, em que é focada na envolvente exterior à empresa e outra que será uma análise interna, em que será virada para dentro da empresa. Para a análise de mercado externa serão considerados os seguintes pontos: estudo de mercado, micro-caracterização, análise Pestal e análise da concorrência. Quanto à análise de mercado interna após a identificação dos pontos fortes e fracos para o negócio, proceder-se-á a uma análise swot qualificada onde será realizado um cruzamento entre as oportunidades e ameaças vs os pontos fortes e fracos.

3.1.2 Análise externa

3.1.2.1 Estudo de mercado

Quando uma empresa pretende desenvolver um novo produto ou serviço, em primeiro lugar tem de conhecer muito bem a quem se dirige, quais são as suas necessidades e o que mais valorizam. Para poder auferir esta informação vai ser realizado um estudo quantitativo junto do target que é pretendido alcançar (pessoas que estão a passar ou já passaram por um divórcio/ separação). Com este estudo pretende-se identificar quais são as necessidades sentidas, os serviços mais valorizados, como procuram e compram os serviços na internet, e assim validar e ajustar a proposta de valor às necessidades identificadas. Após a revisão da literatura sobre os aspetos que mais afetam as pessoas que passam por um divórcio, e também sobre a caracterização da utilização da internet,

será desenvolvido um questionário no google forms tendo em conta esses pontos e compartilhado através das redes sociais (Whatsapp, LinkedIn, Facebook, e-mail). É pretendido conseguir pelo menos uma amostra $n=100$, para que seja representativa da população que estamos a estudar. Posteriormente os dados serão extrapolados para o excel e analisados de modo a retirar conclusões que permitam acrescentar valor à proposta de serviço.

3.1.2.2 Micro-caracterização

Uma vez que o modelo de negócio é o desenvolvimento de uma plataforma comercializada através do canal online, será necessário fazer uma análise à utilização da internet em Portugal. Estes dados, ajudarão a compreender melhor as características deste canal e permitirão desenvolver uma estratégia de comunicação muito mais sólida em função dos resultados desta caracterização, conjugando com os resultados do estudo de mercado previamente realizado.

3.1.2.3 Análise macro do ambiente externo

Uma empresa quando se desenvolve é influenciada por vários fatores que podem afetar a rentabilidade e perpetuar a sua existência ao longo do tempo. A envolvente onde uma empresa está inserida é um desses fatores, pois pode determinar aspetos tão importantes que podem impactar desde logo na sua criação. Considerando a importância deste ponto, será efetuada uma análise aos fatores macros do ambiente externo, ou seja, uma análise PESTAL, em que considera os seguintes aspetos: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental e Legal. Esta análise permitirá ter um maior conhecimento da envolvente onde a empresa se vai inserir e a partir daí incluir no desenvolvimento da estratégia aspetos importantes que possam influenciar os resultados e melhorar a *performance*.

3.1.3.4 Análise da Concorrência

Estudar a concorrência, como se posiciona, qual a sua proposta de valor, como comunica com o mercado, pode ajudar a melhorar a proposta de valor, a definir qual o posicionamento que a empresa pretende alcançar face à concorrência e qual a quota de mercado que deseja conquistar.

3.1.3 Análise interna

3.1.3.1 Identificação dos pontos fortes e fracos para o negócio

Neste ponto será tido em consideração quais as variáveis que são favoráveis e desfavoráveis ao modelo de negócio e que contribuem para o sucesso da empresa. Esta análise é particularmente importante porque permitirá encontrar soluções para superar algum fator desfavorável que possa ser impeditivo de alcançar o sucesso,

3.1.3.2 Análise *swot* qualificada

Num primeiro lugar será realizada uma análise *swot* simplificada para fazer um levantamento das oportunidades *versus* ameaças e das forças *versus* fraquezas, considerando os dois contextos anteriormente estudados, isto é, o meio envolvente onde a empresa se pretende afirmar e os pontos fortes e fracos da empresa. A partir daqui, será feito um cruzamento entre as várias possibilidades e encontrado estratégias a fim de transformar os pontos bloqueadores em potenciadores de negócio, e contribuir deste modo para o sucesso do negócio.

3.2 Definição de objetivos e estratégias de desenvolvimento

Para o desenvolvimento da estratégia a implementar, em primeiro lugar serão definidos os objetivos estratégicos do modelo de negócio. Os objetivos orientam a direção a seguir e consequentemente as ações necessárias para lá chegar. Para a definição dos objetivos será utilizada a metodologia objetivos SMART - *Specific, Measurable, Attainable, Realistic e Time-bound* que permite definir objetivos estratégicos de uma forma bastante eficaz. Posteriormente será fundamental identificar as ações essenciais a colocar em prática os objetivos anteriormente identificados, e assim planear as estratégias a utilizar para desenvolver o negócio e orientar as ações na direção que a empresa deverá seguir, por forma a conseguir alcançar os objetivos estratégicos.

3.3 Definição de políticas de implementação

Após a conclusão dos pontos anteriormente descritos, em que é feita toda uma análise da envolvente externa e interna que podem influenciar o sucesso do projeto, definido os objetivos e as estratégias de desenvolvimento, será necessário passar à fase da

implementação do projeto. Para tal, serão consideradas metodologias cujo o objetivo será estruturar a sua implementação e comprovar se tem viabilidade financeira.

3.3.1 Marketing-Mix 7Ps

O marketing-mix é uma ferramenta estratégica de marketing que ajuda a atrair e reter clientes. Para o projeto em questão será considerado o marketing-mix 7Ps, uma vez que a oferta proposta é a de serviços. Os 7 Ps são compostos por Produto ou Serviço, Preço, Distribuição, Promoção, Evidência física, Processo e Pessoas. Mas antes de definir os constituintes de cada P, é necessário conhecer muito bem o público a quem é dirigido a proposta de valor. Como tal, num primeiro momento será utilizada a metodologia Segmentação, Target e Posicionamento (STP), em que permite segmentar o mercado pretendido, identificar as características que fazem parte do *target* e encontrar o posicionamento que a empresa pretende ter face aos produtos concorrentes e às expectativas dos consumidores. Com esta metodologia, será possível definir um plano de marketing em que toda a estratégia será desenvolvida considerando o STP.

3.4 Análise da viabilidade financeira

Este é um dos pontos cruciais, pois permitirá verificar se o modelo de negócio tem viabilidade financeira, e consequentemente decidir se é recomendável o projeto avançar.

Após a identificação dos pressupostos do projeto, serão efetuadas estimativas de vendas e os respetivos custos fixos e variáveis, e quais os investimentos necessários ao arranque da atividade. No seguimento dos resultados obtidos, será elaborado um balanço previsional para dar uma fotografia da empresa ao dia 31 de dezembro de cada ano. Para obter uma avaliação financeira do projeto será efetuado o mapa dos casflows e assim estimar os resultados anuais da empresa. Com base neste mapa, serão utilizados outros critérios de avaliação financeira, tais como Valor Atual Líquido (VAL), Taxa Interna de Rendibilidade (TIR), Taxa Interna de Rendibilidade Modificada (TIRm), *Return On Investment* (ROI) e *Payback Period* (PBP).

O Valor Atual Líquido, compara o valor atual dos *cash-flows* gerados pelo projeto, em que quanto maior o valor, maior o seu potencial. Se o VAL for positivo a sua implementação deverá ser considerada, no entanto se for negativo deverá ser rejeitada. A Taxa Interna de Rendibilidade corresponde à taxa de atualização que iguala o VAL a zero.

Esta taxa analisa a rentabilidade do ativo considerando o capital investido no início de cada período. Sempre que a TIR é igual ou superior à taxa mínima exigida pelo investidor significa que é economicamente viável, no entanto quando a taxa é inferior o projeto deve ser rejeitado. Para colmatar as limitações da TIR, vai ser também aplicada a Taxa Interna de Rentabilidade Modificada ou TIR_m em que considera o capital investido atualizado, permitindo chegar a um valor mais correto e com menos margem de erro. Outro critério que vai ser utilizado é o ROI, *Return On Investment*, em que deriva diretamente do VAL e permite a avaliação da Rentabilidade gerada por unidade de capital investido. Quando o valor é superior a 1 significa que o projeto é viável. Posteriormente, vai ser analisado o Período de Recuperação do Investimento, ou seja, o *Payback Period*, em que indica o tempo em que o somatório dos cash-flow necessita para cobrir o investimento inicial. Quanto menor o período de recuperação, melhor.

Para a análise de risco, vai ser realizada a análise de Sensibilidade, e a análise de Cenários. A Análise da Sensibilidade visa aferir em que medida a rentabilidade de um investimento se altera em consequência da modificação face ao previsto de um ou mais pressupostos do projeto. O seu principal objetivo é determinar o impacto que essa variação tem sobre a rentabilidade, e para tal, são identificadas as variáveis críticas, atribuído um novo valor, recalculado o valor do critério. Deste modo é analisado o impacto da alteração no valor do critério de avaliação. Com esta análise percebe-se quais são as variáveis com maior sensibilidade e os pontos críticos de modo a manter uma rentabilidade mínima e o risco associado.

Já a análise de Cenários analisa a evolução do projeto sendo apresentada em três cenários: realista, otimista e pessimista e permite realizar uma análise da rentabilidade do investimento. Para a sua consecução são identificadas as variáveis determinantes, definidos os cenários e o seu impacto, permitindo deste modo analisar o VAL gerado pela variação conjunta das variáveis.

4. Análise de mercado

Considerando o mundo VUCA em que nos encontramos, onde estamos constantemente expostos à volatilidade, incerteza, complexidade e ambiguidade, é de extrema importância que antes de se desenvolver um negócio, fazer uma análise exaustiva do mercado onde pretendemos atuar e deste modo delinear uma estratégia que suprima as suas necessidades. Deste modo, neste capítulo é pretendido fazer uma análise de mercado, considerando os seguintes pontos: análise de mercado externa e análise de mercado interna.

Na análise de mercado externa considerar-se-á os seguintes pontos: estudo de mercado, micro-caracterização, análise PESTAL e análise da concorrência. Quanto à análise de mercado interna proceder-se-á a uma análise SWOT considerando as variáveis que constituem o modelo de negócio.

4.1 Estudo de mercado

Neste ponto pretende-se caracterizar o segmento escolhido, quais as suas necessidades, serviços mais valorizados e também qual a utilização que fazem das redes sociais e hábitos de consumo on-line. Para tal, foi aplicado um questionário como ferramenta de suporte para a criação do modelo de negócio. Da aplicação dos questionários conseguiu-se uma amostra de 100 respondentes (n=100) residentes em Portugal. No entanto apenas as respostas dos que já tinham passado ou estavam a passar por uma situação de divórcio/separação (n = 97) é que foram consideradas, uma vez que esta é a amostra que corresponde ao target pretendido (ver anexo 1).

✓ Caracterização da amostra

62% correspondem ao sexo feminino e 38% ao masculino. A faixa etária mais representativa, corresponde a 82% do total dos inquiridos e pertence à faixa etária dos 46 aos 55 anos (49%) e dos 36 aos 45 anos (33%). Quanto às habilitações literárias 38% possui uma licenciatura, 22% pós-graduação, 17% ensino secundário, 14% mestrado, 5% bacharelato e 4% doutoramento. 74% são residentes na zona da grande Lisboa, 10% no centro, 6% Norte, 4% Arquipélago da Madeira, 3% Alentejo e 3% no Algarve. A grande maioria tem filhos (85%), sendo que 32% têm entre 11 e 15 anos, 26% entre os 16 e 24 anos, 22% mais de 25 anos, 13% entre os 6 e os 10 anos e 7% menos de 6 anos. Quanto

ao estado civil a grande maioria (68%) continua divorciado (55%) ou separado de facto (13%), 14% estão casados, 11% solteiro e 7% em união de facto.

✓ **Caracterização do estado emocional aquando o divórcio**

O estado emocional assinalado pelos inquiridos, vai de encontro ao que vários estudos têm demonstrado sobre a diminuição do bem-estar psicológico, nomeadamente sentimentos de tristeza e ansiedade, uma vez que um total de 37% sentiu-se quase sempre (23%) ou sempre (14%) triste. Este é um dos sentimentos que foi referido com maior prevalência na classificação do que sentiram sempre.

O sentir-se aliviado correspondeu a um total de 35%, em que 27% sentiu quase sempre e 8% sempre, o que pode corresponder ao sentimento de libertar-se de uma situação que não o fazia feliz, e sentir que com o divórcio tem novamente a oportunidade para encontrar a felicidade.

Sentir-se ansioso foi também uma das emoções mais sentidas, com 32% a referir que se sentiu quase sempre (20%) e sempre (12%). 24 % sentiu-se desorientado, assinalando 14% em quase sempre e 10% em sempre. Com raiva apenas 17% (12% quase sempre e 5% sempre), e 15% sentiram-se contentes (12% quase sempre e 3% sempre). Se verificarmos a classificação de às vezes também aqui a tendência de resposta é a mesma, isto é, 43% menciona triste, 39% ansioso e aliviado, 35% desorientado, 31% contente e 30% com raiva. Nunca ou raramente se sentiram contentes (54%), com raiva (53%) ou desorientados (41%).

✓ **Situações decorrentes do divórcio**

A grande maioria teve uma perda financeira com o divórcio (61%), em que 31% referenciou concordo plenamente e 30% concordou, 54% tiveram necessidade de mudar de casa, em que 17% referiu concordo e 37% concordou plenamente. 69% conseguiu fazer novas amizades (42% concordou e 27% concordou plenamente), 52% conseguiu perdoar o ex (31% concordou e 21% concordou plenamente).

A grande maioria (45%) não chegou a acordo com ex. Apenas 42% sentiu a sua rotina de vida desorganizada (28% concordou e 14% concordou plenamente, sendo que 22% não concordou ou discordou). 32% não conseguiu encontrar um psicólogo de confiança, sendo que 16% discordou completamente de ter encontrado um psicólogo de confiança e 16% discordou, 50% nem concordou nem discordou.

Quanto a encontrar um advogado de confiança, 35% conseguiu encontrar (20% concordou e 15% concordou plenamente, sendo que 35% não concordou nem discordou). Relativamente a iniciar facilmente uma relação 42% não conseguiu (26% discordou completamente e 16% discordou, 29% não concordou nem discordou).

✓ **O que ajudou a superar o divórcio**

Ao analisar as respostas sobre o que ajudou a superar o divórcio a grande maioria referiu que foram os amigos e familiares (83%), fazer novas atividades (81%), conhecer novas pessoas (69%), organização financeira (63%), chegar a acordo (60%) e viajar (52%). Com menos relevância sobre o que ajudou a superar o divórcio, foi estudar (43%), uma nova relação amorosa (33%) e ir ao psicólogo (25%).

✓ **O que consideram mais importante para superar o divórcio**

Sobre o que os inquiridos consideravam como mais importante para superar o divórcio, 90% referem **atividades de lazer** (dança, caminhadas, retiros, etc), em que 28% consideraram importante, 31% muito importante e 31% bastante importante. Os eventos de **networking** (viagens, jantares, team building, etc) são outras das áreas mais assinaladas como importantes, representando um total de 70% (46% considera importante, 14% muito importante e 10% bastante importante). 65% considera importante a realização de **eventos para pais com filhos** pequenos, em que 37% considera importante, 21% muito importante e 7% bastante importante.

Também as **consultas de psicologia** representam 63%, em que 30% considera importante, 18% bastante importante e 15% considera muito importante.

59% considera importante existirem **serviços com descontos**, sendo que destes 28% considera importante, 16% muito importante e 15% bastante importante. Também a realização de um programa de **gestão de finanças** é considerado por um total de 59% como outra área de importância, sendo que 33% considera importante, 24% muito importante e apenas 2% bastante importante.

Já quanto à realização de workshops para pais 52% considera importante, sendo que 33% considera importante, 16% muito importante e 3% bastante importante.

Quanto à organização personalizada de viagens, o total de 52% considera importante, em que 27% considera importante, 19% muito importante e 6% bastante importante. A

realização de atividades para casais é considerada pouco importante com um total de 58%, em que 28% considera nada importante e 30% considera pouco importante, importante 19% e muito importante 17%.

Também a realização de eventos de *matchmaking* não aparenta ter um grande grau de importância, com um total de 60% a não considerar muito importante (39% considera nada importante e 21% pouco importante).

✓ **Serviços com desconto mais valorizados**

Quanto aos serviços com desconto mais valorizados pelos participantes, as **atividades de lazer** destacam-se em termos de importância com um total de 89%, sendo que 35% considera bastante importante, 33% muito importante e 21% considera importante, apenas 4% consideram nada importante e 7% pouco importante. Relativamente a desconto nos **serviços de advogados** 82% considera importante, dos quais 34% considera importante, 26% muito importante e 22% bastante importante. Unicamente 11% considera que é nada importante e 7% pouco importante.

Quanto a descontos em **programas de desenvolvimento pessoal** um total de 79% considera importante, destes 31% considera importante, 31% muito importante e 17% bastante importante.

As **viagens** são outro dos serviços bastante valorizados, com um total de 78% , dos quais 36% considera importante, 23% muito importante e 19% bastante importante. Somente 12% considera nada importante e 10% pouco importante.

Quanto às **consultas de psicologia** com desconto, 68% considera importante, sendo que 29% considera importante, 17% muito importante e 22% bastante importante. Também os descontos em **retiros espirituais** têm uma importância relativa com um total de 63%, sendo que destes 30% considera importante, 23% muito importante e 10% bastante importantes.

Já um total de 61% considera os **eventos de networking importantes**, sendo que destes 41% considera importante, 15% muito importante e 5% bastante importante.

Os webinars não aparentam ser muito importantes, pois 54% considera nada importante (25%) e pouco importante (29%). Apenas 37% considera importante, 8% muito importante e 1% bastante importante.

Quanto ao grau de importância de desconto em serviços de spa, a classificação foi de uma importância relativa com um total de 53% em que destes 26% considera importante, 15% muito importante e 12% bastante importante. No entanto, 23% considera nada importante e 24% pouco importante.

As aulas de línguas são um serviço com desconto que não revela um grau de importância elevado, sendo que apenas 51% considera importante, dos quais 33% considera importante, 16% muito importante e 2% bastante importante.

As **empresas de mudança** com desconto foram consideradas relativamente importantes com um total de 50%, distribuído do seguinte modo: 35% importante, 9% muito importante e 6% bastante importante. 22% considera nada importante e 28% pouco importante.

Quanto ao serviço de engomadoria ao domicílio não é um serviço muito valorizado sendo que um total de 57% dos inquiridos não considera importante, destes 24% considera nada importante e 33% pouco importante. Somente 24% considera importante, 15% muito importante e 4% bastante importante.

Quanto à sugestão de serviços 2 que sugeriram babysitter, 1 coaching, 1 comida ao domicilio, vinho ao domicilio, 1 dating, 2 desporto, 1 eventos de matchmaking e 2 serviço médico.

✓ **Análise dos resultados sobre a utilização da internet**

Da amostra analisada apenas 1% não utiliza a internet. Será considerado neste caso a amostra dos 99%, ou seja, $n=96$, e que se traduz em pessoas que já passaram por um divórcio/ separação e que utilizam a internet. Destes 40% utiliza o computador para aceder à internet, 40% utiliza o smartphone e apenas 20% o portátil.

✓ **Redes sociais**

Quando se perguntou se têm alguma conta nas redes sociais, 29% tem conta no Facebook, 24% no instagram, 22% no linkedin, 15% no Pinterest, 5% no tiktok e 5% no Twitter. Quanto à frequência de uso das redes sociais, o Facebook lidera com uma utilização diária de 46% seguido do instagram com 28%, linkedin com 12%, Pinterest com 7%, tiktok com 6% e o Twitter com 1%. Na classificação de 2 a 3 vezes por semana o instagram tem mais utilização com uma representação de 31% seguido do Facebook com 27%, linkedin

com 24% Pinterest com 15% Twitter com 3% e tiktok com 0%. Se considerarmos a utilização de apenas um vez por semana temos o linkedin a liderar com 28%, seguido do Pinterest com 21%, Facebook com 19%, instagram, 17% Twitter 11% e tiktok 4%. Relativamente à utilização de uma vez por mês o linkedin destaca-se com 55%, seguido do tiktok com 19%, Facebook 17%, instagram 3% e twitter 3%.

✓ **Compras on-line**

94% dos inquiridos já fizeram compras online. Destes 41% encontrou o produto/ serviço no google, 22% nas redes sociais, 19% através de referências/amigos, 8% Marketplace e 7% play store (app). Quando questionado onde efetuou a compra, 54% foi através do site, 24% de app, 9% de plataforma e 7% de Marketplace.

✓ **Serviços por subscrição**

52% nunca contratou serviços/produtos por subscrição. Dos 48% que subscreveram 26% foi por comodidade, 14% facilidade de pagamentos e rapidez de acesso, 12% relação custo/benefício, 11% qualidade do serviço e 5% reputação da marca.

4.2 Micro-caracterização

Uma vez que o modelo de negócio é o desenvolvimento de uma plataforma on-line para a promoção e comercialização de diversos serviços através do *social media*, é importante proceder a uma caracterização do uso da internet.

Segundo o relatório digital de 2021 promovido pelo hootsuit e we are social, 84,2% da população portuguesa estava conectada à internet, ou seja, 8,58 milhões numa população total de 10,18 milhões, em que 15,80 milhões (155,1%) acedem através do mobile, e 7,80 milhões acedem às redes sociais. Entre janeiro de 2020 e janeiro de 2021, existiu um decréscimo de 0,3% na população portuguesa e um decréscimo de 3,6% de conexões através do mobile, embora tenha havido um aumento de 0,7% de utilizadores da internet e 11,4% de utilizadores ativos nas redes sociais. Ainda no mesmo período 8,14 milhões acederam à internet através do telemóvel, o que representa 94,9% do total de utilizadores, em que 93,3% utilizou o smartphone, com uma média de utilização diária de 3h07m.

Relativamente ao uso das redes sociais, 7,80 milhões são utilizadores, o que representa 76,6% da população portuguesa, sendo que no último ano existiu um

crescimento de 11,4%, em que 7,56 milhões acedem via mobile o que representa um total de 96,9% utilizadores. Destes 84,7% estão ativamente nas redes sociais e passam cerca de 2h18m diariamente, têm uma média de 8.7 contas sendo que 42,5% utiliza as redes sociais com um propósito para trabalho. As redes sociais mais utilizadas são: Youtube (92,1%), Facebook (88,2%), whatsapp (82,5%), Facebook messenger (79,4%) e Instagram (75,3%). Se formos analisar em maior detalhe o youtube é constituído por uma potencial audiência de 7,02 milhões, o Facebook de 6,30 milhões, o instagram de 4,80 milhões.

O número total de aplicações em que foram feitos downloads durante o ano de 2020 foi de 320 milhões, o que representou 170 milhões de dólares. Quanto às categorias 95,8% foram app de chat (Messenger) 96,2% social networking, 86,4% entretenimento e vídeo, 55,9% música, 51% jogos, 66,7% compras, 82,2% mapas, 37,4% bancos e serviços financeiros, 24,3% saúde, fitness e nutrição, e 6,2% relacionamentos e amizades.

89,5% procurou um produto ou serviço para comprar on-line, destes 80,8% visitaram uma loja, 66,7% usa uma app para compras, 69,1% compraram online e 36,1% compraram um produto online via mobile. Cerca de 70% comprou pelo menos um produto no último mês. Quanto aos valores gastos on line por categoria, 1,38 milhões de dólares foi gasto em viagens e acomodação, 1,18 milhões de dólares em beleza e moda, 866,9 milhões de dólares em aparelhos eletrônicos, 346,6 milhões de dólares em comida e cuidados pessoais, 374,6 milhões de dólares em mobiliário e eletrodomésticos, 677,1 milhões de dólares em brinquedos e hobbies, 50,83 milhões de dólares em música digital e 119,4 milhões de dólares em vídeo games. Apenas existiu um decréscimo na categoria de viagens e acomodação (-48%), de resto em todas as outras categorias existiam taxas de crescimento superiores a 15%, situação que reflete a consequência da pandemia. O número de pessoas que comprou produtos através da internet foi de 5,11 milhões e o valor gasto nessas compras foi de 3,45 bilhões de dólares, o que representou uma taxa de crescimento de 19,5% o que representa um consumo médio anual por pessoa de 675 dólares.

Os canais utilizados pelos consumidores para procurarem uma marca é em primeiro lugar o search engines (64,6%), a seguir o social networks (43%), comparação de preços entre sites (38,7%), sites de produtos e marcas (35,9%), consumer reviews (33%).

4.3 Análise macro do ambiente externo

Ao considerar a criação de uma empresa é primordial conhecer os fatores macros do ambiente externo que podem afetar o desempenho do negócio. Para tal, procedeu-se a uma análise macro do ambiente externo, ou seja, Análise PESTAL que engloba os seguintes fatores: Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental e Legal. Desta análise destacamos os seguintes aspetos:

Quadro 4.1 – Análise Pestal

Político	<ul style="list-style-type: none">- Aprovação do Plano de Recuperação e Resiliência pela Comissão Europeia com medidas de apoio às empresas no domínio da Capitalização e Inovação empresarial.- Devido ao contexto de pandemia foi criado por parte do Conselho Europeu um instrumento temporário de recuperação: Next Generation EU e onde se enquadra o Plano de recuperação e resiliência cujo o período de execução é até 2026 em que através de um conjunto de reformas e investimentos permitirá retomar o crescimento sustentável do País.- Instabilidade Política devido à não aprovação do orçamento de estado para 2022 e consequentemente eleições antecipadas poderá atrasar alguns investimentos e rever em baixa a classificação do País.- Medidas de contenção da pandemia COVID com apoio às empresas através do apoio à liquidez e à manutenção dos postos de trabalho, limitando assim a perda de rendimento das famílias.- Obrigatoriedade de teletrabalho em situações de estado de emergência. Segundo um estudo promovido pelo CIP, mais de metade das empresas (52%), que aderiram a esta modalidade têm intenções de manter sobretudo em modo híbrido.
Económico	<ul style="list-style-type: none">- O ano de 2020 registou resultados negativos na atividade económica, sobretudo devido à pandemia do COVID, com uma quebra real do PIB de -7,6%, em que a maioria das atividades económicas tiveram uma paralisação nos dois períodos do confinamento, principalmente no setor do turismo e áreas relacionadas. Contrariamente, nos anos anteriores, sobretudo a partir de 2016 em que a economia Portuguesa apresentava um crescimento do PIB superior a 2% acompanhado de uma taxa de redução do desemprego.- Segundo provisões do Banco de Portugal a economia portuguesa consolida a trajetória de recuperação entre 2021 e 2023 com crescimentos de 3,9%, 5,2% e 2,4% respetivamente, e em que a inflação passa de -0,1% em 2020 para 0,7%, 0,9% e 1%. Esta previsão de recuperação da economia está intimamente ligada com o levantamento das restrições e o controlo da pandemia até ao início de 2022- Segundo o INE (Instituto Nacional de Estatística) a taxa de desemprego em setembro de 2021 situou-se em 6,4% o que representa uma descida de 1, pp relativamente ao ano anterior.- Plano de recuperação e resiliência – Fundos Europeus para recuperação económica de Portugal até 2026 com um financiamento total de 16,6 mil milhões, sendo que 14 mil milhões de subvenções e 2,7 mil milhões de empréstimos. No âmbito da Resiliência para a capitalização e inovação empresarial estão atribuídos 2.914 mil milhões e no âmbito da transição digital para empresas 4.0 estão atribuídos 450 mil milhões.- A combinação dos fundos europeus do Quadro Financeiro Plurianual e do Next Generation EU permitirá Portugal aceder a cerca de 50 mil milhões de euros no período de 2021-2029, considerando apenas as subvenções.- Programa Portugal 2020 até 2023 11,2 mil milhões, distribuído 3,7 mil milhões por ano.

Social	<ul style="list-style-type: none">- Crescimento do nr. de divórcios, tendo uma média anual de cerca de 20.000 divórcios.- Segundo dados do pordata, em 2020 o número de pessoas a viverem sozinhas era de 852.754 e o número de famílias monoparentais era de 470.654, o que perfaz um total de 1.323,408.- Com a pandemia os hábitos de consumo do consumidor alteraram como podemos constatar nos dados do SIBS <i>Analytics</i>, em janeiro deste ano face ao mesmo período homólogo, o consumo online aumentou 34%, e o pagamento por mbway aumentou 269%. Segundo o <i>EY Future Consumer Index</i>, mais de 50% dos consumidores acredita que as alterações que surgiram devido à pandemia relativamente à forma como trabalham e como compram manter-se-á no futuro.- Substituição da utilização da televisão por utilização das redes sociais, sendo obrigatório as empresas terem uma forte presença digital.- Com a pandemia desenvolveu-se um novo estilo de vida centrado em casa, onde trabalham, vivem e fazem as compras on-line.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none">- Era da indústria 4.0 em que os progressos na área das tecnologias digitais e telecomunicações foram fulcrais para dar resposta à crise sanitária provocada pela pandemia.- Com a pandemia a digitalização foi uma das áreas que experimentou um maior crescimento com o aumento do comércio online e a implementação do trabalho remoto.- Acelerado pela pandemia, o mercado de apps para smartphones teve um desempenho recorde em 2020. Segundo a <i>App Annie</i>, empresa especializada na análise deste segmento, a quantidade de apps baixados cresceu 7% em relação ao ano passado, e chegou a 218 bilhões de <i>downloads</i>.- Dentro do plano estratégico 2030, pelo menos 20% dos valores do PRR será afeto a investimentos e reformas no âmbito da transformação digital das empresas.- Plano de Ação Europeu para a educação digital para os próximos anos, designado pela Comissão Europeia como a “década digital”- Em 2025 é pretendido que a percentagem de europeus com idades compreendidas entre 16 e os 74 anos com competências digitais básicas aumente para 70%.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none">- Ação climática e sustentabilidade ambiental- Pelo menos 37% do valor do PRR vai ser afeto a reformas e investimentos que contribuam para o combate às alterações climáticas.- Desenvolvimento sustentável numa lógica de sustentabilidade competitiva, integrado no Pacto Ecológico Europeu.- Aumento da consciência ambiental nos últimos anos com mudanças de comportamento por parte dos consumidores.
Legal	<ul style="list-style-type: none">- Obrigatoriedade de contratar um seguro de responsabilidade civil com cobertura de um montante mínimo de € 75.000 para a organização de viagens- Contribuição para o Fundo de Garantia de Viagens e Turismo (FGVT)- Obrigatoriedade de possuir licença para animação turística e para agência de viagens- Alteração na legislação laboral referente à contratação a termo certo. discussão em assembleia sobre novas alterações à legislação laboral, adiadas até constituição de novo governo.- Propostas à alteração laboral no âmbito da Agenda para o Trabalho Digno- Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) aplicável desde 25 de maio de 2018, estabelece as regras aplicáveis ao tratamento de dados pessoais pelas empresas.

4.4 Análise da Concorrência

Este é um modelo de negócio que não tem uma concorrência direta, uma vez que não existe uma plataforma de serviços integrados para divorciados. Não obstante existem ofertas diversificadas que colmatam algumas das necessidades sentidas e que poderemos considerar como concorrência indireta:

- Meetup (www.meetup.com)

Mais de 10M de transferências - 136 423 opiniões: classificação global 4,6

O Meetup cria possibilidades. É uma plataforma que funciona por geolocalização e permite aos seus membros reunirem-se na vida real unidos por um interesse em comum. O Meetup Pro conecta marcas e negócios ao seu público na vida real, promovendo o desenvolvimento da comunidade, fidelização do cliente e reconhecimento da marca. É uma rede global com mais de 37 milhões de membros.

Pontos fortes: Subscrição gratuita, presença global, conhecer pessoas com interesses em comum, uso intuitivo, notificações, divulgação dos grupos para membros em potencial, facilidade de pagamento por cartão de crédito na app

Pontos fracos: Cobra uma subscrição aos organizadores, pouca divulgação de novos grupos, não existem promoções ou campanhas com descontos para os eventos, ofertas limitadas aos grupos.

- **Tinder** (<https://tinder.com/pt>)

Mais de 100 M de transferências – 4 M opiniões: classificações global 3,3

O Tinder não é um site de relacionamento comum, é o app de relacionamento com mais diversidade, onde **adultos com experiências diferentes são convidados a criar conexões, memórias e muito mais**. Presente em 190 países, conta com um total de 5,9 milhões de subscritores. Em 2019 A empresa Match verificou receitas na ordem de 1.908 milhões de euros, sendo que o Tinder foi responsável por mil milhões de euros. Em 2018, os ganhos foram de 183 milhões de dólares (166,3 milhões de euros).

Pontos fortes: Utilização gratuita, procura em função do perfil, utilização intuitiva, alargamento do leque de oportunidades, marca reconhecida internacionalmente

Pontos fracos: Abordagens de âmbito sexual, excesso de perfis dificulta a escolha, facilidade de ser vítima de engano

-**Meetic** (<https://www.meetic.pt/>)

Mais de 5 M de transferências – 99 mil opiniões: classificações global 3,6

Site de **encontros online descontraindo e seguro** onde poderá encontrar pessoas solteiras que também estejam à procura de um **relacionamento sério**. Os membros querem viver uma história de sucesso e fazem tudo para os ajudar. Na Meetic, os perfis são muito detalhados. Estima-se que tenha cerca de 75 000 utilizadores em Portugal.

Pontos fortes: grande base de dados, elevado nível de detalhe no perfil

Pontos fracos: Preço elevado, subscrição mínima por 6 meses, não conseguir enviar mensagem no modo *free*.

- Remeet (<https://www.remeet.pt>)

Mais de 1 mil de transferências – 7 opiniões: classificações global 3,4

A Remeet é **muito mais que uma app somos EMOÇÕES e EXPERIÊNCIAS**. A Remeet irá revolucionar a forma como vives a tua vida social. Acumula benefícios nos parceiros e troca-os por experiências de uma vida. Procuram prestar o melhor serviço possível naquela que é a ligação entre os estabelecimentos comerciais e os utilizadores. Querem que ambas as partes tenham benefícios associados à sua jornada na aplicação, seja com o aumento de faturação do seu negócio ou pela troca de pontos em experiências de uma vida. A Remeet surge como uma intermediária e promotora desses eventos sociais.

Pontos fortes: Descontos em atividades, facilidade de uso, convidar amigos

Pontos fracos: Recente no mercado, pouco conhecida,

- Odisseias (www.odisseias.com)

A Odisseias oferece-lhe as melhores experiências e ideias para presentes.

Navegue pelas categorias em que dividem este mundo de experiências, realize os seus desejos pessoais ou encontre o presente perfeito, cuidadosamente escolhidos para satisfazer todos os gostos.

Pontos fortes: marca reconhecida, muitos descontos em várias categorias, facilidade de uso, facilidade de pagamento e usufruto da experiência

Pontos fracos: Não tem uma app, só tem acesso às campanhas quem consulta o site ou recebe a newsletter

- Lifecooler (<https://loja.lifecooler.com/>)

Mais de 1 mil de transferências – 8 opiniões: classificações global 1,5

Presentes que dão boas histórias! Desde 2001 que a Lifecooler **divulga, inspira e ajuda a descobrir o melhor de Portugal**. Empresa de referência em packs presente e experiências online promovendo a melhor forma de aproveitar a vida em hotéis,

restaurantes, atividades ou bem-estar. Descubra, desfrute e partilhe os seus sonhos. A marca Lifecooler faz parte do Grupo Wonderbox, líder europeia no mercado dos packs de experiências, presente em 12 países: França, Espanha, Itália, Bélgica, Suíça, Holanda, Dinamarca, Suécia, Noruega, Estados Unidos, Canadá e Portugal.

Pontos fortes: Marca reconhecida, rede alargada de parceiros com descontos, presente em 12 países

Pontos fracos: Classificação muito negativa sobre a app,

No que concerne ao **processo legal** do divórcio existem vários escritórios de advogados especialistas na matéria a oferecerem os seus serviços, alguns já com oferta dos serviços online.

Pontos fortes: Profissionalismo, muita oferta de profissionais no mercado

Pontos fracos: Muitas vezes é um processo custoso, falta de acessibilidade em comunicar com os advogados, relação distante, área muito conservadora e pouco digital, dificuldade em encontrar um profissional de confiança.

Em termos de **apoio psicológico** aqui também existem várias ofertas de apoio por parte de psicólogos ou consultórios de psicologia em que atendem várias situações não sendo específico para divorciados.

Pontos fortes: Muita oferta disponível, associações a custos reduzidos

Pontos fracos: Dificuldade em encontrar o profissional adequado, preços elevados das consultas, falta de oferta de psicólogos especialistas no apoio ao divórcio.

4.5 Análise interna: Identificação dos pontos fortes e fracos para o negócio

No ponto anterior foi analisado o meio envolvente, neste será efetuada uma análise interna, considerando os pontos que são favoráveis e desfavoráveis ao sucesso do negócio.

Pontos fortes:

- Plataforma on-line que permite disponibilizar os serviços a nível nacional e assim alcançar uma carteira de clientes mais alargada.

- Serviço de excelência, com atendimento personalizado
- Não existe no mercado nenhum serviço integrado em situações de divórcio
- Se considerarmos o estudo de mercado efetuado, existe de facto uma grande necessidade de apoio a pessoas que passam por uma situação de divórcio.
- Fácil implementação do serviço
- Vantagens competitivas para os membros
- Experiência na equipa fundadora na construção de uma rede de parcerias a nível nacional
- Investimento inicial reduzido, uma vez que não há necessidade de adquirir equipamentos de elevado valor ou alugar espaços elevados

Pontos fracos:

- Pouco capital próprio para investir no negócio, o que será necessário recorrer a financiamento na banca.
- Necessidade de construir relações sólidas com parceiros de confiança
- Desenvolvimento de um modelo de negócio de raiz
- Necessidade dos membros pagarem uma mensalidade para terem acesso aos benefícios

4.6 Análise competitiva: Confrontação de oportunidades e ameaças com pontos fortes e fracos (análise swot qualificada)

Após a realização da análise dos fatores externos e internos que podem influenciar o sucesso de um modelo de negócio é importante realizar uma análise da empresa no seu meio ambiente, e para tal, vai ser realizada uma análise *swot* qualificada em que permite fazer um cruzamento entre as oportunidades e ameaças vs os pontos fortes e fracos. Esta análise foi realizada após a análise *swot* (vide ANEXO B na página 99)

Quadro 4.2 – Análise swot qualificada

<p>Fatores Internos</p> <p>Fatores externos</p>	<p>Forças (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma online - Serviço de excelência com atendimento personalizado - Custos fixos reduzidos - Fácil implementação dos serviços - Vantagens competitivas para os membros - Experiência da equipa 	<p>Fraquezas (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investimento inicial - Pouco capital próprio - Necessidade de financiamento - Lançamento de um novo negócio sem histórico por parte do mercado - Necessidade em angariar membros suficientes para atingir o <i>break-even</i>
	<p>Oportunidades (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento do nr de divórcios, famílias monoparentais e pessoas a viverem sozinhas - Com a Pandemia aumentaram os utilizadores online, do <i>social media</i> e o <i>e-commerce</i> - Já existem várias soluções para fazer face às necessidades sentidas pelas pessoas que se divorciam, mas nenhuma que cubra todas as necessidades. - Programa de Recuperação económica com apoios da EU - Elevado nr. de desempregados por parte de licenciados - Maior consciência social por parte das pessoas 	<p>Estratégias SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oferta diferenciadora no mercado - Leque de serviços alargados tudo numa mesma plataforma - Facilidade de acesso a diferentes serviços - Equipa especializada - Cobertura nacional - Estabelecimento de parcerias - Qualidade de serviço - Relação próxima e humana - Contribuir para uma causa de cariz humanitário de modo a reforçar a responsabilidade social.
<p>Ameaças (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pandemia provocada pelo Covid19 e possível regresso ao confinamento - Instabilidade Política devido à não aprovação do orçamento de estado, dissolução do governo e eleições antecipadas - Perda de rendimentos por parte das famílias e retração no consumo - Menor rendimento por parte das pessoas que vivem sozinhas - Concorrência indireta 	<p>Estratégias ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Serviços com preços competitivos e acessíveis - Comunicação com clientes online e adaptada ao <i>mobile</i> - Prestação de vários serviços por videoconferência - Demonstrar que recuperam o valor pago pela subscrição da mensalidade ao usufruírem dos serviços - Serviços diferenciadores focados na experiência 	<p>Estratégias WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lançar a empresa no mercado após as eleições - Criação de campanhas de lançamento para atrair novos membros - Desenvolver um plano comercial competitivo - Inicialmente contratar freelancer para a gestão das campanhas e redes sociais e assim reduzir nos custos fixos.

4.7 Apresentação do negócio e objetivos estratégicos

Objetivo: Criar conexões positivas e experiências que transformam a vida das pessoas e fazem a diferença no mundo.

Missão: Criar conexões positivas. Experiências que humanizam o mundo.

Visão: Ser uma marca de referência no segmento de atuação com reconhecimento a nível internacional. Uma plataforma que suprime as necessidades do mercado, fideliza todos os *stakeholders*, maximiza a rentabilidade da empresa e contribui para uma sociedade melhor.

Valores: Responsabilidade social; Ética; Transparência; Humanismo; Foco no cliente

Fatores críticos de sucesso:

- ✓ Política de recursos humanos flexível, reforço salário emocional, orientada para as necessidades das pessoas com *turnover* próximo de zero
- ✓ Equipa multidisciplinar e envolvida na missão da empresa
- ✓ Subscrição de mensalidade por parte de um elevado nr de pessoas
- ✓ Qualidade das parcerias estabelecidas e oferta alargada de serviços
- ✓ Reconhecimento da marca como a melhor do mercado
- ✓ Plataforma *user friendly* e adaptada *ao mobile*
- ✓ Qualidade do serviço e proximidade com o cliente
- ✓ Estrutura de custos fixos reduzida

Vantagem competitiva:

- ✓ Ser a primeira empresa a desenvolver um modelo de negócios para este mercado
- ✓ Equipa especializada em matérias do divórcio e relacionamento humano
- ✓ Plataforma com serviços integrados onde o cliente pode num só lugar encontrar várias soluções para as suas necessidades
- ✓ Consultas de psicologia com valores bastante competitivos
- ✓ Atividades de outdoor e viagens organizadas em grupos para promover o *networking* entre os membros a preços acessíveis
- ✓ Acesso a consultas com advogados com descontos

Quadro 4.3 – Objetivos estratégicos

Tipo de objetivos	Objetivos Estratégicos
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Ter a plataforma desenvolvida e operacional durante o mês de Abril de 2022. - Durante o primeiro ano de atividade alcançar: <ul style="list-style-type: none"> ● 40% das pessoas que se estão a divorciar, isto é, cerca de 8.000 e converter em membros pelo menos 4% (320). ● 30% das pessoas que já são divorciadas ou vivem sozinhas (403.022) e converter em membros pelo menos 1% (4030,22). - Nos primeiros 5 anos ganhar reconhecimento da marca a nível nacional e a partir do 6º ano começar a internacionalização na Europa.
Inovação	<ul style="list-style-type: none"> - Promover o desenvolvimento de uma cultura organizacional que promova a criatividade e inovação. - Desenvolver conteúdos e programas criativos que captem a atenção e fidelização dos membros. - Considerar a capacidade de criatividade no perfil de competências necessárias para a organização.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Promover uma Política de Gestão de Recursos Humanos flexível, com reforço do salário emocional e que promove o desenvolvimento dos colaboradores. - Ao fim dos primeiros 5 anos conseguir um reconhecimento da marca como sendo uma empresa atrativa para trabalhar. - Antes de iniciar o processo de recrutamento, ter definido as competências necessárias para a equipa. - Ter definido um Plano de Gestão de Carreiras a implementar no arranque da empresa. - Desenvolver um programa de <i>trainees</i>.
Recursos Financeiros	<ul style="list-style-type: none"> - Conseguir o financiamento necessário para a implementação do negócio. - Concorrer a subsídios do estado, nomeadamente programa estágios renumerados pelo IEFEP e outros programas compatíveis com o nosso projeto.
Recursos Materiais	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilizar salas para a realização das consultas presenciais. - Disponibilizar computadores para a realização das consultas online - Mobiliário para decorar as salas.
Produtividade	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar um modelo de gestão por objetivos com recompensas financeiras associadas. - Assegurar uma taxa de utilização por parte dos membros de pelo menos 30% mensal. - Garantir uma taxa de resposta ao cliente em menos de 24 horas.
Responsabilidade Social	<ul style="list-style-type: none"> - Cumprir com todas as obrigações legais - No primeiro trimestre eleger uma associação para contribuir à sua causa - Partilha gratuita de informação de relevo sobre o divórcio
Requisitos de lucro	<ul style="list-style-type: none"> - Conseguir atingir o break-even até ao fim do primeiro ano de atividade. - Ganhar pelo menos 10% sobre serviços encaminhados para parceiros. - Conseguir uma rentabilidade anual a partir de 40%. - Conseguir reforçar em 60% os capitais próprios para a internacionalização da empresa. - A longo prazo distribuir o lucro da empresa pelos colaboradores.

5. Estratégias de desenvolvimento

Ao definir as estratégias a utilizar para desenvolver o negócio, estamos a criar uma série de ações planeadas que promovem a direção que a empresa deverá seguir por forma a conseguir alcançar os objetivos estratégicos. Deste modo, é importante identificar uma estratégia de desenvolvimento tendo em conta o crescimento, sobrevivência, rentabilidade e notoriedade da empresa.

Seguindo o modelo de Porter a estratégia adotada é a de **diferenciação**. Esta estratégia é caracterizada pelo facto de projetar uma forte identidade própria para o produto ou serviço que se pretende oferecer, de modo a que seja distinto dos outros produtos ou serviços existentes no mercado. Como tal, pretende-se enfatizar a **relação de proximidade, os laços que se criam, tecnologia, qualidade e rapidez de resposta**. Para esta estratégia ser alcançada seguir-se-á as seguintes técnicas de diferenciação:

1 - Foco na retenção do cliente: Pretendemos conquistar os clientes de modo a que sintam que fazem parte de uma grande família e sobretudo que são ouvidos e apoiados. Para tal, é necessário criar uma cultura de atendimento de excelência, superando as expectativas e colocando o cliente no centro da organização, humanizando toda a experiência ao longo da sua jornada enquanto consumidor. A estratégia da retenção de clientes ajuda a economizar nos custos de angariação de novos clientes.

2 – Foco na inovação: Lançamento de um serviço integrado direcionado para um mercado em que não existe nenhuma oferta deste âmbito. Desenvolvimento de uma cultura criativa em que se inova constantemente para o lançamento de novos produtos e serviços no mercado.

3 – Rede de parceiros: Pretende-se criar várias parcerias com fornecedores de serviços, focado numa relação *win-win* em que os nossos parceiros aumentam as vendas, ao mesmo tempo que é disponibilizado uma panóplia de serviços ao cliente, o que permite rentabilizar as margens do negócio com o aumento da faturação, economia de angariação de novos clientes e sua retenção.

4 – Vantagem tecnológica: O canal utilizado para comunicar com os clientes será sempre através do on-line adaptado ao *mobile*, quer seja através da plataforma ou campanhas on-line no *google ads* ou *social media*. Este aspeto permite alargar a carteira de clientes e obter uma maior faturação, uma vez que disponibilizar-se-á os serviços a nível nacional.

Já quanto à estratégia de crescimento e seguindo o modelo da matriz de Ansoff, será a **estratégia de diversificação**, uma vez que estamos a desenvolver um novo produto aliado ao desenvolvimento de um novo mercado que a empresa desconhece.

Após a consolidação do negócio em Portugal é pretendido expandir o modelo de negócio para outros Países da Europa e por esse motivo é também incluída a **estratégia de internacionalização**.

6. Definição de políticas de implementação

6.1 Marketing-Mix 7Ps

O marketing-mix é uma ferramenta estratégica de marketing, inicialmente composta pelos 4 Ps principais: Produto ou Serviço, Preço, distribuição, Promoção. Só eram considerados os 4 Ps uma vez que as empresas eram mais propensas a vender produtos em vez de serviços, e o papel do cliente em ajudar ao desenvolvimento da marca não era tão conhecido. Mais tarde foram adicionados mais 3 Ps: Evidência física, processo e pessoas. Uma vez que o nosso modelo de negócio é a oferta de serviços, considerar-se-á a estratégia Marketing-Mix 7Ps.

No entanto, para poder desenhar uma estratégia de marketing eficaz, em primeiro lugar é necessário saber a quem nos dirigimos, quais são as suas necessidades e desejos. Por isso, é necessário definir quem é o nosso target e também o posicionamento que a empresa pretende conseguir.

6.1.2 Segmentação, Target e Posicionamento (STP)

✓ Segmentação

Para proceder à segmentação do target que é pretendido atingir, vão ser considerados os seguintes critérios: **Demográficos:** idade, estado civil, género, educação, agregado familiar, rendimento financeiro; **Geográficos:** país; **Psicográficos:** classe social, estilo de vida, personalidade; **Comportamentais:** benefício, ocasião, utilização e atitude.

✓ Target

Quando os critérios de segmentação estiverem seleccionados, o passo seguinte é proceder à definição das variáveis que fazem parte do *target* que é pretendido alcançar.

Quadro 6.1 – Variáveis Target

Tipo	Variáveis
Demográficos	Faixa etária entre os 35 e os 55 anos (4 400 179); divorciados, solteiros ou viúvos; ambos os sexos; com ensino superior, cuja a constituição do agregado familiar é de um elemento (852 754) ou famílias monoparentais (470 654) e possuem um rendimento médio acima dos 1.000€
Geográficos	Portugal continental (10 286 263)
Psicográficos	<p>Pertencem à classe social A – alta (4,9%); B – média Alta (10,5%); C1 – média (27,5%)</p> <p>Faz parte do seu estilo de vida gostar de viajar, frequentar restaurantes, praticar desporto, ter cuidado com a alimentação e o bem-estar, cuidar da imagem, encarar a vida como uma aprendizagem, não gosta de esbanjar dinheiro, tem pouco tempo livre, é utilizador de redes sociais, usa <i>smatphone</i> e tem ligação à internet (8 058 000)</p> <p>Faz parte da sua personalidade gostar de conviver com outras pessoas, ser uma pessoa ativa, gostar de aprender, focar-se nas soluções e gostar de novidades.</p>
Comportamentais	Procura empresas que transmitem confiança, é fiel às marcas, recomenda a amigos, gosta de poupar tempo e dinheiro, é atento ao ROI, gosta de promoções e campanhas. Procura empresas e serviços online, compra e efetua pagamentos em plataformas. Tem por hábito descarregar aplicações. Frequentemente adere à subscrição de serviços.

Valor potencial de mercado: 161 972 870€ (famílias monoparentais: 470 654 + agregado só uma pessoa: 852 754 + Nr. médio anual divórcios: 20.000 - Total: 1 363 408 x 118,80€ (quota anual)). Este valor apenas considera o valor de subscrição.

✓ **Posicionamento:**

O posicionamento permite definir as ações necessárias para transmitir ao público-alvo a imagem pela qual a empresa pretende ser reconhecida no mercado onde atua.

Assim sendo, será efetuada uma análise através do triângulo de posicionamento, uma vez que é um método que permite analisar as três vertentes que influenciam o

posicionamento de uma empresa, ou seja, considera as vantagens do produto, as características do mercado e da concorrência.



Figura 6.1: Triângulo de ouro

6.1.3 Serviços:

Como mencionado anteriormente, as pessoas que passam por um divórcio vivenciam uma situação de rutura responsável por várias mudanças nas suas vidas. Estas alterações podem ir desde a necessidade de formalizar legalmente o divórcio, chegar a acordo sobre as responsabilidades parentais, mudança de casa, alterações financeiras em alguns casos bastante significativas, necessidade de conhecer novas pessoas e em muitos casos acompanhado de um sofrimento emocional que se pode prolongar por muitos anos.

De facto, existe no mercado uma variedade de ofertas para suprir as diferentes necessidades das pessoas que passam por uma situação destas, no entanto não existe uma oferta que suprima todas as necessidades apenas num único local.

É pretendido a criação de uma empresa que suprima precisamente essa necessidade. Para tal, é crucial para o sucesso do negócio a qualidade da equipa e dos

serviços oferecidos. É pretendido oferecer um serviço personalizado às necessidades individuais de cada um, com uma relação de proximidade, de modo a sentirem-se apoiadas e acompanhadas. Deste modo, será disponibilizado consultas de psicologia, orientação jurídica, orientação financeira, eventos de *networking* tais como atividades outdoor e organização de viagens, Workshops para melhorar o bem-estar e serviços com desconto (mudanças, engomadoria, serviço de reparações, etc).

6.1.4 Preço:

Em virtude de se pretender criar uma relação a longo prazo com os clientes, e ao mesmo tempo desenvolver um negócio rentável, é considerado a modalidade de subscrição com uma duração anual. Para os clientes poderem ter acesso aos serviços com desconto têm de se registar na plataforma e subscrever um plano de duração anual com mensalidades de 9,90€. Caso os clientes não pretendam aderir à modalidade de membros, poderão na mesma utilizar os serviços oferecidos, mas sem usufruírem das condições vantajosas. Para consultar os valores de venda ao cliente vide anexo D, página 104

6.1.5 Distribuição:

O canal de distribuição principal a ser utilizado é a internet, através da plataforma adaptada para *mobile*, deste modo para o cliente ter acesso aos serviços apenas necessita de ter um dispositivo com acesso à internet. Com este modelo de distribuição é alargado o alcance do negócio ao mercado nacional, viabilizando um maior potencial de nr. de membros e consequentemente de faturação.

6.1.6 Comunicação:

Para o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação é necessário em primeiro lugar definir quais são os objetivos que se pretendem atingir. Uma vez que é pretendido lançar uma nova marca, os objetivos primordiais baseiam-se em gerar notoriedade, reconhecimento, reforçar o posicionamento, angariar e fidelizar clientes. Para conseguir estes objetivos será seguido o modelo ZMOT, em que aborda os momentos decisivos do processo de compra e na relação com a marca. Este modelo é constituído por 3 momentos distintos durante a jornada do cliente, e que são eles: *Zero Moment of Truth*, *first Moment of True*, e *Second Moment of True*.

O primeiro momento corresponde a quando o cliente identifica uma necessidade e inicia todo um processo de procura de informação sobre as características dos produtos,

quando procura várias opções e recomendações, compara-as e depois toma uma decisão. Nesta fase pretende-se dar a conhecer a marca ao mercado que é quando se alcança o *target* pretendido. No segundo momento o cliente já tomou a decisão e dirige-se à plataforma para efetuar a subscrição. Nesta fase é pretendido que seja um processo fácil, rápido e personalizado para que o cliente sinta como uma experiência positiva e volte a comprar. Por último momento é desejado que o cliente sinta que está envolvido com a marca e, portanto, que a partilhe e recomende junto da sua rede de contactos.

Para cada momento serão utilizadas diferentes estratégias de comunicação, tendo em consideração os objetivos que se pretende atingir para cada fase. Uma vez que o modelo de negócio é direcionado para o mercado on-line, este será um dos canais de comunicação privilegiados. Uma das estratégias utilizadas será a combinação dos canais SEO (*Search Engine Optimization*) e SEM (*Search Engine Marketing*) adaptando a comunicação a cada fase do processo de compra. Através do SEO é pretendido ganhar um posicionamento orgânico nos motores de busca através da otimização da velocidade do site, compatibilidade com dispositivos móveis, rastreabilidade, uso de dados estruturados, segurança e indexação. Quanto ao SEM, é pretendido desenvolver campanhas online *Pay Per Click* (PPC) através do *google adwords*, e nas redes sociais (Facebook e instagram) cujo o objetivo será atrair *leads* qualificados e converter em clientes. Será também desenvolvido estratégias de marketing de conteúdo para atrair e reter clientes, quer seja através do desenvolvimento de um blog, como de uma *newsletter* para *prospects* e carteira de clientes.

Para colocar em prática esta estratégia num primeiro momento irá ser contratada uma agência de publicidade e comunicação que fará todo o design gráfico da marca, a construção do site a proposta da implementação da estratégia de SEO e SEM. Posteriormente será contratado um estagiário da área de marketing para fazer a gestão das campanhas nas redes sociais e a gestão das campanhas offline.

6.1.7 Evidência física:

Como os clientes requisitam os serviços através da plataforma esta é a principal evidência física da empresa. A plataforma terá de ser funcional e intuitiva. O serviço ao cliente será de excelência e como tal, deverá ser assegurado resposta ao cliente no imediato. No entanto, para as consultas de psicologia presenciais serão disponibilizadas várias salas em Lisboa e no Porto. Em outras situações serão utilizadas as instalações dos parceiros.

6.1.8 Pessoas:

Para garantir o sucesso deste negócio, a equipa que fará parte do projeto será um dos fatores mais importantes. Como tal, existirá desde o arranque da atividade um processo de seleção e recrutamento muito rigoroso, um plano de gestão de carreiras e um modelo de flexibilidade com benefícios associados. Este aspeto é de extrema importância para atrair e desenvolver talento em potencial. Sendo assim, a maior parte da equipa será constituída por *millennials*. Vide em anexo C na página 100, as competências identificadas para cada área.

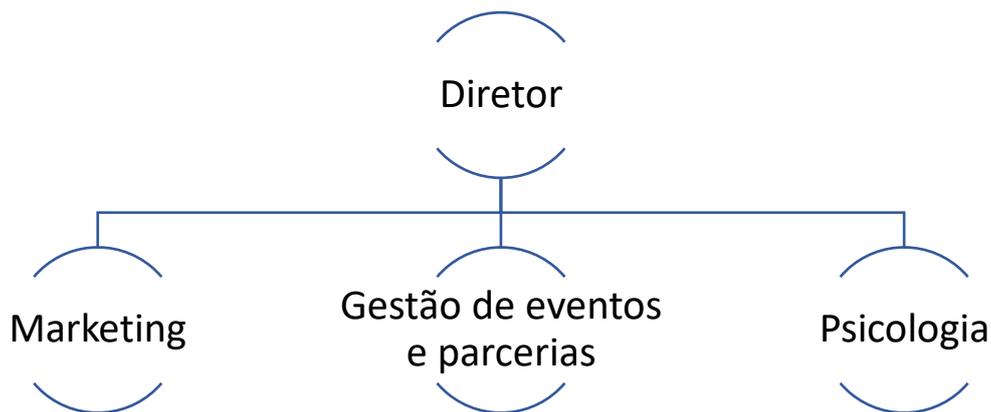


Figura 6.2 – Organograma da empresa

6.1.9 Parceiros:

É pretendido desenvolver uma rede de parceiros a nível nacional para assegurar uma oferta alargada de serviços com descontos para os clientes. Desenvolver-se-á uma relação *win/win*, em que o parceiro aumenta as vendas através dos clientes que são encaminhados, e a empresa aumenta a oferta de serviços e consequentemente o valor percebido pelo cliente. Nesta gestão é imprescindível gerir a qualidade do serviço realizado, solicitando o feedback ao cliente. O foco será encontrar os melhores parceiros aos melhores valores.

7. Modelo Canvas

O modelo canvas é uma ferramenta que permite estruturar o modelo de negócios e ter uma visualização ampla do negócio de um modo muito simples. O modelo é constituído por 9 blocos que correspondem aos fatores chave de uma empresa e que são eles: parcerias-chave, atividades-chave, recursos-chave, proposta de valor, relacionamento, canais, segmento de clientes, estrutura de custos e fontes de receita. Ao construir o modelo canvas é necessário seguir a seguinte ordem no preenchimento dos fatores chave do modelo, de seguida descreve-se em maior detalhe cada um:

- ✓ **Proposta de valor:** Que serviços são oferecidos? Quais os motivos que levam os clientes a adquirirem?
- ✓ **Segmento de clientes:** Qual o *target* a quem nos dirigimos?
- ✓ **Canais:** Como dou a conhecer os serviços ou produtos? Como os clientes usufruem dos serviços?
- ✓ **Relacionamento com clientes:** Como conquisto e mantenho uma boa relação com os clientes?
- ✓ **Fontes de receita:** Quanto os clientes estão dispostos a pagar? Como?
- ✓ **Recursos principais:** Que recursos são necessários para o negócio poder funcionar?
- ✓ **Atividades chave:** Quais as ações necessárias para a realização da proposta de valor?
- ✓ **Parcerias chave:** Quais os fornecedores e parceiros que são necessários para a oferta de serviços?
- ✓ **Estrutura de custos:** Quais os custos que são inerentes ao desenvolvimento da atividade?

Modelo Canvas

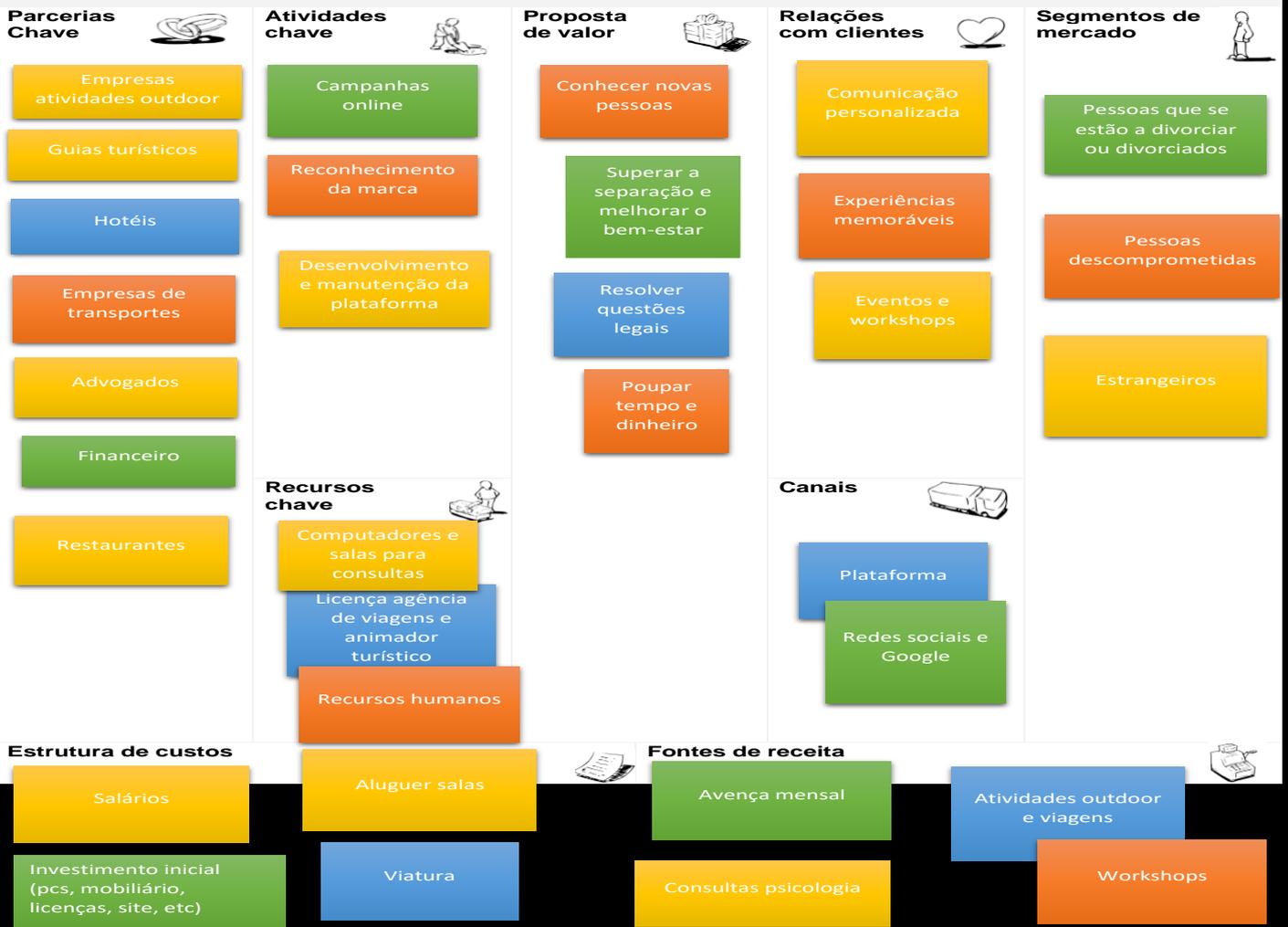


Figura 7.1 – Modelo Canvas

8. Requisitos para a implementação

Para a implementação do projeto foram consideradas várias ações imprescindíveis para garantir que todos os requisitos essenciais estão garantidos. Como tal, são considerados alguns pontos fundamentais ao arranque do mesmo durante o primeiro ano de atividade.

Em primeiro lugar, é indispensável garantir que existem os recursos financeiros para o arranque da atividade. O montante de investimento inicial necessário ao arranque do projeto é de 27.857,72€. Para fazer face às despesas iniciais, o capital financiado por meios próprios será de 10.000€ e o restante do capital 66,67%, isto é 20.000€, será financiado por meios alheios através de empréstimo bancário. Posteriormente a reunir este montante, é necessário a criação jurídica da empresa, o que implica contratar os serviços de um Técnico Oficial de Contas (TOC), que assegurará também a contabilidade durante a sua vigência. Nesta fase, também será essencial contratar os serviços de um advogado para assegurar todas as questões jurídicas envolventes em direito laboral, acordos com fornecedores e outras que sejam necessárias. O modelo de trabalho é o teletrabalho em formato híbrido, para tal serão alugadas num centro de escritórios salas para a realização das consultas presenciais e o acesso a uma sala de reuniões para reunir com a equipa e também proporcionar um espaço de *networking*.

Para o desempenho da atividade é necessário adquirir equipamento informático, nomeadamente computadores e impressora. Também é necessário a compra de telemóveis e escolha de operador que garanta um pacote vantajoso para a realização das chamadas e utilização da internet. A seleção e aquisição de um bom *Customer Relationship Management (CRM)* é indispensável para uma gestão eficiente do cliente.

Para a criação da marca e cumprir os objetivos de notoriedade e reconhecimento, é essencial a contratação de uma empresa de *Branding* para a criação do logotipo, todo o design da empresa, estilo de comunicação, desenho da estratégia de SEO e SEM e desenvolvimento do site e da aplicação. Quanto às campanhas nas redes sociais e marketing de conteúdo serão realizadas pelos elementos da equipa.

Como a estratégia de Recursos Humanos da empresa é o desenvolvimento de competências através de um programa de *trainees*, será efetuado a contratação de estagiários recorrendo a programas de apoio do IEFP, e acordos realizados com empresas de formação de cursos profissionais que tenham no seu percurso curricular a realização

de estágios. Consoante as consultas vão aumentando, a equipa será reforçada com psicólogos com experiência. Com esta estratégia garantimos os recursos humanos necessários ao desenvolvimento do projeto a custos reduzidos garantindo uma maior rentabilidade.

Para garantir a cobertura da oferta de serviços, é necessário contruir uma rede de parcerias a nível nacional, embora esta construção seja dinâmica, é necessário antes do arranque da atividade já ter a equipa contratada para a realização das parcerias essenciais. Como a atividade é toda realizada através da plataforma, é necessário estar a funcionar corretamente para o lançamento da empresa no mercado.

A programação das ações necessárias à consecução destes requisitos, estão consideradas no seguinte cronograma:

Quadro 8.1 – Cronograma de implementação

	Março	Abril	Maio	Junho	Junho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março
criação da empresa													
Banco													
- Abertura de conta empresa													
Contratação TOC													
- Abertura da empresa													
- Gestão da contabilidade													
Contratação de advogado													
- Elaboração contratos parcerias													
Assessoria direito do trabalho													
SELEÇÃO SALA													
- Aluguer salas													
INFORMÁTICA E TELECOMUNICAÇÕES													
- Aquisição de computadores													
- Aquisição de CRM (subscrição)													
- Aquisição telefones													
- Contrato com operadora móvel													
SELEÇÃO AGÊNCIA COMUNICAÇÃO													
Contratação agência de Branding													
- Criação do logotipo													
- Desenvolvimento design marca													
- Criação do estilo de comunicação													
- Estratégia SEM e SEO													
- Desenvolvimento site e plataforma													
RECURSOS HUMANOS													
- Candidatura apoios IEPF Estágios													
- Contratação estagiários cursos profissionais													
PARCERIAS													
- Definição de processos													
- Protocolos com fornecedores													
MARKETING													
- Gestão de campanhas redes sociais													
- Desenvolvimento conteúdo													
LANÇAMENTO SERVIÇO													
Site e plataforma operacional													
Equipa contratada													

9. Avaliação financeira

Neste ponto é pretendido verificar através da análise de vários indicadores financeiros se o modelo de negócio tem viabilidade financeira e conseqüentemente decidir se o mesmo avança, e como tal é um dos pontos mais importantes.

9.1 Pressupostos

Para efetuar a análise financeira ao projeto, é necessário assumir alguns pressupostos que servem de base e são essenciais à respetiva análise.

Quadro 9.1 – Pressupostos do projeto

Duração do projeto	5 anos
Impostos	
✓ IVA	23%
✓ IRC	21%
Recursos humanos e encargos sociais	
• TSU (empresa)	23,75%
• TSU (colaborador)	11%
• Subsídio de alimentação	6,45€ diário
Prazo médio de pagamentos	
• Recebimento de clientes	Pronto pagamento
• Pagamento a fornecedores	30 dias
• Pagamento IVA	60 dias
• Segurança Social	30 dias
• Retenções na fonte	30 dias
Investimento a médio longo prazo – 60 meses	
• Empréstimos a médio longo prazo	Taxa anual efetiva: 8,108%
• Imposto de selo	Taxa 0,6%

9.2 Investimento em CAPEX, amortizações e depreciações

A maior parte do valor do investimento em CAPEX vai ser realizado em ativos tangíveis, uma vez que os computadores serão uma ferramenta essencial à realização das consultas online e o mobiliário para as consultas presenciais. Os restantes investimentos serão em ativos intangíveis, onde destaco as licenças de agência de viagens e animação turística como uma das obrigadoriedades para o desempenho das atividades da organização de atividades outdoor e viagens. Os outros ativos intangíveis estão relacionados com o

arranque da empresa, nomeadamente os custos inerentes à criação da empresa e do site. Na seguinte tabela podem ser consultados em maior detalhe os investimentos.

Quadro 9.2 – Investimento em CAPEX

Descrição do investimento	Valor sem Iva	Iva	Valor com Iva
Abertura da empresa	292,68 €	67,32 €	360,00 €
Registo marca	103,66 €	23,84 €	127,50 €
registo do logo	103,66 €	23,84 €	127,50 €
Criação do site	2 439,02 €	560,98 €	3 000,00 €
Licença agência viagens	2 032,52 €	467,48 €	2 500,00 €
Licença animação turística	609,76 €	140,24 €	750,00 €
Computadores	16 097,56 €	3 702,44 €	19 800,00 €
Mobiliário	5 203,25 €	1 196,75 €	6 400,00 €
Telemóveis	813,01 €	186,99 €	1 000,00 €
Impressora	162,60 €	37,40 €	200,00 €
Total	27 857,72 €	6 407,28 €	34 265,00 €

Para o cálculo das amortizações foi utilizado o método de depreciação da linha reta/quota constantes. As taxas de depreciação foram retiradas do decreto lei nr. 25/2009 onde se pode consultar as tabelas com as percentagens a aplicar.

Quadro 9.3 – Amortizações e depreciações

	2022	2023	2024	2025	2026
<i>Amortizações e depreciações</i>	8.295,54€	8,295,54€	8,295,54€	1.235,79€	1.235,79€

9.3 Previsão de vendas

Para proceder à previsão do cálculo das vendas foram definidos os objetivos mensais de captação de novos membros, de novos pacientes e consultas realizadas. O mesmo exercício foi elaborado para as outras atividades. Conforme se pode constatar na tabela seguinte, as consultas de psicologia são o item com maior faturação e com uma maior taxa de crescimento. Este fenómeno deve-se ao facto de cada novo cliente representar em média 4 consultas por mês. Para chegar a estas previsões, foi elaborado a estimativa mensal, considerando por cada paciente 3 consultas e uma redução de 15% face à previsão das consultas mensais para considerar as altas ou desistências que possam existir. Para as atividades de grupo em modalidade de *outdoor* e escapadinhas na Europa, foi feito uma previsão de no máximo 8 eventos por mês com uma média de 18 pessoas por grupo. Quanto às subscrições foi estimado em função do nr novo de pacientes e das atividades de grupo. Podem-se consultar estas tabelas em maior detalhe no anexo E – Previsão de

consultas de psicologia, página 105 e no anexo F – Previsão das vendas, página 106. Na tabela seguinte apresenta-se o resumo anual das vendas por atividade e ano.

Quadro 9.4 – Vendas anuais

Ano	2022	2023	2024	2025	2026
Tipo					
Subscrição membros					
valor sem iva	34 655,25 €	125 523,65 €	148 466,15 €	222 260,64 €	280 578,48 €
iva	7 970,71 €	28 870,44 €	34 147,21 €	51 119,95 €	64 533,05 €
valor com iva	42 625,96 €	154 394,09 €	182 613,36 €	273 380,59 €	345 111,53 €
Consultas de Psicologia					
valor sem iva	205 449,40 €	842 385,00 €	1 520 205,00 €	2 181 315,00 €	2 817 675,00 €
iva	- €	- €	- €	- €	- €
valor com iva	205 449,40 €	842 385,00 €	1 520 205,00 €	2 181 315,00 €	2 817 675,00 €
Total atividades outdoor + friendship coach					
valor sem iva	59 557,00 €	86 057,78 €	74 565,12 €	86 651,78 €	92 337,98 €
iva	13 698,11 €	19 793,29 €	17 149,98 €	19 929,91 €	21 237,74 €
valor com iva	73 255,11 €	105 851,07 €	91 715,09 €	106 581,69 €	113 575,71 €
Total escapadinhas na Europa + friendship coach					
valor sem iva	58 536,59 €	139 105,69 €	144 796,75 €	157 804,88 €	160 325,20 €
iva	13 463,42 €	31 994,31 €	33 303,25 €	36 295,12 €	36 874,80 €
valor com iva	72 000,01 €	171 100,00 €	178 100,00 €	194 100,00 €	197 200,00 €
Workshops bem-estar e desenvolvimento pessoal					
valor sem iva	10 976,40 €	14 635,20 €	14 635,20 €	15 609,76 €	15 609,76 €
iva	2 524,57 €	3 366,10 €	3 366,10 €	3 590,24 €	3 590,24 €
valor com iva	13 500,97 €	18 001,30 €	18 001,30 €	19 200,00 €	19 200,00 €
Total vendas					
valor sem iva	369 174,64 €	1 207 707,32 €	1 902 668,21 €	2 663 642,06 €	3 366 526,42 €
iva	84 910,17 €	277 772,68 €	437 613,69 €	612 637,67 €	774 301,08 €
valor com iva	454 084,81 €	1 485 480,00 €	2 340 281,90 €	3 276 279,73 €	4 140 827,49 €

Quadro 9.5 – Crescimento da faturação

	2023	2024	2025	2026
crescimento faturação	227%	58%	40%	26%

9.4 Outros custos fixos e variáveis

Uma vez que a atividade desenvolvida não vende mercadorias, não foram considerados custos com mercadorias (CMVMC). Como tal, os custos com as atividades foram considerados em custos variáveis. Estes valores foram estimados mensalmente para todos os anos, mediante a previsão das vendas. Poderá ser consultado em detalhe as previsões no anexo G – Previsão de gastos variáveis associados às previsões de vendas, página 116. Também foram considerados para os custos variáveis as despesas inerentes às deslocações, material de escritório e doações de carácter social. Quanto aos custos fixos mensais foram considerados os custos associados às despesas com os seguros obrigatórios, rendas, avenças mensais e todas as outras despesas de carácter regular e que

são essenciais para o desenvolvimento da atividade. Quanto à publicidade foi considerado as despesas de campanhas que serão realizadas através google ads ou redes sociais.

Quadro 9.6 – Custos fixos mensais

Custos fixos mensais	custo unitário	valor sem IVA	IVA	valor com IVA
Programa gestão de agendas	7,00 €	7,00 €	1,61 €	8,61 €
Programa de faturação	30,00 €	30,00 €	6,90 €	36,90 €
Registo do dominio	20,00 €	20,00 €	4,60 €	24,60 €
Alojamento	15,00 €	15,00 €	3,45 €	18,45 €
Gestão redes sociais	449,50 €	449,50 €	103,39 €	552,89 €
Contabilista	150,00 €	150,00 €	34,50 €	184,50 €
Seguro de responsabilidade Social	250,00 €	250,00 €	57,50 €	307,50 €
Seguro de acidentes pessoais	900,00 €	900,00 €	207,00 €	1 107,00 €
Pacote internet + telefone	50,00 €	50,00 €	11,50 €	61,50 €
Viatura	400,00 €	400,00 €	92,00 €	492,00 €
Aluguer de salas	600,00 €	600,00 €	138,00 €	738,00 €
mailchimp e canvas	30,00 €	30,00 €	6,90 €	36,90 €
Total	2 901,50 €	2 901,50 €	667,35 €	3 568,85 €

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro 9.7 – Custos variáveis mensais

Custos variáveis mensais	custo unitário	custo sem IVA	IVA	valor com IVA
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,11 €	19,11 €	4,40 €	23,51 €
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,44 €	27,44 €	6,31 €	33,75 €
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almourol+ friendship coach + Transporte	28,86 €	28,86 €	6,64 €	35,50 €
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,61 €	25,61 €	5,89 €	31,50 €
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,27 €	29,27 €	6,73 €	36,00 €
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,85 €	65,85 €	15,15 €	81,00 €
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,11 €	19,11 €	4,39 €	23,50 €
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,63 €	114,63 €	26,37 €	141,00 €
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,70 €	118,70 €	27,30 €	146,00 €
River Trekking - geres C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	179,67 €	179,67 €	41,33 €	221,00 €
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte+hotel	122,76 €	122,76 €	28,24 €	151,00 €
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,09 €	143,09 €	32,91 €	176,00 €
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,02 €	139,02 €	31,98 €	171,00 €
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,76 €	122,76 €	28,24 €	151,00 €
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,70 €	118,70 €	27,30 €	146,00 €
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,30 €	31,30 €	7,20 €	38,50 €
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,80 €	37,80 €	8,70 €	46,50 €
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,87 €	41,87 €	9,63 €	51,50 €
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ friendship coach	9,35 €	9,35 €	2,15 €	11,50 €
Sintra haking tour+ friendship coach	12,60 €	12,60 €	2,90 €	15,50 €
Arrabida haking tour+ friendship coach	13,41 €	13,41 €	3,09 €	16,50 €
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	118,70 €	118,70 €	27,30 €	146,00 €
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,57 €	110,57 €	25,43 €	136,00 €
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50 €	106,50 €	24,50 €	131,00 €
Complexo Mineiro de Regufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50 €	106,50 €	24,50 €	131,00 €
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50 €	106,50 €	24,50 €	131,00 €
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50 €	106,50 €	24,50 €	131,00 €
Passeio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+transporte+hotel	122,76 €	122,76 €	28,24 €	151,00 €
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,14 €	121,14 €	27,86 €	149,00 €
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,50 €	43,50 €	10,00 €	53,50 €
Douro: cruzeiro das 6 pontes:+refeição+transporte+friendship coach	100,41 €	100,41 €	23,09 €	123,50 €
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,27 €	29,27 €	6,73 €	36,00 €
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,19 €	49,19 €	11,31 €	60,50 €
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,73 €	33,73 €	7,76 €	41,49 €
wks comida vegetariana + friendship coach	23,16 €	23,16 €	5,33 €	28,49 €
Escape room+refeição+friendship coach	42,68 €	42,68 €	9,82 €	52,50 €
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68 €	222,68 €	51,22 €	273,90 €
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46 €	271,46 €	62,44 €	333,90 €
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07 €	247,07 €	56,83 €	303,90 €
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72 €	287,72 €	66,18 €	353,90 €
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40 €	267,40 €	61,50 €	328,90 €
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33 €	263,33 €	60,57 €	323,90 €
Material de escritório	30,00 €	30,00 €	6,90 €	36,90 €
Gasoleo + portagens + estacionamento	150,00 €	150,00 €	34,50 €	184,50 €
Total		4 381,74 €	1 007,80 €	5 389,54 €

Quadro 9.8 – Custos variáveis anuais

Custos variáveis anuais	2022	2023	2024	2025	2026
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	382,20 €	764,40 €	382,20 €	764,40 €	764,40 €
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	493,92 €	493,92 €	548,80 €	493,92 €	1 042,72 €
Canoagem Rio Tejo: Constanca- castelo almourol+ friendship coach + Transporte	519,51 €	2 078,05 €	1 039,02 €	1 558,54 €	519,51 €
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	460,98 €	921,95 €	460,98 €	460,98 €	460,98 €
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	1 112,20 €	1 053,66 €	- €	- €	526,83 €
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	- €	- €	- €	- €	- €
Coastering Arrábida+ friendship coach	764,23 €	382,11 €	382,11 €	382,11 €	764,23 €
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	2 292,68 €	4 126,83 €	2 063,41 €	6 190,24 €	4 126,83 €
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	4 273,17 €	- €	- €	- €	- €
River Trekking - geres C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	3 234,15 €	- €	6 468,29 €	3 234,15 €	6 468,29 €
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte+hotel	- €	2 209,76 €	2 209,76 €	- €	4 665,04 €
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	5 151,22 €	- €	- €	- €	- €
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	2 502,44 €	7 507,32 €	- €	- €	5 004,88 €
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	- €	2 209,76 €	2 209,76 €	2 209,76 €	4 419,51 €
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	- €	- €	- €	- €	- €
arborismo/escalada/slide/trapolim St Estevão+transporte+friendship coach	563,41 €	- €	- €	- €	- €
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	- €	680,49 €	680,49 €	- €	- €
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	1 507,32 €	753,66 €	2 260,98 €	2 260,98 €	3 014,63 €
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ friendship coach	747,97 €	560,98 €	1 103,25 €	504,88 €	1 271,54 €
Sintra haking tour+ friendship coach	756,10 €	- €	1 512,20 €	756,10 €	756,10 €
Arrabida haking tour+ friendship coach	- €	536,59 €	536,59 €	268,29 €	268,29 €
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	4 273,17 €	10 682,93 €	- €	6 409,76 €	4 273,17 €
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	- €	- €	- €	- €	1 990,24 €
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	- €	- €	- €	1 917,07 €	- €
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+transporte+ho	- €	- €	1 917,07 €	1 917,07 €	- €
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	- €	- €	1 917,07 €	- €	- €
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	1 917,07 €	7 668,29 €	5 751,22 €	1 917,07 €	1 917,07 €
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+transporte+hotel	- €	2 209,76 €	2 209,76 €	8 839,02 €	4 419,51 €
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	- €	2 180,49 €	6 541,46 €	2 180,49 €	4 360,98 €
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	869,92 €	- €	1 739,84 €	782,93 €	869,92 €
Douro: cruzeiro das 6 pontes:+refeição+transporte+friendship coach	9 036,59 €	7 229,27 €	7 229,27 €	5 421,95 €	5 421,95 €
Tmar: Paintball 200 bolas+trasnporte+friendship coach	- €	1 053,66 €	1 053,66 €	3 160,98 €	3 160,98 €
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	- €	3 639,84 €	- €	4 426,83 €	2 754,47 €
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	674,63 €	1 888,98 €	2 698,54 €	1 956,44 €	2 023,90 €
wks comida vegetariana + friendship coach	463,25 €	463,25 €	1 389,76 €	1 389,76 €	1 389,76 €
Escape room+refeição+friendship coach	853,66 €	2 560,98 €	2 560,98 €	6 829,27 €	4 268,29 €
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	8 907,32 €	17 814,63 €	17 814,63 €	22 268,29 €	8 907,32 €
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	5 429,27 €	21 717,07 €	27 146,34 €	38 004,88 €	21 717,07 €
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	9 882,93 €	14 824,39 €	24 707,32 €	14 824,39 €	29 648,78 €
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	5 754,47 €	28 772,36 €	23 017,89 €	17 263,41 €	34 526,83 €
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	10 695,93 €	16 043,90 €	16 043,90 €	16 043,90 €	21 391,87 €
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	5 266,67 €	10 533,33 €	5 266,67 €	15 800,00 €	10 533,33 €
Material de escritório	270,00 €	360,00 €	360,00 €	360,00 €	360,00 €
Gasoleo + portagens + estacionamento	1 350,00 €	1 800,00 €	1 800,00 €	1 800,00 €	1 800,00 €
Doações a associações	500,00 €	2 000,00 €	2 500,00 €	2 500,00 €	3 000,00 €
Total de custos variáveis sem IVA	90 406,36 €	175 722,58 €	173 023,20 €	192 597,85 €	199 809,23 €
Total de IVA	20 793,46 €	40 416,19 €	39 795,33 €	44 297,51 €	45 956,12 €
Total de custos variáveis com IVA	111 199,83 €	216 138,77 €	212 818,53 €	236 895,35 €	245 765,36 €

Quadro:9.9 – Custos fixos anuais

Custos fixos anuais	2022	2023	2024	2025	2026
Programa gestão de agendas	373,00 €	1 047,00 €	1 839,00 €	2 574,00 €	3 316,00 €
Programa de faturação	1 246,00 €	2 136,00 €	2 136,00 €	2 136,00 €	2 136,00 €
Registo do dominio	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €
Alojamento	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €	15,00 €
Gestão redes sociais	4 045,50 €	5 394,00 €	5 394,00 €	5 394,00 €	5 394,00 €
Contabilista	1 050,00 €	1 800,00 €	1 800,00 €	1 800,00 €	1 800,00 €
Seguro de responsabilidade Social	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
Seguro de acidentes pessoais	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €
Pacote internet + telefone	450,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Viatura	2 450,00 €	4 200,00 €	4 200,00 €	4 200,00 €	4 200,00 €
Custos com publicidade	7 200,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €
Aluguer de salas	7 200,00 €	18 600,00 €	37 200,00 €	46 800,00 €	53 400,00 €
Total de custos fixos sem IVA	25 199,50 €	44 562,00 €	63 954,00 €	74 289,00 €	81 631,00 €
Total de IVA	5 795,89 €	10 249,26 €	14 709,42 €	17 086,47 €	18 775,13 €
Total de custos fixos com IVA	30 995,39 €	54 811,26 €	78 663,42 €	91 375,47 €	100 406,13 €

Quadro: 9.10 – Custos com publicidade

Custos com publicidade	2022	2023	2024	2024	2026	Total
Campanhas google ads	4 050,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	5 400,00 €	25 650,00 €
Campanha facebook e Insta	3 150,00 €	4 200,00 €	4 200,00 €	4 200,00 €	4 200,00 €	19 950,00 €
Total	7 200,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €	9 600,00 €	45 600,00 €

9.5 Gastos com pessoal

Aquando a previsão das consultas de psicologia mensais, foi considerado o número de psicólogos necessários para cada ano. A grande maioria dos recursos humanos serão psicólogos, uma vez que as atividades outdoor e escapadinhas serão organizadas em parceria, e como tal não teremos custos com salários.

A equipa é também constituída por um diretor e dois gestores de clientes e eventos. O salário líquido foi multiplicado por 14 (para considerar os subsídios de férias e natal), a taxa social do empregador foi 23,75% sobre o salário líquido.

Também foi considerado como custo o subsídio de alimentação pago por 22 dias úteis de trabalho, o seguro de acidentes de trabalho obrigatório e uma verba a partir do segundo ano de atividade para a formação dos colaboradores.

Para os cálculos anuais, foram considerados os aumentos salariais ao longo dos anos, conforme se pode consultar na tabela no anexo I – Gastos com o pessoal, página

126. A seguir pode-se verificar o quadro que demonstra os custos anuais dos gastos salariais por cada função.

Quadro 9.11 – Custos com o pessoal

Função	Diretor	Psicólogo	Psicólogo	Gestor cliente	Total
Ano	contrato	estágio	contrato	estágio	
2022	22 738,81 €	64 210,24 €	- €	9 792,69 €	96 741,75 €
2023	35 113,81 €	98 763,22 €	135 893,19 €	15 052,06 €	284 822,29 €
2024	52 558,81 €	98 763,22 €	317 187,20 €	31 836,63 €	500 345,86 €
2025	87 548,81 €	98 763,22 €	549 079,52 €	33 569,13 €	768 960,68 €
2026	104 413,81 €	98 763,22 €	732 106,03 €	33 569,13 €	968 852,19 €
Total	302 374,07 €	459 263,14 €	1 734 265,94 €	123 819,63 €	2 619 722,78 €

9.6 Mapa dívida

Para reforçar o financiamento da empresa vai-se recorrer a um empréstimo bancário. A opção selecionada foi a linha de crédito Crédito Avançar médio longo prazo do banco Millenium bcp para reforçar o investimento necessário ao arranque da atividade. Este empréstimo tem o prazo de liquidação de 60 meses, em prestações mensais de valor constante, em que o all in cost (TAE) é de 8,108%.

Quadro 9.12 – Dados para elaboração mapa da dívida

dados	
Investimento	30 000,00 €
c.alheio 66,67%	20 000,00 €
IRC	21%
Taxa juro	8,00%
Prazo	5 anos
Reembolso	Prestações anuais iguais
Imposto de selo sobre juros	6%
Imposto selo abertura de credito	0,50%
Isac	100,00 €
Partes iguais 5 anos	20,00 €
Economia Fiscal Isac	4,20 €

Quadro 9.13 – Mapa de dívida

Descrição	2022	2023	2024	2025	2026
Capital em dívida início de período	20 000,00 €	16 000,00 €	12 000,00 €	8 000,00 €	4 000,00 €
Amortização/Reembolso	4 000,00 €	4 000,00 €	4 000,00 €	4 000,00 €	4 000,00 €
Capital em dívida fim de período	16 000,00 €	12 000,00 €	8 000,00 €	4 000,00 €	- €
Juro	1 600,00 €	1 280,00 €	960,00 €	640,00 €	320,00 €
Prestação	5 600,00 €	5 280,00 €	4 960,00 €	4 640,00 €	4 320,00 €
Poupança Fiscal dos Juros	336,00 €	268,80 €	201,60 €	134,40 €	67,20 €
Imposto de selo sobre os juros	96,00 €	76,80 €	57,60 €	38,40 €	19,20 €
Poupança Fiscal do Imposto selo juros	20,16 €	16,13 €	12,10 €	8,06 €	4,03 €
Poupança Fiscal do imposto selo abertura crédito	4,20 €	4,20 €	4,20 €	4,20 €	4,20 €
Outflow	5 335,64 €	5 067,67 €	4 799,70 €	4 531,74 €	4 263,77 €

9.7 Demonstração de Resultados

Apesar do primeiro ano ser de investimento, como a empresa não tem que disponibilizar uma verba muito avultada para o arranque da atividade é conseguido um resultado líquido positivo, e que se mantém ao longo dos anos seguintes. Este resultado é devido aos resultados elevados na margem bruta das vendas, que é superior aos gastos com os fornecedores e serviços externos variáveis e fixos e os custos com o pessoal.

Quadro 9.14 – Demonstração de resultados

	2022	2023	2024	2025	2026
vendas	369 174,64 €	1 207 707,32 €	1 902 668,21 €	2 663 642,06 €	3 366 526,42 €
Margem bruta	369 174,64 €	1 207 707,32 €	1 902 668,21 €	2 663 642,06 €	3 366 526,42 €
Fornecedores e serviços externos variáveis	90 406,36 €	175 722,58 €	173 023,20 €	192 597,85 €	199 809,23 €
Margem de contribuição	278 768,28 €	1 031 984,74 €	1 729 645,02 €	2 471 044,21 €	3 166 717,18 €
Fornecimentos e serviços externos fixos	25 199,50 €	44 562,00 €	63 954,00 €	74 289,00 €	81 631,00 €
Custos com pessoal	96 741,75 €	284 822,29 €	500 345,86 €	768 960,68 €	968 852,19 €
EBITDA	156 827,03 €	702 600,45 €	1 165 345,15 €	1 627 794,53 €	2 116 233,99 €
Depreciações e amortizações	8 295,54 €	8 295,54 €	8 295,54 €	1 235,79 €	1 235,79 €
Resultado Operacional (EBIT)	148 531,49 €	694 304,91 €	1 157 049,61 €	1 626 558,74 €	2 114 998,20 €
Custos financeiros de empréstimos a médio/longo prazo	1 600,00 €	1 280,00 €	960,00 €	640,00 €	320,00 €
Custos financeiros de empréstimos a curto prazo	- €	- €	- €	- €	- €
Rendimentos de aplicações financeiras	- €	- €	- €	- €	- €
Resultado antes de imposto (EBT)	146 931,49 €	693 024,91 €	1 156 089,61 €	1 625 918,74 €	2 114 678,20 €
IRC	30 855,61 €	145 535,23 €	242 778,82 €	341 442,93 €	444 082,42 €
Resultado Líquido (NI)	116 075,88 €	547 489,68 €	913 310,80 €	1 284 475,80 €	1 670 595,78 €

9.8 Balanço previsional

Os ativos da empresa com maior impacto são de natureza correntes, em que o valor da caixa e depósitos bancários é o mais representativo dos ativos. Quanto ao capital próprio, é no resultado líquido que temos maioritariamente a maior verba, e este aspeto deve-se aos resultados positivos da operação.

Relativamente ao passivo a maior verba está no pagamento ao estado e outros entes públicos, e isto deve-se ao pagamento do IRC, Iva e encargos com o pessoal. Quanto ao passivo não corrente, no último ano no final do ano, o empréstimo encontra-se liquidado.

Quadro 9.15 – Balanço Previsional

BALANÇO EM 31 DE DEZEMBRO		UNIDADE MONETÁRIA: EURO				
RUBRICAS	NOTAS	DATAS				
		2021	2022	2021	2022	2022
ACTIVO						
Activo não corrente						
Activos fixos tangíveis		15 674,64	9 072,86	2 471,58	1 235,79	0,00
Activos intangíveis		3 387,54	1 693,76	0,00	0,00	0,00
Investimentos financeiros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Accionistas / sócios		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		19 062,18	10 766,62	2 471,58	1 235,79	0,00
Activo corrente						
Inventários		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Clientes		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estado e outros entes públicos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diferimentos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros activos correntes		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Caixa e depósitos bancários		164 309,52	661 909,50	1 086 391,77	1 518 324,09	1 950 965,73
		164 309,52	661 909,50	1 086 391,77	1 518 324,09	1 950 965,73
Total do activo		183 371,70	672 676,12	1 088 863,35	1 519 559,88	1 950 965,73
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO						
Capital próprio						
Capital realizado		10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00
Outros instrumentos de capital próprio		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reservas		0,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Resultados transitados		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outras variações no capital próprio		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultado líquido do período		114 568,98	545 982,78	911 803,90	1 284 251,28	1 670 371,26
Total do capital próprio		124 568,98	556 482,78	922 303,90	1 294 751,28	1 680 871,26
Passivo						
Passivo não corrente						
Provisões		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Financiamentos obtidos		16 000,00	12 000,00	8 000,00	4 000,00	0,00
Outras contas a pagar		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		16 000,00	12 000,00	8 000,00	4 000,00	0,00
Passivo corrente						
Fornecedores		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estado e outros entes públicos		42 802,72	104 193,34	158 559,44	220 808,61	270 094,48
Financiamentos obtidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diferimentos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros passivos correntes		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
		42 802,72	104 193,34	158 559,44	220 808,61	270 094,48
Total do passivo		58 802,72	116 193,34	166 559,44	224 808,61	270 094,48
Total do capital próprio e do passivo		183 371,70	672 676,12	1 088 863,35	1 519 559,88	1 950 965,73

9.9 WACC

O *Weighted Average Cost of Capital* é uma medida que permite calcular o custo médio ponderado do capital, e que reúne em uma só média ponderada todos os custos que uma empresa utilizou para o seu financiamento. O seu valor resulta numa percentagem que indica o retorno mínimo que a empresa deve ter. Quanto maior for o valor do wacc, menos atrativa se torna a empresa para investimento.

Quadro 9.16 – Calculo Beta Unlevered, Beta Levered e Custo do capital próprio

$rd = rf + Bd * (rm-rf)$	$Bl = Bu + (Bu-Bd) * (D/E) * (1-t)$	$re = rf + (rm-rf) * Bl$
Legenda: rd = custo da dívida rf = ativo sem risco (rm-rf) = prémio de risco de mercado Bd = beta da dívida	Legenda: Bl= beta levered do setor Bu= beta unlevered do setor Bd= beta da dívida D/E= Passivo sobre capital próprio t= taxa IRC e derrama	Legenda: re= custo do capital próprio rf= ativo sem risco (rm-rf)= prémio de risco de mercado Bl= beta levered do setor

Quadro 9.17 – Determinação do wacc

<i>rf</i> ou <i>yield to maturity</i>	1%
<i>rm</i>	8,15%
<i>Bu</i>	0,95
(<i>D/E</i>)	0,83645
	6%
<i>Bl</i>	1,53811
<i>re</i> ou <i>ke</i>	12%

Legenda:

WACC= taxa de atualização

E= capital próprio

D= passivo

E+D= valor da empresa

re= custo do capital

rd= custo da dívida

t= taxa IRC e derrama

$$WACC = (E/E+D) * re + (D/E+D) * rd * (1-t)$$

$$Wacc = (0,1015/0,1015+0,0849) * 12% + (0,0849/0,1015+0,0849) * 1% * (1-0,21) = 14,06%$$

9.10 Mapa de *cashflow*

Conforme podemos verificar pelo quadro apresentado o projeto é economicamente viável segundo todos os critérios, uma vez que o VAL é positivo, a TIR é superior à taxa exigida, o ROI (retorno do investimento) e o *Payback Period* (prazo de recuperação do investimento) é inferior à vida útil do projeto.

O VAL perfaz o valor de 7.514.715,99€, ou seja, representa um valor positivo, o que significa que é possível aos acionistas recuperarem o investimento inicial do projeto, remunerar os acionistas à taxa de retorno exigida pelos mesmos e ainda realizar um excedente.

A TIR é de 393%, o que reflete o investimento reduzido em capex e os valores elevados do *cash-flow*. Esta taxa aprova a decisão da VAL e explicita que o projeto de investimento é economicamente viável, ou seja, o VAL é positivo porque a taxa de retorno exigida pelos acionistas é inferior à TIR.

Analisando o ROI verificamos que o retorno será de 270,75 € por cada euro investido no projeto e o *payback period* em que o retorno será de um 1 ano, menos 4 anos até ao final do projeto.

Quadro 9.18 – Mapa de Cashflow

		2022	2023	2024	2025	2026
EBIT		148 531,49 €	694 304,91 €	1 157 049,61 €	1 626 558,74 €	2 114 998,20 €
IRC		31 191,61 €	145 804,03 €	242 980,42 €	341 577,33 €	444 149,62 €
RAJDI		117 339,88 €	548 500,88 €	914 069,20 €	1 284 981,40 €	1 670 848,58 €
Depreciação		8 295,54 €	8 295,54 €	8 295,54 €	1 235,79 €	1 235,79 €
CF Exploração		125 635,42 €	556 796,42 €	922 364,74 €	1 286 217,19 €	1 672 084,37 €
Investimento						
Investimento em Capex	- 27 857,72 €					
Investimento em NFM		- 344 877,58 €	927 120,45 €	858 122,14 €	911 921,01 €	2 985 797,93 €
Valor residual Capex						
Valor residual NFM						2 985 797,93 €
Total investimento		- 344 877,58 €	927 120,45 €	858 122,14 €	911 921,01 €	2 985 797,93 €
Cash flow total		- 219 242,16 €	1 483 916,87 €	1 780 486,88 €	2 198 138,20 €	4 657 882,30 €
Cash flow total atualizado	- 27 857,72 €	- 204 899,22 €	1 296 110,46 €	1 453 407,66 €	1 676 949,11 €	3 321 005,71 €
Cash flow total atualizado acumulado	- 27 857,72 €	- 232 756,94 €	1 063 353,52 €	2 516 761,18 €	4 193 710,28 €	7 514 715,99 €

Quadro 9.19 – Avaliação financeira

VAL	7 514 715,99 €
TIR	393%
MTIR	102%
ROI	270,75 €
PBP	1

9.11 Análise de sensibilidade

Até ao momento estivemos a trabalhar sobre um cenário que consideramos ser realista, que tem grandes possibilidades de se concretizar. No entanto, as previsões podem oscilar, e como tal, é importante considerar cenários alternativos, e para isso vamos considerar mais dois cenários: um otimista e outro pessimista.

No cenário otimista foi considerado um aumento de 20% nas vendas e uma redução de 10% nos fornecedores e serviços externos variáveis e nos gastos com o pessoal, já no cenário pessimista foi considerado uma redução de 20% nas vendas e um aumento de 10% nos serviços externos variáveis e nos gastos com o pessoal.

Na tabela seguinte, analisa-se o impacto que cada um destes cenários tem nos indicadores financeiros do projeto.

Quadro 9.20 – Análise de cenários

Cenário otimista		Cenário pessimista	
VAL	8 770 729,62 €	VAL	6 767 932,63 €
TIR	477%	TIR	324%
MTIR	116%	MTIR	90%
ROI	315,84 €	ROI	243,95 €
PBP	1	PBP	1

Conforme se pode constatar, no cenário otimista os indicadores financeiros aumentam ainda mais a rentabilidade da empresa. Também no cenário pessimista os indicadores continuam a indicar que existe viabilidade financeira. Perante estes indicadores é recomendável avançar com o projeto.

10. Conclusões

Considerando toda a análise efetuada ao longo deste projeto, é verificado que de facto é uma ideia inovadora, direcionada para um mercado que efetivamente tem várias necessidades, e que este modelo de negócios pretende colmatar.

Os resultados obtidos através da revisão bibliográfica e da análise de mercado, mostram que existe uma oportunidade de negócio que não se encontra devidamente explorada, num mercado em crescimento exponencial. Os novos hábitos de consumo, validam a ideia do modelo de negócio ser online para a promoção e realização dos serviços, o que permite alargar a área de atuação ao mercado nacional.

Através do estudo da concorrência, é comprovado que no mercado não existe uma empresa que ofereça um conjunto de serviços integrados, que satisfaçam as necessidades de quem passa por um divórcio. Existem várias ofertas, mas dispersadas. O modelo de negócio desenvolvido, suprime precisamente esta lacuna no mercado.

Quanto à análise financeira foi comprovado que efetivamente o modelo de negócio tem viabilidade financeira, com uma boa rentabilidade, e como tal é recomendável a implementação do projeto.

Bibliografia

- Ahmad Samed Al-Adwan, M. A.-H. (2019). Boosting Customer E-Loyalty: An Extended Scale of Online Service Quality. *MDPI*, 1-27.
- Amandeep Singh, T. S. (2021). Impact os Social Media On Consumer Behaviour. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1216-1225.
- Anne Reneflot, C. O.-O. (2020). Marital separation and contact with primary healthcare services for mental health problems: a register-based study. *BMC Psychol*, 8:124.
- Banco de Portugal Eurosistema. (2021). Comunicado do Banco de Portugal sobre o Boletim Económico de março de 2021.
<https://www.bportugal.pt/comunicado/comunicado-do-banco-de-portugal-sobre-o-boletim-economico-de-marco-de-2021>
- Banco de Portugal Eurosistema. (2021) Projeções económicas.
<https://www.bportugal.pt/page/projecoes-economicas>
- Biotteau, A.-L., Bonnet, C., & Cambois, E. (2019). Risk of Major Depressive Episodes After Separation: The Gender-Specific Contribution of the income and Support Lost Trought Union Dissolution. *Eur J Population*, 35: 519-542.
- Bourassa, K. J. (2019). Psychological Overinvolvement, Emotional Distress, and Daily Affect Following Marital Dissolution. *Collabra: Psychology*, 5(1):8.
- Cubo up o seu negócio no topo. (2021). O que é Estratégia de Negócios: Veja 10 Exemplos de Estratégia de Negócios.
<https://cuboup.com/br/conteudo/estrategia-de-negocios/>
- Datareportal. (2021). Digital 2021: Portugal
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-portugal>
- Demey D, e. a. (2014). Living alone and psychological well-being in mind-life: does partnership history matter. *J. Epidemiol Community Health*, 403-410.

- Dr Ennala Deepa, D. M. (2021). Digital Marketing Catalyst in Creating Brand Image Through Customer. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1308-1315.
- EY. (2021). Future Consumer Index, Tendências de Comportamento do Consumidor para 2021.
https://www.ey.com/pt_pt/customer/future-consumer-index-tendencias-de-comportamento-do-consumidor-para-2021
- Garrido Rojas, L. G.-G.-O. (diciembre 2020). Regulación emocional y depresión en divorciados: Para quienes es más importante esta relación? *Terapia Psicológica*, vol 38 (3), 363-382.
- Gordon Fletcher, M. G. (2020). Digital transformation during a lockdown. *International Journal of Information Management*, 1-3.
- Hanny Juwitasary, C. C. (2020). The Effect of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty (Case Study at E-Marketplace XYZ in Indonesia). *Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal Vol.5. N.6*, 206-210.
- Hootsuite. (2021). The Global State of Digital 2021: A comprehensive look at the state of the internet, mobile devices, social media, and ecommerce from Hootsuite and We Are Social.
<https://www.hootsuite.com/pages/digital-trends-2021>
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-portugal>
- IBC – Instituto Brasileiro de Coaching. (2019). Conheça os principais fatores críticos de sucesso de uma empresa.
<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-principais-fatores-criticos-de-sucesso-de-uma-empresa/>
- Iham Tariq Ismail Al-Nuaimi, T. M. (2020). An integrated Model of the Relation Between E-Service Quality and User Satisfaction IHL. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-21.

- INE, Instituto Nacional de Estatística. (2020). Estatísticas demográficas 2019. Lisboa, Portugal.
https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=71882686&PUBLICACOESmodo=2
- Jornal económico. (2019). Match'. Tinder gerou receitas de mil milhões em 2019.
<https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/match-tinder-gerou-receitas-de-mil-milhoes-em-2019-544613>
- Ladislav Pilar, L. K. (2021). Framework for Social Media Analysis Based on Hashtag Research. *MDPI*, 1-18.
- Matthew R. Wrigth, A. M.-F. (2020). The Roles of Marital Dissolution and Subsequent Repartnering on Loneliness in Later Life. *J Gerontol B Psychol Soc Sci*, N8, 1796-1807.
- MeuSucesso.com. (2022). Canvas: passo a passo para o modelo de negócios.
<https://meusuccesso.com/artigos/gestao/canvas-passo-a-passo-para-o-modelo-de-negocios-1616/>
- Michal Kucia, G. G. (2021). The Implementation of New Technologies in Customer Value Management - A Sustainable Development Perspective. *Sustainability*, 469.
- Molini. (2020). Análise PESTEL - Saiba o que é e como aplicá-la à sua empresa!
https://www.moloni.pt/blog/gerir-empresas/analise-pestel-saiba-o-que-e-e-como-aplica-la-a-sua-empresa?gclid=CjwKCAjw87SHBhBiEiwAukSeUY0ZbstjQZgM80LZ3dNpnujuPq6GByQLk2co6Z_gnXQPHfa4TK7tLRoCOIIQAvD_BwE
- Mónica Guzmán-González, D. R.-O.-Y. (2019). Estructura Factorial, Invarianza Métrica y Propiedades Psicométricas de la Versión Chilena del Cuestionário de Perdón a la Ex Pareja. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica . RIDEP*, Nr. 52 - Vol.3 - 41-52.

- Natalia vatolkina, E. G. (2020). E-Service Quality from Attributes to Outcomes: The Similarity and Difference between Digital and Hybrid Services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 1-21.
- Nicole Kapelle, J. B. (2021). Marital Dissolution and Personal Wealth: Examining Gendered Trends across the Dissolution Process. *Journal of Marriage and Family*, 243-259.
- O analista modelo de negócios. (2019). Canvas da Proposta de Valor.
<https://analistamodelosdenegocios.com.br/canvas-da-proposta-de-valor/>
- Observador. (2021). Taxa de inflação homóloga desacelera para 0,5% em junho, menos 0,7 pontos do que em maio, segundo o INE.
<https://observador.pt/2021/06/30/taxa-de-inflacao-homologa-desacelera-para-05-em-junho-menos-07-pontos-do-que-em-maio-segundo-o-ine/>
- Olhar digital. (2021). Mercado de apps para celulares sobe 20% e bate recorde em 2020.
<https://olhardigital.com.br/2021/01/14/noticias/mercado-de-apps-para-celulares-sobe-20-e-bate-recorde-em-2020/>
- Ours, J. C. (2021). What a drag it is getting old? Mental health and loneliness beyond age 50 . *Applied Economics* , 1-14.
- Paulo Rita, T. O. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon* , 1-14.
- Pordata. (2021). Agregados domésticos privados: total e por tipo de composição.
<https://www.pordata.pt/Portugal/Agregados+dom%C3%A9sticos+privados+total+e+por+tipo+de+composi%C3%A7%C3%A3o-19>
- Pordata. (2021). População residente, média anual: total e por grupo etário.
<https://www.pordata.pt/Portugal/Popula%C3%A7%C3%A3o+residente++m%C3%A9dia+anual+total+e+por+grupo+et%C3%A1rio-10>
- Porto de ideias. (2021). Relatório Digital Portugal 2021
<https://portodeideias.pt/relatorio-digital-portugal-2021/>

Rana Tajvidi, A. K. (2017). The effect of social media on firm performance. *Elsevier*, 1-10.

Rockcontent (2019). Proposta de valor: o que é e como criar a proposta perfeita para o seu cliente.

<https://rockcontent.com/br/blog/proposta-de-valor/>

Sara Symoens, E. C. (2014). Divorce, conflict, and mental health: how the quality of intimate relationships is linked to post-divorce well-being. *Journal of Applied Social Psychology*, 220-233.

Tarun Kumar Singhal, A. V. (2019). Influence of Social Media Expressions on Service Quality Perceptions. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 95-98.

Treasy. (2017). O que é Análise Pest e como elaborar uma Matriz Pestel? Contamos tudo aqui

<https://www.treasy.com.br/blog/analise-pest/>

Sibs. (2021). Alterações nos hábitos de consumo dos portugueses.

<https://www.sibs.com/2021/02/04/alteracoes-nos-habitos-de-consumos-dos-portugueses/>

Torres, A. C. (1996). *Divórcio em Portugal, Ditos e Interditos - Uma análise sociológica*. Oeiras: Celta Editora.

Vengage. (2020). Como criar um relatório de análise de concorrência (+ modelos).

<https://pt.venngage.com/blog/analise-de-concorrenca/>

VivaDecorPro. (2021). Você sabe o que é proposta de valor? Descubra o que falta para conquistar os seus clientes.

<https://www.vivadecora.com.br/pro/ciclo-de-encantamento/>

Yárnos-Yaben, S. (2014). Y se tudo fue un error? Pensamientos negativos y ajuste al divorcio. *Estudios de psicologia*, 34:2, 185-195.

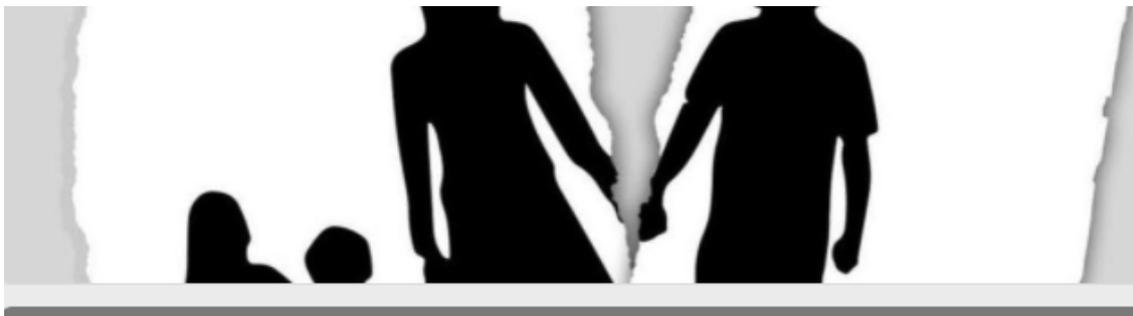
Yoojin Kim, B. K. (2020). Selection Attributes of Innovative Digital Platform-Based Subscription Services: A Case of South Korea. *Journal of Open Innovation: Technology Market and Complexity*, 1-14.

Yun Kyung Cho, C. L. (2021). Reputable Internet Retailers service Quality and Social Media use. *International Journal os Electronic Commerce Studies*, 43-64.

Ziolkowska, M. J. (2021). Digital Transformation and Marketing Activities in Small and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability*, 2512.

11. Anexos

Anexo A – Questionário efetuado



Apoio psicossocial no divórcio

Este questionário enquadra-se numa investigação para a tese de mestrado do curso de Gestão de Empresas do ISCTE-IUL e tem como tempo previsto de resposta apenas 2 minutos.

Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins académicos, sendo realçado que as respostas dos inquiridos representam apenas a sua opinião individual.

O questionário é anónimo, não devendo por isso colocar a sua identificação em nenhuma das folhas nem assinar o questionário.

Obrigada pela sua colaboração.

Apoio psicossocial no divórcio

*Obrigatório

INFORMAÇÃO PESSOAL

Género *

- Feminino
- Masculino

Idade *

- Entre 18 e 25 anos
- Entre 26 e 35 anos
- Entre 36 e 45 anos
- Entre 46 e 55 anos
- Entre 56 e 65 anos
- Mais de 65

Habilitações Literárias *

- Ensino básico
- Ensino secundário
- Bacharelato
- Licenciatura
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutoramento

Zona geográfica de residência *

- Norte
- Centro
- Lisboa e vale do tejo
- Alentejo
- Algarve
- Arquipélago da Madeira
- Arquipélago dos Açores

Tem filhos? *

- Sim
- Não

Se respondeu afirmativamente à questão anterior, quantos filhos tem?

- 1
- 2
- 3
- +4

Que idades têm?

- Menos de 6 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Entre 11 anos e 15 anos
- Entre 16 anos e 24 anos
- + de 25 anos

Estado civil *

- Solteiro
- Casado
- União de fato
- Divorciado
- Separado de fato
- Viúvo

DIVÓRCIO/SEPARAÇÃO

Já passou por um divórcio/separação? *

- Sim
- Não

Como se sentiu? *

	Nunca	Raramente	às vezes	Quase sempre	Sempre
Triste	<input type="radio"/>				
Aliviado	<input type="radio"/>				
Desorientado	<input type="radio"/>				
Contente	<input type="radio"/>				
Com Raiva	<input type="radio"/>				
Ansioso	<input type="radio"/>				

Diga o seu grau de concordância com as seguintes afirmações: *

	Discordo completamente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo completamente
Foi muito fácil encontrar um psicólogo de confiança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontrei facilmente um advogado de confiança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consegui fazer novas amizades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tive uma perda financeira com o divórcio/ separação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cheguei facilmente a acordo com o meu ex	<input type="radio"/>				
Necessitei de mudar de casa	<input type="radio"/>				
Iniciei facilmente uma relação	<input type="radio"/>				
A minha rotina de vida ficou desorganizada	<input type="radio"/>				
Consegui perdoar o meu ex	<input type="radio"/>				

O que ajudou a superar o divórcio/ separação? *

	Sim	Não
Amigos e familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uma nova relação amorosa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organização financeira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chegar a acordo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conhecer novas pessoas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ir ao psicólogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fazer novas atividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estudar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dos seguintes serviços indique o grau de importância para si. *

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante	Bastante importante
Workshops com estratégias parentais	<input type="radio"/>				
Eventos de networking (viagens, jantares, team building, etc)	<input type="radio"/>				
Eventos para os pais com filhos pequenos	<input type="radio"/>				

Atividades de lazer (dança, caminhadas, retiros, etc)	<input type="radio"/>				
Consultas de psicologia	<input type="radio"/>				
Atividades para casais	<input type="radio"/>				
Organização personalizada de viagens	<input type="radio"/>				
Serviços com descontos	<input type="radio"/>				
Programa de gestão de finanças	<input type="radio"/>				
Eventos de matchmaking	<input type="radio"/>				

Dos serviços com desconto, indique o grau de importância para si *

	Nada importante	Pouco importante	Importante	Muito importante	Bastante importante
Consultas de psicologia	<input type="radio"/>				
Advogados	<input type="radio"/>				
Aulas de linguas	<input type="radio"/>				

Engomadoria ao domicílio	<input type="radio"/>				
Viagens	<input type="radio"/>				
Eventos networking	<input type="radio"/>				
Empresas de mudanças	<input type="radio"/>				
Spas	<input type="radio"/>				
Webinares	<input type="radio"/>				
Programas de desenvolvimento pessoal	<input type="radio"/>				
Retiros espirituais	<input type="radio"/>				
Atividades de lazer	<input type="radio"/>				

Existe algum serviço que considere relevante e que não está incluído? Se sim, qual?

A sua resposta

USO INTERNET

Utiliza a internet? *

- Sim
- Não

Qual o dispositivo pelo qual acede habitualmente? *

- Smartphone
- Computador
- Portátil
- Não se aplica
- Outra: _____

Tem conta em alguma destas redes sociais? *

	Sim	Não
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiktok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linkedin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Qual a frequência de uso? *

	Não se aplica	Pelo menos uma vez por mês	Pelo menos 1 vez por semana	Entre 2 a 3 vezes por semana	Todos os dias
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiktok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linkedin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Já fez compras online? *

- Sim
- Não

Como encontrou o produto/serviço? *

- Procura no google
- Procura nas redes sociais
- Referência de conhecidos/ familiares
- Marketplace
- Play store (app)
- Não se aplica
- Outra: _____

Onde efetuou a compra? *

Através do site

App

Marketplace

Plataforma

Não se aplica

Outra: _____

Já contratou ou tem contratado serviços por subscrição? *

Sim

Não

Em caso de resposta afirmativa na questão anterior, quais os motivos que o levaram a contratualizar esse tipo de serviços? *

Comodidade

Rapidez de acesso

Facilidade de pagamentos

Reputação da marca

Qualidade do serviço

Relação custo benefício

Não tenho nenhum serviço desse género

Outra: _____

Resultados do questionário

Amostra de respondentes: N = 100

Quadro A.1 – Já passou por um divórcio/separação?

Já passou por um divórcio/separação?	N
Sim	97
Não	3
Total	100

Análise dos resultados da amostra dos que responderam afirmativamente à questão se já passou por um divórcio/ separação: N = 97

Quadro A.2 – Género

Género	N
Feminino	60
Masculino	37
Total	97

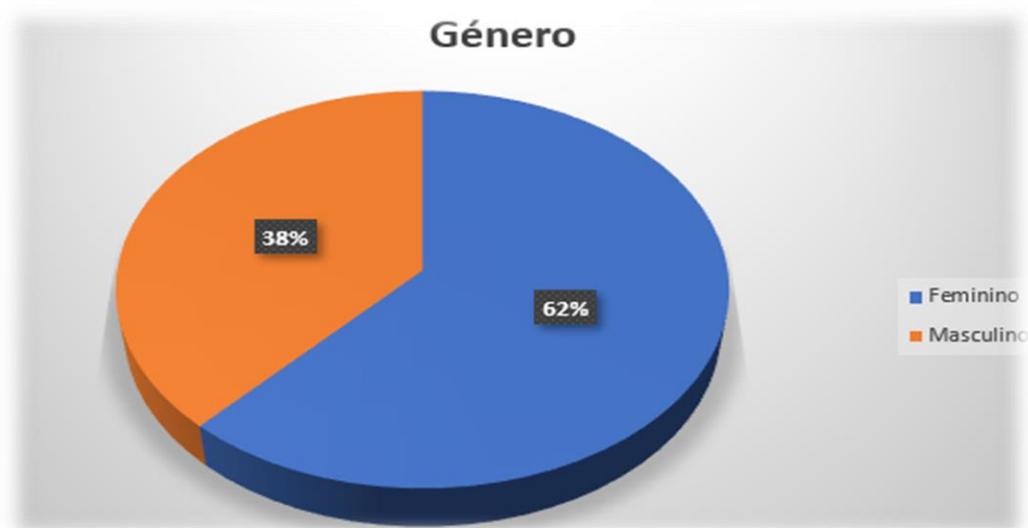


Figura A.1 – Género

Quadro A.3 – Idade

Idade	N
Entre 26 e 35 anos	5
Entre 36 e 45 anos	32
Entre 46 e 55 anos	47
Entre 56 e 65 anos	10
Mais de 65 anos	3
Total	97

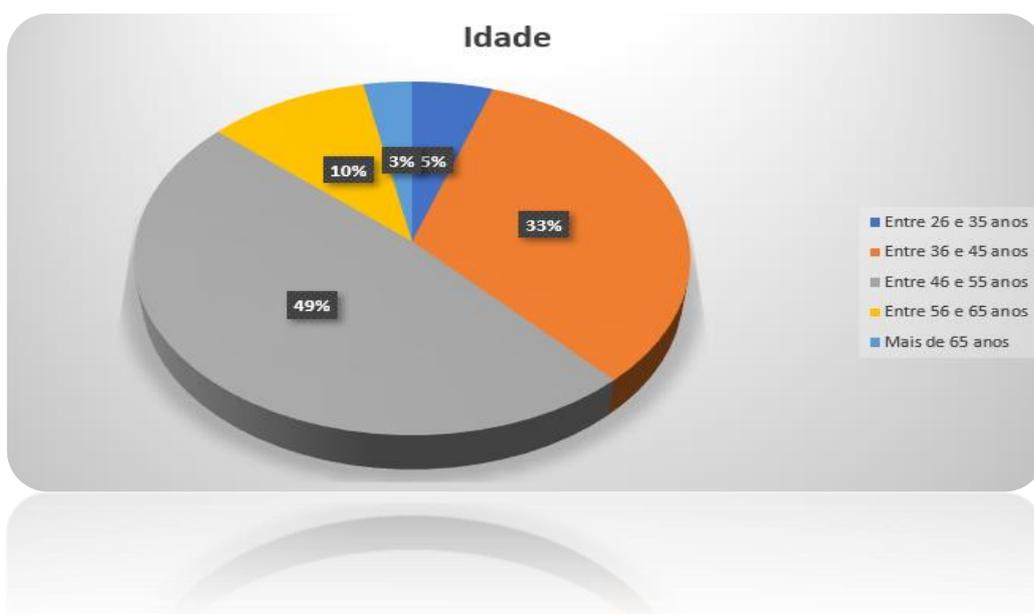


Figura A.2 – Idade

Quadro A.4 – Habilitações Literárias

Habilitações literárias	N
Ensino secundário	16
Bacharelato	5
Licenciatura	37
Pós-graduação	21
Mestrado	14
Doutoramento	4
Total	97



Figura A.3 – Habilitações Literárias

Quadro A.5 – Zona geográfica de residência

Zona geográfica de residência	N
Alentejo	3
Algarve	3
Arquipélago da Madeira	4
Centro	9
Lisboa e Vale do Tejo	72
Norte	6
Total	97

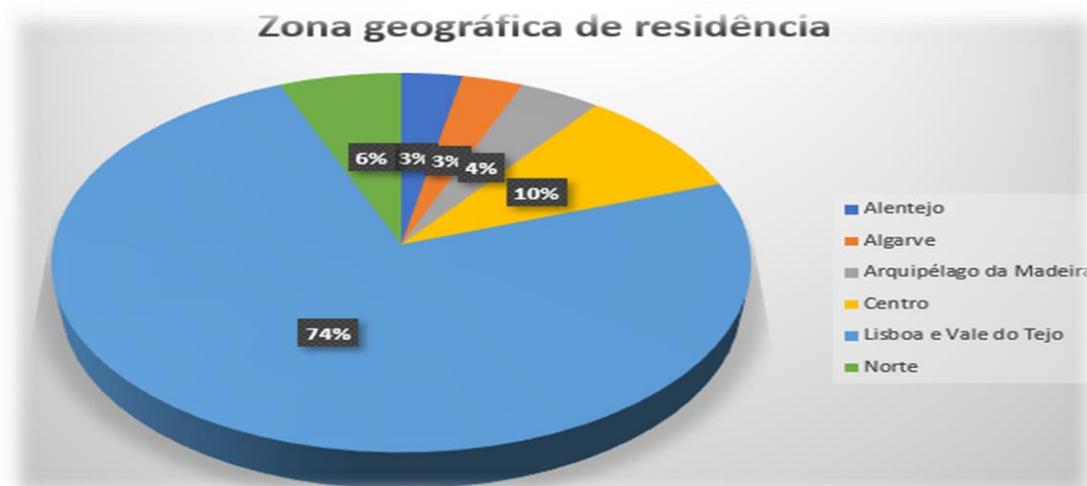


Figura A.4 – Zona geográfica de residência

Quadro A.6 – Tem filhos?

Tem filhos?	N
Sim	82
Não	15
Total	97

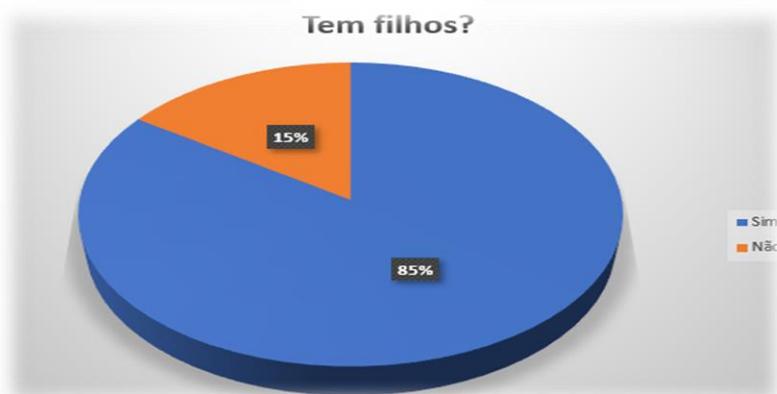


Figura A.5 – Tem filhos?

Quadro A.7 – Idade dos filhos

Idade dos filhos	N
Menos de 6 anos	6
Entre 6 e 10 anos	11
Entre 11 e 15 anos	26
Entre 16 e 24 anos	21
Mais 25 anos	18
Total	82

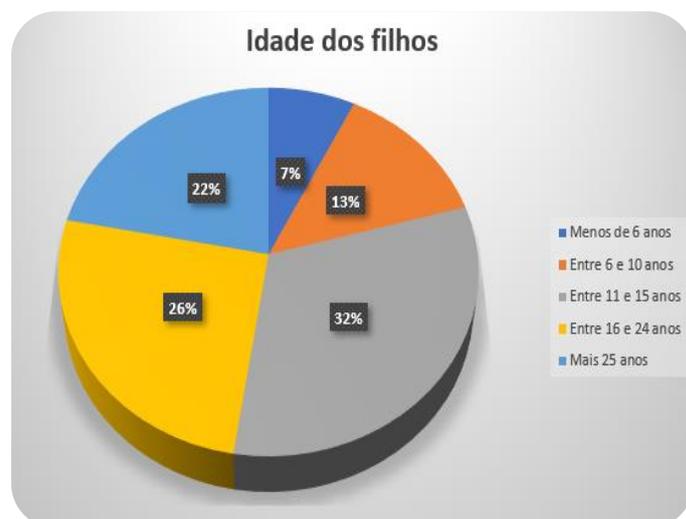


Figura A.6 – Idade dos filhos

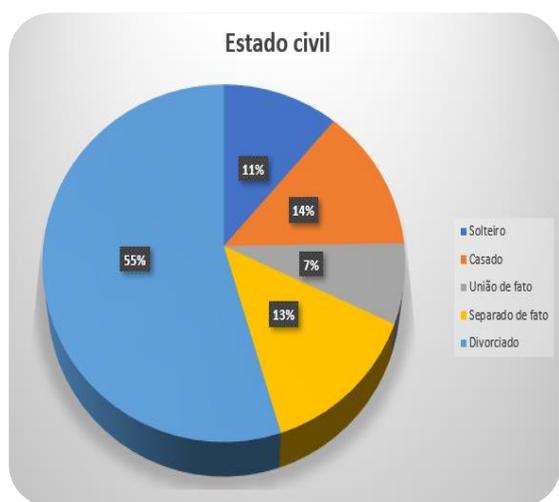


Figura A.7 – Estado civil

Quadro A.8 – Estado civil

Estado civil	N
Solteiro	11
Casado	13
União de fato	7
Separado de fato	13
Divorciado	53
Total	97

Quadro A.9 – Como se sentiu

	Nunca		Raramente		Às vezes		Quase sempre		Sempre	
Triste	3	3%	16	17%	42	43%	22	23%	14	14%
Aliviado	7	7%	18	19%	38	39%	26	27%	8	8%
Desorientado	14	14%	26	27%	34	35%	14	14%	9	10%
Contente	30	31%	22	23%	30	31%	12	12%	3	3%
Com raiva	28	29%	23	24%	29	30%	12	12%	5	5%
Ansioso	12	12%	16	17%	38	39%	19	20%	12	12%

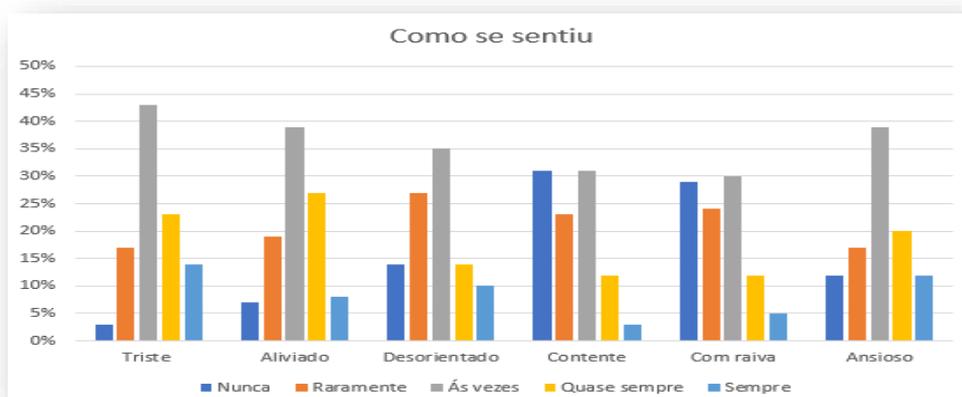


Figura A.8 – Como se sentiu

Quadro A.10 – Grau de concordância

	Discordo completamente		Discordo		Não concordo nem discordo		Concordo		Concordo plenamente	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Grau de concordância										
Foi muito fácil encontrar um psicólogo de confiança	15	16%	15	16%	48	50%	11	11%	7	7%
Encontrei um advogado de confiança	15	16%	13	14%	34	35%	20	20%	14	15%
Consegui fazer novas amizades	8	8%	10	10%	12	13%	40	42%	26	27%
Tive uma perda financeira com o divórcio	10	10%	12	13%	15	16%	29	30%	30	31%
Cheguei facilmente a acordo com o meu ex	20	20%	21	22%	12	13%	27	28%	16	17%
Necessitei de mudar de casa	24	25%	14	15%	6	6%	16	17%	36	37%
Iniciei facilmente uma relação	25	26%	15	16%	28	29%	19	20%	9	9%
A minha rotina de vida ficou desorganizada	14	15%	16	17%	26	27%	27	28%	13	14%
Consegui perdoar o meu ex	15	16%	10	10%	21	22%	30	31%	20	21%

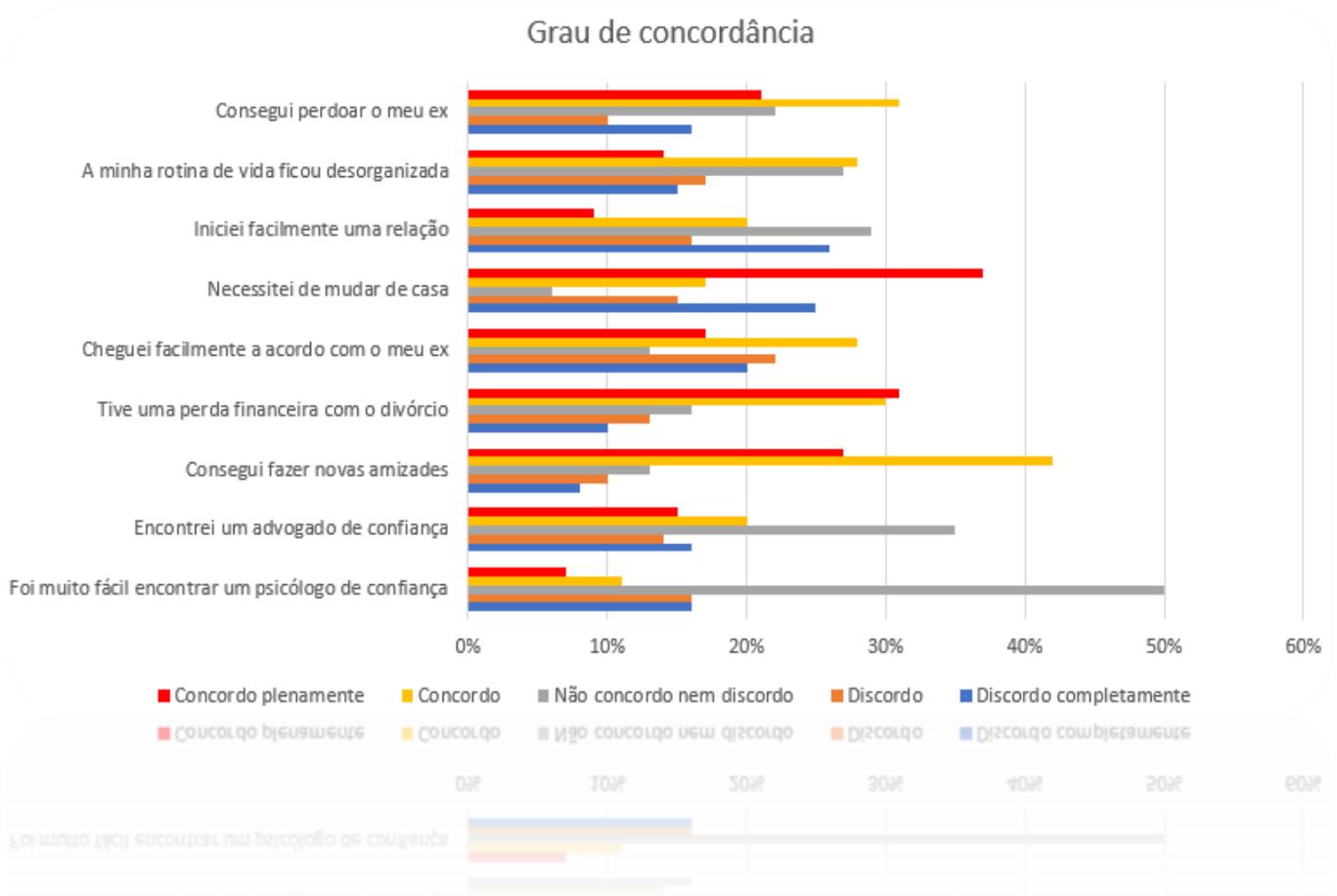


Figura A.9 – Grau de concordância

Quadro A.11 – O que ajudou a superar o divórcio

O que ajudou a superar o divórcio	Não		Sim	
	Sim	%	N	%
Amigos e familiares	16	17%	80	83%
Uma nova relação amorosa	64	67%	32	33%
Organização financeira	36	38%	60	63%
Chegar a acordo	38	40%	58	60%
Conhecer novas pessoas	30	31%	66	69%
Ir ao psicólogo	72	75%	24	25%
Fazer novas atividades	18	19%	78	81%
Viajar	46	48%	50	52%
Estudar	54	56%	42	43%

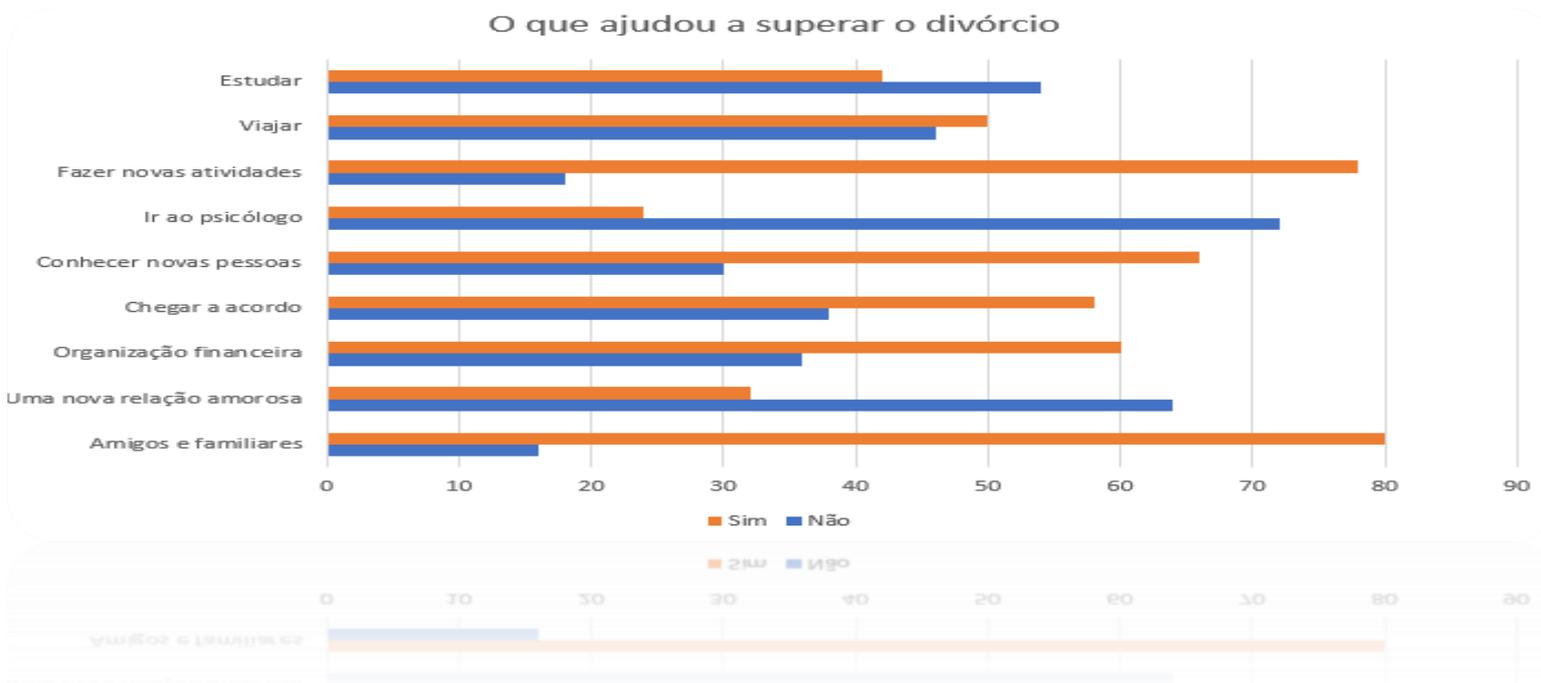


Figura A.10 – O que ajudou a superar o divórcio

Quadro A.12 – Grau de importância para superar o divórcio

Grau de importância para superar o divórcio	Nada importante		Pouco importante		Importante		Muito importante		Bastante importante	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Workshops com estratégias parentais	21	22%	25	26%	32	33%	16	16%	3	3%
Eventos de networking (viagens, jantares, team building, etc)	9	9%	20	21%	45	46%	13	14%	10	10%
Eventos para pais com filhos pequenos	19	20%	15	15%	36	37%	20	21%	7	7%
Atividades de lazer (dança, caminhadas, retiros, etc)	1	1%	9	9%	27	28%	30	31%	30	31%
Consultas de psicologia	13	13%	23	24%	29	30%	15	15%	17	18%
Atividades para casais	27	28%	29	30%	18	19%	17	17%	6	6%
Organização personalizada de viagens	18	19%	29	30%	26	27%	18	19%	6	6%
Serviços com desconto	18	19%	21	22%	27	28%	16	16%	15	15%
Programa de gestão de finanças	18	18%	22	23%	32	33%	23	24%	2	2%
Eventos de matchmaking	37	39%	20	21%	25	26%	10	10%	4	4%

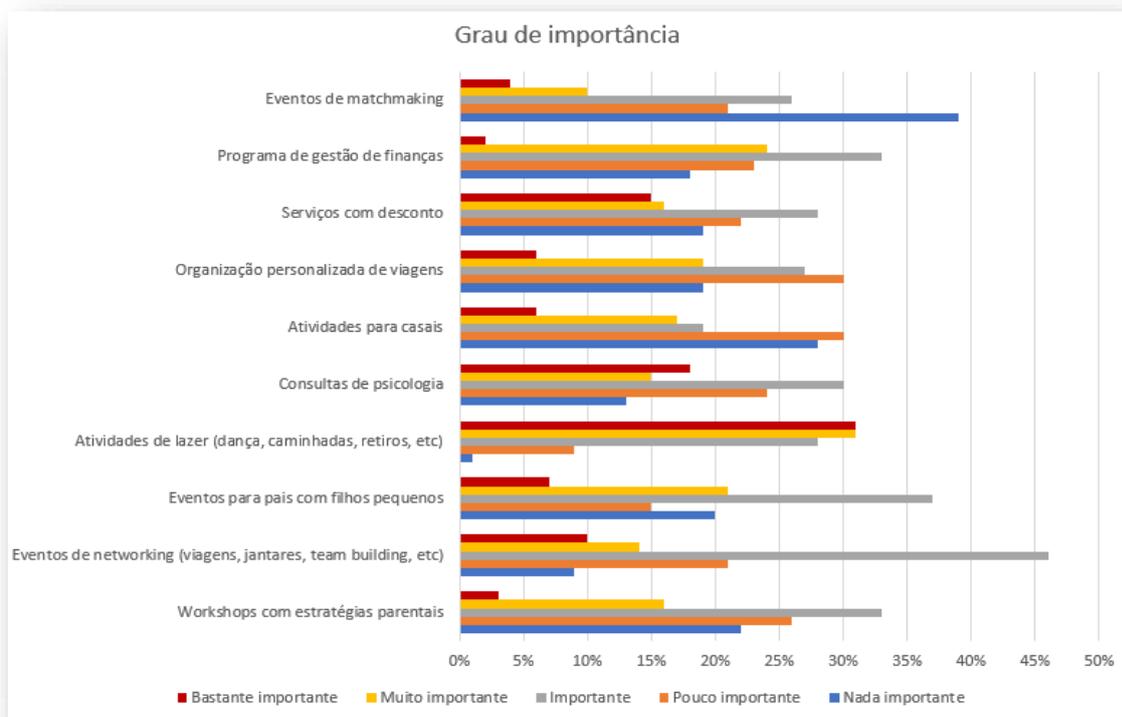


Figura A.11 – Grau de importância para superar o divórcio

Quadro A.13 – Serviços com desconto

	Nada importante		Pouco importante		Importante		Muito importante		Bastante importante	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Serviços com desconto										
Consultas de psicologia	18	19%	13	13%	28	29%	17	17%	21	22%
Advogados	11	11%	7	7%	33	34%	25	26%	21	22%
Aulas de linguas	17	18%	30	31%	32	33%	16	16%	2	2%
Engomadoria ao domicilio	23	24%	32	33%	23	24%	15	15%	4	4%
Viagens	12	12%	10	10%	35	36%	22	23%	18	19%
Eventos de networking	17	18%	20	21%	40	41%	15	15%	5	5%
Empresas de mudanças	21	22%	27	28%	34	35%	9	9%	6	6%
Spas	22	23%	23	24%	25	26%	15	15%	12	12%
Webinares	24	25%	28	29%	36	37%	8	8%	1	1%
Programas de desenvolvimento pessoal	9	9%	12	12%	30	31%	30	31%	16	17%
Retiros espirituais	16	16%	20	21%	29	30%	22	23%	10	10%
Atividades de lazer	4	4%	7	7%	20	21%	32	33%	34	35%

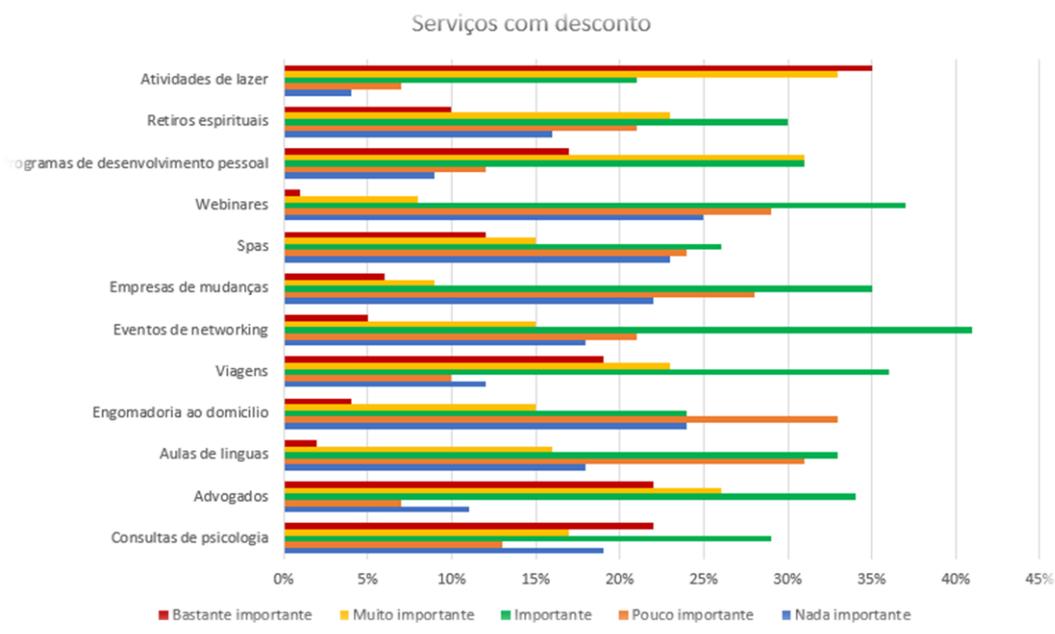


Figura A.12 – Serviços com desconto

Quadro A.14 – Sugestão de serviços

Sugestão de serviços	N
babysitting	2
coaching	1
Comida ao domicílio, vinho ao domicilio	1
Dating	1
Desporto	2
Eventos de matchmaking	1
Serviço medico	2

Internet

Quadro A.15 – Utiliza a internet

Utiliza a internet	N
Sim	96
Não	1
Total	97

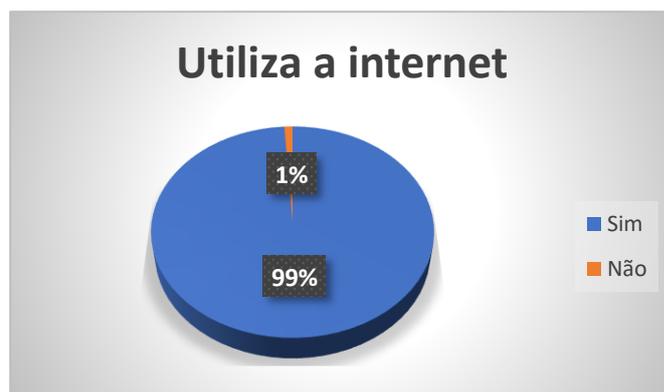


Figura A.13 – Utiliza a internet

Passaram por um divórcio/ separação e utilizam a internet: N = 96

Quadro A.16 – Dispositivo que acede

Dispositivo que acede habitualmente	N
Computador	14
Portátil	7
Smartphone	14



Figura A.14 – Dispositivo que acede

Quadro A.17 – Conta nas redes sociais

	Não		Sim	
	N	%	N	%
Tem conta em alguma destas redes sociais?				
Facebook	6	2%	90	29%
Instagram	22	8%	74	24%
Twitter	79	30%	17	5%
Tiktok	80	31%	16	5%
Pinterest	49	19%	47	15%
Linkedin	26	10%	70	22%

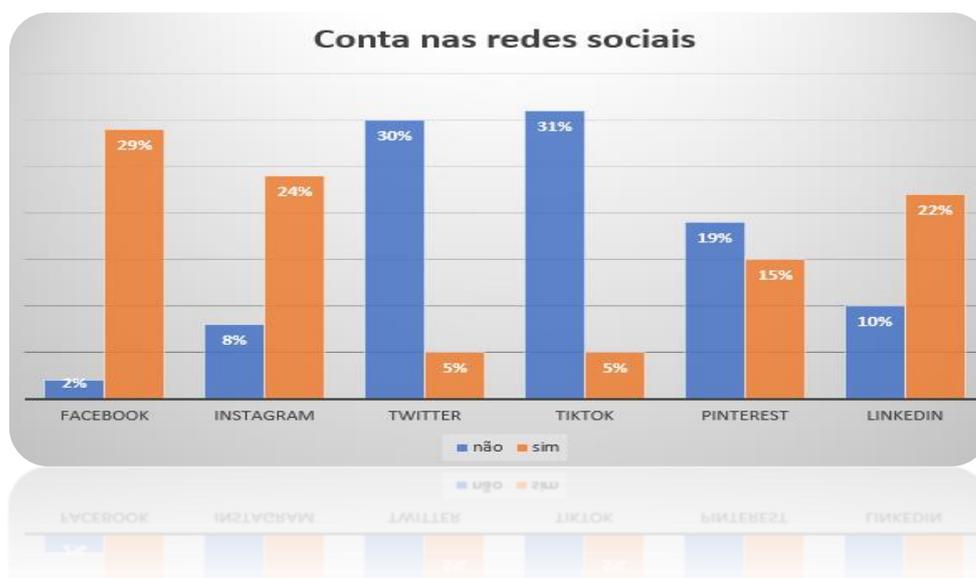


Figura A.15 – Conta nas redes sociais

Quadro A.18 – Frequência de uso das redes sociais

Qual a frequência de uso das redes sociais	Não se Aplica		Pelo menos 1 x mês		Pelo menos 1 x semana		Entre 2 a 3 x semana		Todos os dias	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Facebook	6	2%	6	17%	9	19%	18	27%	57	46%
Instagram	23	8%	1	3%	8	17%	20	31%	35	28%
Twitter	81	30%	1	3%	5	11%	2	3%	1	1%
Tiktok	78	29%	7	19%	2	4%	0	0%	8	6%
Pinterest	50	19%	1	3%	10	21%	10	15%	9	7%
Linkedin	32	12%	20	55%	13	28%	16	24%	15	12%

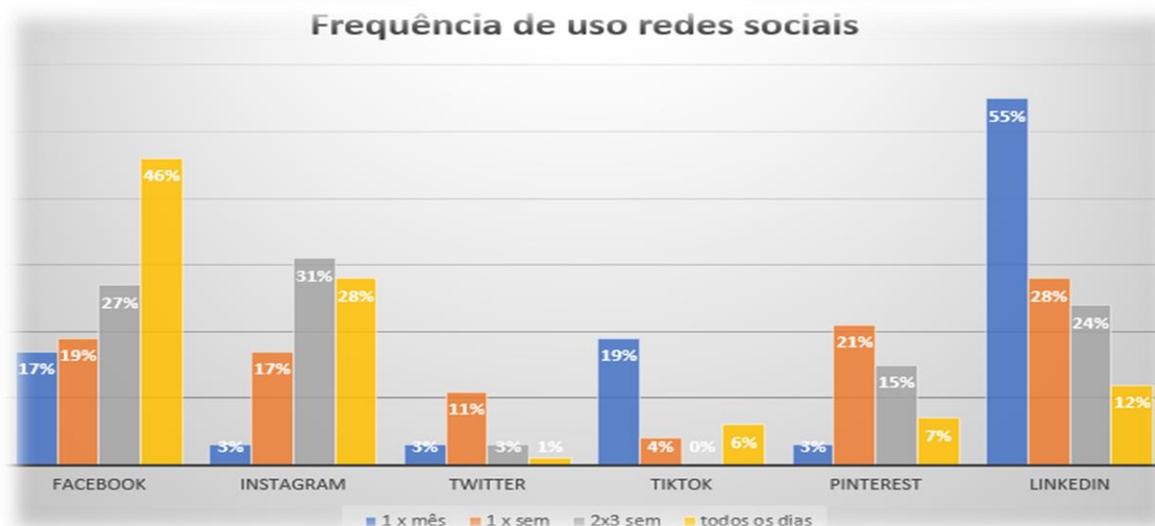


Figura A.16 – Frequência de uso das redes sociais

Quadro A.19 – Compras online

Já fez compras online?	N
Não	6
Sim	90
Total	96



Figura A.17 – Compras online

Quadro A.20 – Como encontrou o produto/ serviço

Como encontrou o produto/ serviço	N	%
Procura no google	78	41%
Procura nas redes sociais	41	22%
Referência conhecidos/ familiares	36	19%
Marketplace	16	8%
Play Store (app)	14	7%
Não se aplica	6	3%

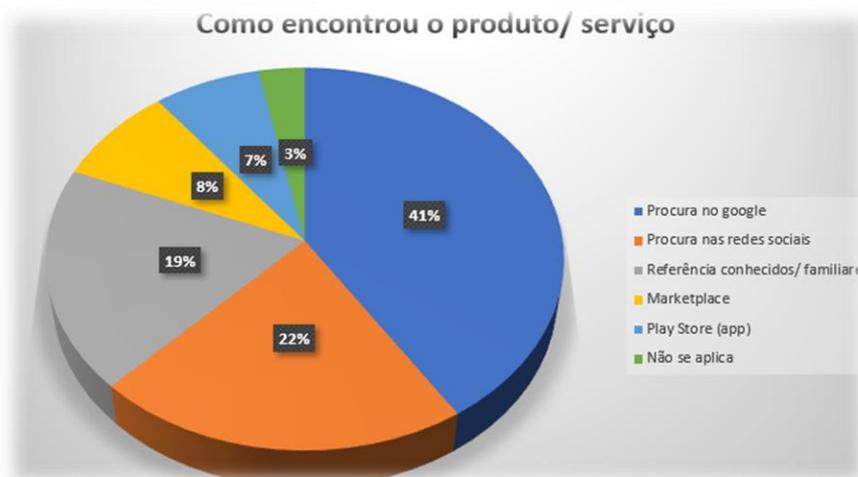


Figura A.18 – Como encontrou o produto/ serviço

Quadro A.21 – Onde efetuou a compra

Onde efetuou a compra?	N	%
Através do site	82	54%
App	36	24%
Markeplace	11	7%
Plataforma	14	9%
Não se aplica	9	6%



Figura A.19 – Onde efetuou a compra

Quadro A.22 – Já contratou ou tem contratado serviço por subscrição?

Já contratou ou tem contratado serviço por subscrição?	N
Não	50
Sim	46
Total	96



Figura A.20 – Já contratou ou tem contratado serviço por subscrição?

Quadro A.23 – Quais os motivos para contratar serviços/produtos por subscrição?

Quais os motivos para contratar serviços/produtos por subscrição?	N	%
Comodidade	55	26%
Rapidez de acesso	30	14%
Facilidade de pagamentos	30	14%
Reputação da marca	11	5%
Qualidade do serviço	24	11%
Relação custo/ benefício	25	12%
Não tenho nenhum serviço desse género	38	18%

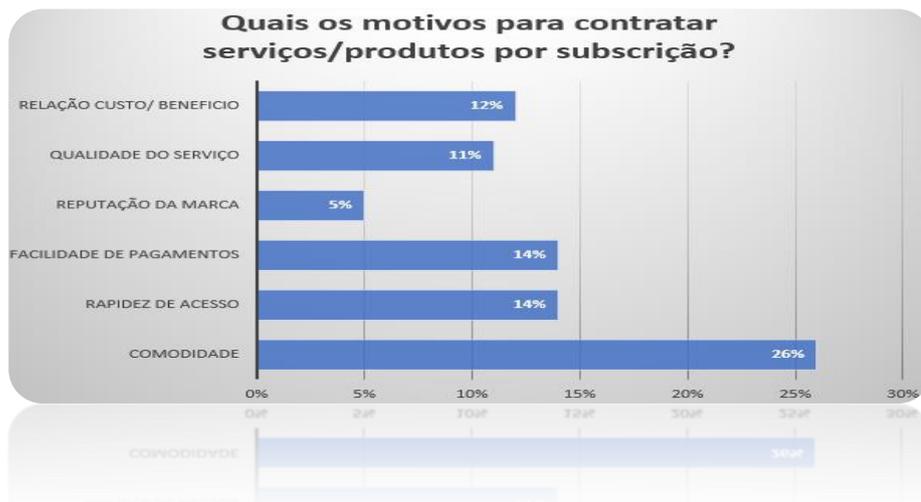


Figura A.21 – Quais os motivos para contratar serviços/produtos por subscrição?

Anexo B - Análise Swot

Quadro B.1 – Análise swot

	Fatores Positivos (Ajudam a alcançar o objetivo estratégico)	Fatores Negativos (Dificultam a realização do objetivo estratégico)
	Forças	Fraquezas
Ambiente interno (Características da Organização)	<ul style="list-style-type: none"> - Plataforma online - Serviço de excelência com atendimento personalizado - Custos fixos reduzidos e varáveis consoante as vendas - Fácil implementação dos serviços - Vantagens competitivas para os membros - Experiência da equipa 	<ul style="list-style-type: none"> - Investimento inicial - Lançamento de um novo negócio sem histórico por parte do mercado - Dificuldade em angariar membros suficientes para atingir o <i>break-even</i> - Desconhecimento de como o mercado vai reagir
	Oportunidades	Ameaças
Ambiente externo (características do Mercado)	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do nr de divórcios, famílias monoparentais e pessoas a viverem sozinhas - Com a Pandemia aumentaram os utilizadores online, do <i>social media</i> e o <i>e-commerce</i> - Já existem várias soluções para fazer face às necessidades sentidas pelas pessoas que se divorciam, mas nenhuma que cubra todas as necessidades. - Programa de Recuperação económica com apoios da EU - Elevado nr. de desempregados por parte de licenciados - Maior consciência social por parte das pessoas 	<ul style="list-style-type: none"> - Pandemia provocada pelo Covid19 e possível regresso ao confinamento - Instabilidade Política devido à não aprovação do orçamento de estado, dissolução do governo e eleições antecipadas - Perda de rendimentos por parte das famílias e retração no consumo - Menor rendimento por parte das pessoas que vivem sozinhas - Concorrência indireta

Anexo C - Mapa de competências

Quadro C.1 – Competências

Áreas	Competências
Direção Geral	<ul style="list-style-type: none"> - Mestrado em gestão de empresas ou direção comercial e vendas - Definir e implementar a estratégia da empresa - Gestão orçamental e financeira - Gestão de projetos - Gestão de equipas - Capacidade de negociação - Estratégia comercial e de vendas
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Formação em marketing com conhecimentos técnicos (licenciatura, mestrado ou curso profissional) - Conhecimentos de campanhas google ads, gestão redes sociais, marketing de conteúdo e marketing relacional - Criatividade
Gestão de eventos e parcerias	<ul style="list-style-type: none"> - Formação em gestão de eventos, ou animação turística - Preferência experiência em agência de viagens - Capacidade de negociação - Gestão de perioridades - Proatividade
Psicologia	<ul style="list-style-type: none"> - Mestrado em psicologia clínica - Conhecimento de línguas (inglês e espanhol) - Bom comunicador - Membro da ordem dos psicólogos Portugueses

Fonte: Elaboração própria

Quadro C.2 – Competências transversais

Competências transversais	<ul style="list-style-type: none"> - Trabalho em equipa - Orientação para o cliente - Orientação para objetivos - Proatividade - Positividade - Responsabilidade
---------------------------	--

Anexo D - Anexo Preço venda ao cliente final

Quadro D.1 – Tabela preço de venda ao consumidor

Descrição de serviços	Valor
Subscrição divórcio	9,90 €
Psicologia online	25,00 €
Psicologia Presencial	45,00 €
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+relations building	35,00 €
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ relations building + Transporte	52,50 €
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almourol+ relations building + Transporte	53,00 €
Canoagem barragem Castelo Bode+ relations building + Transporte	75,00 €
Canoagem Descida rio nabão+ relations building + Transporte	55,00 €
Canoagem Alqueva+refeição+relations building+transporte+hotel: adulto	145,00 €
Canoagem Alqueva+refeição+transporte+hotel: criança	102,00 €
Coasting Arrábida+ relations building	35,00 €
Caminhada aquática Arouca+refeição+relations building +transporte+hotel	179,00 €
Caminhada aquática Gerês+refeição+relations building +transporte+hotel	184,00 €
River Trekking - geres C/dormida casa pastor+transporte+ relations building+refeição	249,00 €
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+relations building +transporte+hotel	189,00 €
Canyoning Arouca+refeição+relations building+transporte+ hotel	214,00 €
Rafting Arouca+refeição+relations building+transporte+ hotel	209,00 €
Canoe-Rafting Arouca+refeição+relations building+transporte+ hotel	189,00 €
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+relations building+transporte+ hotel	184,00 €
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+relations building	59,00 €
Arborismo+tiro ao arco Mafra+relations building+transporte	63,00 €
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escalada Mafra+relations building+transporte	68,00 €
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ relations building	21,45 €
Sintra hiking tour+ relations building	22,00 €
Arrabida hiking tour+ relations building	23,00 €
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+relations building+transporte+hotel	184,00 €
Passadiços do Paiva+refeição+relations building+transporte+hotel	174,00 €
Arouca: Serra da Freita+refeição+relations building+transporte+hotel	169,00 €
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+relations building+transporte+hotel	169,00 €
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+relations building+transporte+hotel	169,00 €
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+relations building+transporte+hotel	169,00 €
Passeio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+relations building+transporte+hotel	189,00 €
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+relations building+transporte+hotel	154,00 €
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+relations building	60,00 €
Douro: cruzeiro das 6 pontes:+refeição+transporte+relations building	216,50 €
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+relations building	54,00 €
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+relations building	82,00 €
whs ceviche, poke e tartaros+ relations building	47,99 €
wks comida vegetariana	34,99 €
Escape room+refeição+relations building	45,00 €
Paris: voo+hotel+refeição+guia+relations building	292,68 €
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+relations building	341,46 €
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+relations building	317,07 €
Roma: voo+hotel+refeição+guia+relations building	357,72 €
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+relations building	337,40 €
Londres: voo+hotel+refeição+guia+relations building	333,33 €
Paris	360,00 €
Budapeste	420,00 €
Veneza	390,00 €
Circuito Itália	440,00 €
Barcelona	415,00 €
Londres	410,00 €
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	75,00 €

Os valores apresentados incluem a taxa de iva a 23%, à exceção das consultas de psicologia que estão isentas de iva.

Anexo E: Previsão de consultas de psicologia

Quadro E.1 – Previsão consultas de psicologia

2022												
	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	al acumula		
Psicologia online												
Novos pacientes	30	35	30	35	18	35	35	35	18	271		
Nr consultas novas	90	105	90	105	54	105	105	105	54	813		
Total consultas realizadas considerando altas ou desistências: 15%	77	89	77	89	46	89	89	89	46	691		
Acumulado	77	166	242	332	377	467	556	645	691	1382		
Psicologia Presencial												
Novos pacientes	10	15	12	12	8	15	15	15	8	110		
Nr consultas novas	30	45	36	36	24	45	45	45	24	330		
Total consultas realizadas considerando altas ou desistências: 15%	26	38	31	31	20	38	38	38	20	281		
Acumulativo	26	64	95	125	146	184	222	261	281	562		
Total Psicologia	102	230	337	457	523	651	778	906	972	4955		

2023													
	jan	fev	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	al acumula
Psicologia online													
Novos pacientes	35	35	32	35	28	35	27	20	35	35	30	18	365
Nr consultas novas	105	105	96	105	84	105	81	60	105	105	90	54	1095
% perda de consultas(altas, desistências) - 15%	89	89	82	89	71	89	69	51	89	89	77	46	930
Acumulado	780	869	951	1040	1111	1200	1269	1320	1409	1498	1575	1621	2551
Psicologia Presencial													
Novos pacientes	15	15	12	12	12	15	8	8	12	15	15	8	147
Nr consultas novas	45	45	36	36	36	45	24	24	36	45	45	24	441
Total consultas realizadas considerando altas ou desistências: 15%	38	38	31	31	31	38	20	20	31	38	38	20	374
Acumulativo	319	357	388	418	449	487	507	528	558	597	635	655	1030
Total Psicologia	1099	1226	1338	1458	1560	1687	1777	1848	1968	2095	2210	2277	3581

2024													
	jan	fev	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	al acumula
Psicologia online													
Novos pacientes	40	28	32	35	30	35	27	18	35	35	30	18	363
Nr consultas novas	120	84	96	105	90	105	81	54	105	105	90	54	1089
% perda de consultas(altas, desistências) - 15%	102	71	82	89	77	89	69	46	89	89	77	46	926
Acumulado	1723	1795	1876	1966	2042	2131	2200	2246	2335	2425	2501	2547	2593
Psicologia Presencial													
Novos pacientes	15	16	19	19	15	15	10	8	15	15	15	8	170
Nr consultas novas	45	48	57	57	45	45	30	24	45	45	45	24	510
Total consultas realizadas considerando altas ou desistências: 15%	38	41	48	48	38	38	26	20	38	38	38	20	431
Acumulativo	694	735	783	831	869	907	933	953	991	1029	1067	1087	1107
Total Psicologia	2417	2529	2659	2796	2911	3038	3133	3199	3326	3453	3568	3634	3699

2025													
	jan	fev	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	al acumula
Psicologia online													
Novos pacientes	38	27	35	37	30	33	30	17	35	35	28	16	361
Nr consultas novas	114	81	105	111	90	99	90	51	105	105	84	48	1083
% perda de consultas(altas, desistências) - 15%	113	80	104	110	89	98	89	50	104	104	83	47	1071
Acumulado	2660	2740	2844	2954	3043	3141	3230	3280	3384	3488	3571	3618	4689
Psicologia Presencial													
Novos pacientes	12	13	14	14	15	13	10	8	15	13	12	8	147
Nr consultas novas	36	39	42	42	45	39	30	24	45	39	36	24	441
Total consultas realizadas considerando altas ou desistências: 15%	31	33	36	36	38	33	26	20	38	33	31	20	375
Acumulativo	1117	1150	1186	1222	1260	1293	1319	1339	1377	1410	1441	1461	1836
Total Psicologia	3777	3890	4030	4176	4303	4434	4549	4619	4761	4898	5012	5079	6525

2026													
	jan	fev	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	al acumula
Psicologia online													
Novos pacientes	37	28	36	37	30	33	28	17	35	35	28	16	360
Nr consultas novas	111	84	108	111	90	99	84	51	105	105	84	48	1080
% perda de consultas(altas, desistências) - 15%	94	71	92	94	77	84	71	43	89	89	71	41	916
Acumulado	3712	3783	3875	3969	4046	4130	4201	4244	4333	4422	4493	4534	5451
Psicologia Presencial													
Novos pacientes	11	10	12	14	16	12	13	7	15	13	13	7	143
Nr consultas novas	33	30	36	42	48	36	39	21	45	39	39	21	429
Total consultas realizadas considerando altas ou desistências: 15%	28	26	31	36	41	31	33	18	38	33	33	18	366
Acumulativo	1489	1515	1546	1582	1623	1654	1687	1705	1743	1776	1809	1827	2193
Total Psicologia	5202	5299	5422	5552	5670	5785	5889	5950	6077	6199	6303	6362	7644

Anexo F - Previsão de vendas

Quadro F.1 – Previsão vendas subscrição e psicologia abril a dezembro 2022

2022	valor	Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total Geral	
		Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total
Subscrição divorcio	8,051	30	241,501	35	281,751	40	322,001	35	281,751	20	161,001	45	362,251	45	362,251	45	362,251	30	241,501	325	2.616,251
Acumulado		30	241,501	65	523,251	105	845,251	140	1.127,001	160	1.288,001	205	1.650,251	250	2.012,501	295	2.374,751	325	2.616,251	1575	12.678,751
Subscrição geral	8,051	60	483,001	60	483,001	65	523,251	65	523,251	50	402,501	65	523,251	65	523,251	65	523,251	50	402,501	545	4.387,251
Acumulativo		60	483,001	120	966,001	185	1.489,251	250	2.012,501	300	2.415,001	365	2.938,251	430	3.461,501	495	3.984,751	545	4.387,251	2.750	22.137,501
Total membros		90	724,501	185	1.489,251	290	2.334,501	390	3.139,501	460	3.703,001	570	4.588,501	680	5.474,001	790	6.359,501	870	7.003,501	4.325	34.816,251
Psicologia online novas consultas	25,001	77	1.925,001	89	2.225,001	77	1.925,001	89	2.225,001	46	1.150,001	89	2.225,001	89	2.225,001	89	2.225,001	46	1.150,001	737	17.275,001
Acumulado		77	1.925,001	166	4.150,001	243	6.075,001	332	8.300,001	378	9.450,001	467	11.675,001	556	13.900,001	645	16.125,001	691	17.275,001	3.555	34.816,251
Psicologia Presencial novas consultas	45,001	26	1.170,001	38	1.710,001	31	1.395,001	31	1.395,001	20	900,001	38	1.710,001	38	1.710,001	38	1.710,001	20	900,001	300	12.600,001
Acumulativo		26	1.170,001	64	2.880,001	95	4.275,001	126	5.670,001	146	6.570,001	184	8.280,001	222	9.990,001	260	11.700,001	280	12.600,001	1.403	63.495,001
Total Psicologia		103	3.095,001	230	8.031,801	338	11.351,801	458	14.971,801	524	17.021,801	651	20.956,801	778	24.891,801	905	28.826,801	971	30.876,801	4.958	160.024,401

Quadro F.2 – Previsão vendas atividades outdoor abril a dezembro 2022

Canoaem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship	28,461	20	569,201	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	20	569,201
Canoaem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Tr	42,881	0	-	18	768,241	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	768,241
Canoaem Rio Tejo: Constancia- castelo almour+ friends	43,091	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	775,621	-	-	-	-	-	-	-	-	18	775,621
Canoaem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Tr	60,981	18	1.097,641	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	1.097,641
Canoaem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	44,721	-	-	-	-	20	894,401	-	-	-	-	-	-	18	804,361	-	-	-	-	-	38	1.693,361
Canoaem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte	117,891	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Coasteing Arrábida+ friendship coach	28,461	20	569,201	-	-	20	569,201	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	1.138,401
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +	145,531	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	2.910,601	-	-	-	-	-	-	-	-	20	2.910,601
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +tr	149,591	-	-	-	-	-	18	2.692,621	-	-	-	-	18	2.692,621	-	-	-	-	-	-	36	5.385,241
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+f	202,441	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	3.643,321	-	-	-	-	-	-	-	-	18	3.643,321
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+fr	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Canioning Arouca+refeição+friendship coach+transporte	173,981	-	-	-	-	-	18	3.131,711	18	3.131,711	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	6.263,411
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hc	169,321	18	3.058,541	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	3.058,541
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Canioning Descoberta Arouca+refeição+friends building+f	149,591	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
arbois/moles/calada/slide/trampolim/Sl Estevão+transporte	47,971	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	863,411	-	-	-	-	-	-	18	863,411
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	51,221	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Paintball+arbois+m+tiro cl arco+escalada Mafra+friendship	55,281	-	-	-	-	18	995,121	-	-	-	-	-	-	-	18	995,121	-	-	-	-	36	1.990,241
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +F	17,441	-	-	-	-	-	20	348,781	20	348,781	-	-	-	-	20	348,781	20	348,781	20	348,781	80	1.395,121
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,891	0	-	20	357,721	-	-	20	357,721	-	-	20	357,721	-	-	-	-	-	-	-	60	1.073,171
Arrábida hiking tour+ friendship coach	18,701	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friends	149,591	-	-	18	2.692,681	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2.692,681	-	-	-	-	-	36	5.385,371
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte	141,461	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte	137,401	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Draveira	137,401	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship co	137,401	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship co	137,401	-	-	-	-	18	2.473,171	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2.473,171
Passoio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+ref	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coac	125,201	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship co	48,781	-	-	-	-	-	-	-	-	20	975,611	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	975,611
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friends	176,021	-	-	18	3.168,291	18	3.168,291	18	3.168,291	-	18	3.168,291	18	3.168,291	-	-	-	-	-	-	90	15.841,461
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	43,901	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Obidos: Paddy Paper Medieval+transporte+refeição+fr	66,671	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	39,021	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	780,331	-	-	-	-	-	20	780,331
wks comida vegetariana + friendship coach	28,451	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	568,341	
Escape room+refeição+friendship coach	45,001	-	-	-	-	-	-	-	20	900,001	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	900,001
Total atividades outdoor + relations building		76	5.294,581	74	6.988,941	94	8.100,191	94	9.699,121	78	5.356,101	94	10.856,161	92	8.309,611	56	4.036,591	40	917,721	636	59.557,001	

Quadro F.3 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total geral abril a dezembro 2022

Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	292,681	-	-	-	20	5.853,661	-	-	-	-	20	5.853,661	-	-	-	-	-	-	-	-	40	11.707,321	
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	341,461	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	20	6.829,271	-	-	-	-	-	-	20	6.829,271	
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	317,071	-	-	-	-	-	-	20	6.341,461	-	-	-	20	6.341,461	0	-	-	-	-	-	40	12.682,931	
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	357,721	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	20	7.154,471	-	-	-	-	-	20	7.154,471	
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	337,401	-	-	20	6.747,971	-	-	-	-	-	20	6.747,971	-	-	-	-	-	-	-	-	40	13.495,931	
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	333,331	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	6.666,671	-	-	-	-	-	20	6.666,671	
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	0	0	20	6.747,971	20	5.853,661	20	6.341,461	0	-	40	12.601,631	40	13.170,731	40	13.821,141	0	-	-	180	58.536,591		
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	60,981	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	20	1.219,601	180	10.976,401
Total Geral sem IVA		10	333,681	509	17.727,591	742	23.006,091	962	29.030,021	1082	27.300,501	1335	37.621,061</										

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro F.4 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a julho 2023

2023	valor	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho		Julho	
		Qtd	Total												
Subscrição divorcio	8,05 €	40	322,00 €	40	322,00 €	40	322,00 €	45	362,25 €	45	80,00 €	45	362,25 €	45	362,25 €
Acumulado		276	2 221,80 €	316	2 543,80 €	356	2 865,80 €	401	3 228,05 €	446	3 590,30 €	491	3 952,55 €	536	4 314,80 €
Subscrição geral	8,05 €	60	483,00 €	60	483,00 €	60	483,00 €	60	483,00 €	65	523,25 €	65	523,25 €	65	523,25 €
Acumulativo		463	3 727,15 €	523	4 210,15 €	583	4 693,15 €	643	5 176,15 €	708	5 699,40 €	773	6 222,65 €	838	6 745,90 €
Total		739	5 948,95 €	839	6 753,95 €	939	7 558,95 €	1044	8 404,20 €	1154	9 289,70 €	1264	10 175,20 €	1374	11 060,70 €
Psicologia online	25,00 €	89	2 225,00 €	89	2 225,00 €	82	2 050,00 €	89	2 225,00 €	71	1 775,00 €	89	2 225,00 €	69	1 725,00 €
Acumulado		780	19 500,00 €	869	21 725,00 €	951	23 775,00 €	1040	26 000,00 €	1111	27 775,00 €	1200	30 000,00 €	1269	31 725,00 €
Psicologia Presencial	45,00 €	38	1 710,00 €	38	1 710,00 €	31	1 395,00 €	31	1 395,00 €	31	1 395,00 €	38	1 710,00 €	20	900,00 €
Acumulativo		319	14 355,00 €	357	16 065,00 €	388	17 460,00 €	419	18 855,00 €	450	20 250,00 €	488	21 960,00 €	508	22 860,00 €
Total		1099	33 855,00 €	1226	37 790,00 €	1339	41 235,00 €	1459	44 855,00 €	1561	48 025,00 €	1688	51 960,00 €	1777	54 585,00 €

Quadro F.5 – Previsão vendas subscrição e psicologia agosto a dezembro 2023

2023	valor	Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
		Qtd	Total	Qtd	Total								
Subscrição divorcio	8,05 €	20	80,00 €	45	362,25 €	45	362,25 €	45	362,25 €	30	241,50 €	485	3 541,00 €
Acumulado		556	4 475,80 €	601	4 838,05 €	646	5 200,30 €	691	5 562,55 €	721	5 804,05 €	6037	48 597,85 €
Subscrição geral	8,05 €	40	322,00 €	65	523,25 €	65	523,25 €	65	523,25 €	50	402,50 €	720	5 796,00 €
Acumulativo		878	7 067,90 €	943	7 591,15 €	1008	8 114,40 €	1073	8 637,65 €	1123	9 040,15 €	9556	76 925,80 €
Total		1434	11 543,70 €	1544	12 429,20 €	1654	13 314,70 €	1764	14 200,20 €	1844	14 844,20 €	15593	125 523,65 €
Psicologia online	25,00 €	51	1 275,00 €	89	2 225,00 €	89	2 225,00 €	77	1 925,00 €	46	1 150,00 €	930	23 250,00 €
Acumulado		1320	33 000,00 €	1409	35 225,00 €	1498	37 450,00 €	1575	39 375,00 €	1621	40 525,00 €	14643	366 075,00 €
Psicologia Presencial	45,00 €	20	900,00 €	31	1 395,00 €	38	1 710,00 €	38	1 710,00 €	20	900,00 €	374	16 830,00 €
Acumulativo		528	23 760,00 €	559	25 155,00 €	597	26 865,00 €	635	28 575,00 €	655	29 475,00 €	5903	265 635,00 €
Total		1848	56 760,00 €	1968	60 380,00 €	2095	64 315,00 €	2210	67 950,00 €	2276	70 000,00 €	20546	631 710,00 €

Quadro F.6 – Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2023

2023	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho						
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa	28,46	-	-	-	20	563,20						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ fri	42,68	-	-	-	18	768,24						
Canoagem Rio Tejo: Constancia+ cast	43,09	-	18	775,62	-	18	775,62					
Canoagem barragem Castelo Bode+ fri	60,98	-	-	-	-	18	1097,64					
Canoagem Descida rio nabão+ friendsh	44,72	-	-	-	18	804,96						
Canoagem Alqueva+refeição+friendsh	117,89	-	-	-	-	-						
Coastering Arrábida+ friendship coach	28,46	-	-	-	-	-						
Caminhada aquática Arouca+refeição	145,53	-	18	2 619,54	18	2 619,54						
Caminhada aquática Gerês+refeição+	149,59	-	-	-	-	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa	202,44	-	-	-	-	-						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Ri	153,66	-	-	-	-	18	2 765,85					
Canyoning Arouca+refeição+friendsh	173,98	-	-	-	-	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship co	169,92	-	-	-	-	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friend	153,66	-	-	-	0	18	2 765,88					
Canyoning Descoberta Arouca+refeicã	149,59	-	-	-	-	-						
arborismo/escalada/slide/trampoline St	47,97	-	-	-	-	-						
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship	51,22	-	-	18	921,95	-						
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escale	55,28	-	-	-	18	995,12						
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/ca	17,44	-	20	348,78	-	20	348,78					
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,89	-	-	-	-	-						
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,70	20	373,98	-	20	373,98						
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arou	149,59	-	18	2 692,68	18	2 692,68						
Passadiços do Paiva+refeição+friend	141,46	-	-	-	-	-						
Arouca: Serra da Freita+refeição+rien	137,40	-	-	-	-	-						
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia	137,40	-	-	-	-	-						
Centro Histórico da Vila de Arouca+refe	137,40	-	-	-	-	-						
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+ref	137,40	18	2 473,17	-	-	-						
Passaio Pedestre pelas Quedas de Ag	153,66	-	-	-	-	18	2 765,85					
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeicã	125,20	-	-	-	18	2 253,66						
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+ref	48,78	-	-	-	-	-						
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição	176,02	-	-	-	18	3 168,29						
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+fi	43,90	18	790,24	18	790,24	-						
Obidos: Peddy Paper Medieval+transp	66,67	18	1 200,00	20	1 333,33	-						
whs ceviche, poke e tartaros+ friendshi	39,02	20	780,33	-	-	-						
whs comida vegetariana + friendship co	28,45	-	20	568,94	-	-						
Escape room+refeição+friendship coa	45,00	20	900,00	-	-	-						
Total atividades outdoor + relations building	76	3 670,57	78	4 749,43	92	7 226,87	90	9 292,79	114	6 223,62	128	13 687,92

Quadro F.7 – Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2023

2023	valor	Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
		Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd		
Canoagem Arrábidaf Sesimbraf Lagoa Albufeira+friendship coach	28,461	-	-	-	-	-	-	20	569,201	-	-	-	-	40	1138,401
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	42,681	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	768,241
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almourol- friendship coach + Transporte	43,091	775,621	18	775,621	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	3 102,481
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	60,981	-	-	-	-	18	1 097,641	-	-	-	-	-	-	36	2 195,281
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	44,721	-	-	-	-	18	804,961	-	-	-	-	-	-	36	1 609,321
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	117,891	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Coastering Arrábidaf friendship coach	28,461	-	-	-	-	20	569,201	-	-	-	-	-	-	20	569,201
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	145,531	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	5 239,081
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	149,591	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
River Trekking - geres C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	202,441	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte+hotel	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2 765,851
Canjoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	173,981	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	169,921	3 058,541	-	-	-	18	3 058,541	18	3 058,541	-	-	-	-	54	9 175,611
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2 765,881
Canjoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	149,591	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	47,971	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	51,221	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	921,951
Paintball+arborismo+tiro ao arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	55,281	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	995,121
Passaios Pedrestres ArrábidafSintrafoascaisfAlenquer +Foto Reportagem Digital+ friendship	17,441	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	1 046,341
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,891	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,701	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40	747,971
Passadicos do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	149,591	2 692,681	18	2 692,681	-	-	-	18	2 692,681	0	-	-	-	90	13 463,411
Passadicos do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	141,461	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	137,401	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Complexo Mineiro de Pegoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+transporte	137,401	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	137,401	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Aldeias de Xisto da Serra da Louzã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	137,401	2 473,171	-	-	18	2 473,171	-	-	18	2 473,171	-	-	-	72	9 892,681
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+transporte	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2 765,851
Jogos Romanos Serra da Louzã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	125,201	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2 253,661
Passaios barco Sesimbraf Arrábidaf+refeição+friendship coach	48,781	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Douro: cruzeiro das 6 pontes+refeição+transporte+friendship coach	176,021	3 168,291	-	-	-	-	-	18	3 168,291	-	-	-	-	72	12 673,171
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	43,901	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36	1 580,491
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	66,671	-	-	-	-	-	-	18	1 200,001	18	1 200,001	18	1 200,001	74	4 933,331
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	39,021	-	-	-	-	-	-	18	702,291	18	702,291	18	702,291	56	2 184,911
wks comida vegetariana + friendship coach	28,451	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	568,941
Escape room+refeição+friendship coach	45,001	-	-	-	-	-	-	-	20	900,001	20	900,001	20	2 700,001	
Total atividades outdoor + relations building		12 168,301	36	3 468,301	92	8 003,511	74	9 498,711	74	5 275,461	56	2 802,291	1000	86 057,781	

Fonte: Elaboração própria

Quadro F.8 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2023

2023	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho		
Cano-Rafting Arouca+refeição+friendship coach	153,661	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 765,851	
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	292,681	-	-	-	20	5 853,661	20	5 853,661	-	-	-	-	
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	341,461	-	20	6 829,271	-	-	-	-	-	-	20	6 829,271	
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	317,071	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	6 341,461	
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	357,721	20	7 154,471	20	7 154,471	-	-	-	20	7 154,471	-	-	
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	337,401	20	6 747,971	-	-	-	20	6 747,971	-	-	-	-	
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	333,331	-	-	-	-	-	-	-	20	6 666,671	-	-	
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	40	13 902,441	40	13 983,741	20	5 853,661	40	12 601,631	40	13 821,141	40	13 170,731	
Workshops bem estar e desenvolvimento	60,981	20	1 219,601	20	1 219,601								
Total Geral	1974	58 596,561	2 203	64 496,721	2 410	63 094,081	2 653	76 373,221	2 889	78 579,061	3 140	90 213,451	
IVA		13 477,211		14 834,251		14 511,641		17 565,841		18 073,181		20 749,091	
Total de vendas om IVA		72 073,771		79 330,971		77 605,711		93 939,061		96 652,241		110 962,551	

Quadro F.9 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total venda geral julho a dezembro 2023

2023	Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	292,681	5 853,661	-	-	-	-	20	5 853,661	-	-	-	-	80	23 414,631
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	341,461	-	-	-	20	6 829,271	-	-	20	6 829,271	-	-	80	27 317,071
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	317,071	-	20	6 341,461	20	6 341,461	-	-	-	-	0	-	60	19 024,391
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	357,721	-	20	7 154,471	-	-	20	7 154,471	-	-	0	-	100	35 772,361
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	337,401	6 747,971	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	20 243,901
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	333,331	-	-	-	-	-	-	-	20	6 666,671	-	-	40	13 333,331
Total escapadinhas na Europa + friendship coach		12 601,631	40	13 496,931	40	13 170,731	40	13 008,131	40	13 496,931	0	-	420	139 105,691
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	60,981	1 219,601	20	1 219,601	240	14 635,201								
Total Geral		91 635,231	3 378	86 487,541	3 664	95 203,041	3 883	101 346,141	4 108	102 141,201	4 196	88 866,091	37 799	997 032,321
IVA		21 076,101		19 892,131		21 896,701		23 309,611		23 492,481		20 439,201		229 317,431
Total de vendas om IVA		112 711,331		106 379,671		117 099,741		124 655,761		125 633,671		109 305,291		1 226 349,761

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro F.10 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a junho 2024

Tipo	valor	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
		Qtd	Total										
Subscrição divorcio	8,051	40	322,001	35	281,751	40	322,001	40	322,001	40	80,001	35	281,751
Acumulado		412	3 316,601	447	3 598,351	487	3 920,351	527	4 242,351	567	4 564,351	602	4 846,101
Subscrição geral	8,051	60	483,001	55	442,751	60	483,001	60	483,001	60	483,001	55	442,751
Acumulado		612	4 926,601	667	5 369,351	727	5 852,351	787	6 335,351	847	6 818,351	902	7 261,101
Total		1024	8 243,201	1114	8 967,701	1214	9 772,701	1314	10 577,701	1414	11 382,701	1504	12 107,201
Psicologia online	25,001	102	2 550,001	71	1 775,001	82	2 050,001	89	2 225,001	77	1 925,001	89	2 225,001
Acumulado		1723	43 075,001	1794	44 850,001	1876	46 900,001	1965	49 125,001	2042	51 050,001	2131	53 275,001
Psicologia Presencial	45,001	38	1 710,001	41	1 845,001	48	2 160,001	48	2 160,001	38	1 710,001	38	1 710,001
Acumulado		694	31 230,001	735	33 075,001	783	35 235,001	831	37 395,001	869	39 105,001	907	40 815,001
Total		2417	74 305,001	2529	77 925,001	2659	82 135,001	2796	86 520,001	2911	90 155,001	3038	94 090,001

Quadro F.11 – Previsão vendas subscrição e psicologia julho a dezembro 2024

Tipo	valor	Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
		Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	
Subscrição divorcio	8,051	241,501	20	80,001	45	362,251	45	362,251	45	362,251	30	241,501	445	3 259,251	
Acumulado		5 087,601	652	5 248,601	697	5 610,951	742	5 973,101	787	6 335,351	817	6 576,851	7369	59 320,451	
Subscrição geral	8,051	402,501	35	281,751	65	523,251	65	523,251	65	523,251	60	483,001	690	5 554,501	
Acumulado		7 663,601	987	7 945,351	1052	8 468,601	1117	8 991,851	1182	9 515,101	1242	9 998,101	11074	89 145,701	
Total		12 751,201	1639	13 193,951	1749	14 079,451	1859	14 964,951	1969	15 850,451	2059	16 574,951	18443	148 466,151	
Psicologia online	25,001	1 725,001	46	1 150,001	89	2 225,001	89	2 225,001	77	1 925,001	46	1 150,001	2593	23 150,001	
Acumulado		55 000,001	2246	56 150,001	2335	58 375,001	2424	60 600,001	2501	62 825,001	2547	63 675,001	25784	644 600,001	
Psicologia Presencial	45,001	1 170,001	20	900,001	38	1 710,001	38	1 710,001	38	1 710,001	20	900,001	1107	19 395,001	
Acumulado		41 985,001	953	42 885,001	991	44 595,001	1029	46 305,001	1067	48 015,001	1087	48 915,001	10879	489 555,001	
Total		96 985,001	3189	99 035,001	3326	102 970,001	3453	106 905,001	3568	110 540,001	3634	112 590,001	36663	1134 155,001	

Quadro F.12 – Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2024

tipo	valor	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
		Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total	Qtd	Total
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa	28,461		-		-	20	569,201		-		-		-
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ fri	42,681		-		-	20	853,601		-		-		-
Canoagem Rio Tejo: Constancia- caste	43,091		-		-		-	18	775,621		-		-
Canoagem barragem Castelo Bode+ fri	60,981		-		-		-		-	0	-		-
Canoagem Descida rio nabão+ friendsh	44,721		-		-		-		-		-		-
Canoagem Alqueva+refeição+friendsh	117,891		-		-		-		-		-		-
Coastering Arrábida+ friendship coach	28,461		-	20	569,201		-		-		-		-
Caminhada aquática Arouca+refeição	145,531		-		-		-	18	2 619,541		-		-
Caminhada aquática Gerês+refeição+	149,531		-		-		-		-		-		-
River Trekking - geres C/dormida casa	202,441		-		-	18	3 643,921		-		-		-
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio	153,661		-		-		-		-		-		-
Canyoning Arouca+refeição+friendship	173,981		-		-		-		-		-		-
Rafting Arouca+refeição+friendship co	169,921		-		-		-		-		-		-
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends	153,661		-		-		-		-		-	18	2 765,881
Canyoning Descoberta Arouca+refeicã	149,591		-		-		-		-		-		-
arborismo/escalada/slide/trampolim St	47,971		-		-		-		-		-		-
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship	51,221		-	18	921,951		-		-		-		-
Paintball+arborismo+tiro cl/arco+escal	55,281		-	18	995,121		-	18	995,121		-	18	995,121
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/Lo	17,441	20	348,781		-	18	313,901		-		-	20	348,781
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,891	20	357,721	20	357,721		-		-	20	357,721	20	357,721
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,701	20	373,981		-		-		-		-	20	373,981
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouc	149,591	0	-		-		-		-		-		-
Passadiços do Paiva+refeição+friends	141,461		-		-		-		-		-		-
Arouca: Serra da Freita+refeição+friend	137,401		-		-		-		-		-		-
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia	137,401		-	18	2 473,171		-		-		-		-
Centro Histórico da Vila de Arouca+refe	137,401		-		-		-		-	18	2 473,171		-
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+ref	137,401	18	2 473,171		-		-		-	18	2 473,171		-
Passeio Pedestre pelas Quedas de Ág	153,661		-		-		-	18	2 765,851		-		-
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeicã	125,201		-		-		-		-	18	2 253,661		-
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+ref	48,781		-		-		-		-	20	975,611		-
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeicã	176,021		-		-		-	18	3 168,291		-		-
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+f	43,901	18	790,241		-		-		-		-		-
Obidos: Peddy Paper Medieval+transp	66,671		-		-		-		-		-		-
whs ceviche, poke e tartaros+ friendshi	39,021		-	20	780,331		-		-		-		-
wks comida vegetariana + friendship co	28,451		-		-	20	568,941		-		-		-
Escape room+refeição+friendship coac	45,001		-		-		-		-		-		-
Total atividades outdoor + relations building		96	4 343,901	114	6 097,491	96	5 949,571	90	10 324,431	94	8 533,331	96	4 841,491

Quadro F.13 – Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2024

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	28,46	-	-	-	-	-	20 563,20
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	42,68	-	-	-	-	-	20 853,60
Canoagem Rio Tejo: Constância- castelo almour+ friendship coach + Transporte	43,09	18	775,62	-	-	-	36 1551,24
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	60,98	1097,64	-	-	-	-	18 1097,64
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	44,72	-	-	-	-	-	0 -
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	117,89	-	-	-	-	-	0 -
Coastering Arrábida+ friendship coach	28,46	-	-	-	-	-	20 563,20
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	145,53	-	-	-	-	-	18 2 619,54
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	149,59	-	-	-	-	-	0 -
River Trekking - geres C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	202,44	3 643,92	-	-	-	-	36 7 287,84
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte+hotel	153,66	18	2 765,85	-	-	-	18 2 765,85
Canjoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	173,98	-	-	-	-	-	0 -
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	169,92	-	-	-	-	-	0 -
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	153,66	-	-	-	-	-	18 2 765,88
Canjoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	149,59	-	-	-	-	-	0 -
arborismo/escalada/slide/rampolim St Estevão+transporte+friendship coach	47,97	-	-	-	-	-	0 -
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	51,22	-	-	-	-	-	18 921,95
Paintball-arborismo+tiro cl arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	55,28	-	-	-	-	-	54 2 985,37
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ friendship	17,44	-	348,78	-	20 348,78	20 348,78	118 2 057,80
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,89	357,72	-	20 357,72	-	-	120 2 148,34
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,70	-	-	-	-	-	40 747,97
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	149,59	-	-	-	-	-	0 -
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	141,46	-	-	-	-	-	0 -
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	137,40	-	-	-	-	-	0 -
Complexo Mineiro de Piegoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+transporte	137,40	-	-	-	-	-	18 2 473,17
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	137,40	-	-	-	-	-	18 2 473,17
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	137,40	-	18	2 473,17	-	-	54 7 419,51
Passoio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+transporte	153,66	-	-	-	-	-	18 2 765,85
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	125,20	2 253,66	-	-	18 2 253,66	-	54 6 760,98
Passaios barco Sesimbra Arrábida+refeição+friendship coach	48,78	-	20 975,61	-	-	-	40 1 951,22
Douro: cruzeiro das 6 pontes+refeição+transporte+friendship coach	176,02	18	3 168,29	18 3 168,29	18 3 168,29	-	72 12 673,17
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	43,90	790,24	-	-	-	-	36 1 580,49
Obidos: Paddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	66,67	-	-	-	-	-	0 -
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	39,02	-	-	20 780,33	20 780,33	20 780,33	80 3 121,30
Wks comida vegetariana + friendship coach	28,45	-	-	-	20 568,94	20 568,94	60 1 706,83
Escape room+refeição+friendship coach	45,00	-	-	20 900,00	20 900,00	20 900,00	60 2 700,00
Total atividades outdoor + relations building	8 143,19	74 7 058,55	76 6 974,80	58 4 848,62	98 4 851,71	80 2 598,05	1064 74 565,12

Quadro F.14 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2024

	Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maiο	Junho
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	292,68	-	20 5 853,66	-	-	20 5 853,66
Budapest: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	341,46	6 829,27	-	-	-	20 6 829,27
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	317,07	-	20 6 341,46	-	-	-
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	357,72	7 154,47	-	-	20 7 154,47	-
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	337,40	-	20 6 747,97	-	-	-
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	333,33	-	20 6 666,67	-	-	-
Total escapadinhas na Europs + friendship coach	13 983,74	40 12 520,33	40 13 089,43	0	40 13 495,93	40 12 682,93
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	60,98	20 1 219,60	20 1 219,60	20 1 219,60	20 1 219,60	20 1 219,60
Total Geral	102 095,44	3 817 106 730,12	4 029 112 166,30	4 220 108 641,73	4 479 124 796,57	4 698 124 941,22
IVA	23 481,95	24 547,93	25 798,25	24 987,60	28 700,91	28 736,48
Total de vendas om IVA	125 577,39	131 278,05	137 964,54	133 629,33	153 497,48	153 677,70

Quadro F.15 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2024

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	292,68	-	-	20 5 853,66	-	20 5 853,66	80 23 414,63
Budapest: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	341,46	20 6 829,27	-	20 6 829,27	20 6 829,27	-	100 34 146,34
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	317,07	20 6 341,46	-	-	20 6 341,46	-	100 31 707,32
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	357,72	20 7 154,47	20 7 154,47	-	-	-	80 28 617,89
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	337,40	-	20 6 747,97	-	-	20 6 747,97	60 20 243,90
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	333,33	-	-	-	-	-	20 6 666,67
Total escapadinhas na Europs + friendship coach	40 13 495,93	40 13 170,73	40 13 902,44	40 12 682,93	40 13 170,73	40 12 601,63	440 144 796,75
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	60,98	20 1 219,60	20 1 219,60	20 1 219,60	20 1 219,60	20 1 219,60	240 14 635,20
Total Geral	4 869 132 594,92	4 972 133 677,83	5 211 139 146,29	5 430 140 621,09	5 695 145 632,49	5 833 145 584,22	56 850 1 516 618,21
IVA	30 496,83	30 745,90	32 003,65	32 342,85	33 495,47	33 484,37	348 822,19
Total de vendas om IVA	163 091,75	164 423,73	171 149,93	172 963,95	179 127,96	179 068,01	1 865 440,40

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro F.16 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a junho 2025

2025	valor	Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
		Qtd	Total										
Subscrição divorcio	8,12	40	324,80	30	243,60	40	324,80	40	324,80	40	80,00	40	324,80
Acumulado		695	5.643,40	725	5.887,00	765	6.211,80	805	6.536,60	845	6.861,40	885	7.186,20
Subscrição geral	8,12	60	487,20	60	487,20	60	487,20	60	487,20	60	487,20	60	487,20
Acumulativo		1056	8.574,72	1116	9.061,92	1176	9.549,12	1236	10.036,32	1296	10.523,52	1356	11.010,72
Total		1751	14.218,12	1841	14.948,92	1941	15.760,92	2041	16.572,92	2141	17.384,92	2241	18.196,92
Psicologia online	25,00	113	2.825,00	80	2.000,00	104	2.600,00	110	2.750,00	89	2.225,00	98	2.450,00
Acumulado		2660	66.500,00	2740	68.500,00	2844	71.100,00	2954	73.850,00	3043	76.075,00	3141	78.525,00
Psicologia Presencial	45,00	31	1.395,00	33	1.485,00	36	1.620,00	36	1.620,00	38	1.710,00	33	1.485,00
Acumulativo		1117	50.265,00	1150	51.750,00	1186	53.370,00	1222	54.990,00	1260	56.700,00	1293	58.185,00
Total		3777	116.765,00	3890	120.250,00	4030	124.470,00	4176	128.840,00	4303	132.775,00	4434	136.710,00

Quadro F.17 – Previsão vendas subscrição e psicologia julho a dezembro 2025

2025	valor	Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
		Qtd	Total	Qtd	Total										
Subscrição divorcio	8,12	40	324,80	30	80,00	40	324,80	40	324,80	40	324,80	30	243,60	1105	3.245,60
Acumulado		925	7.511,00	955	7.754,60	995	8.079,40	1035	8.404,20	1075	8.729,00	1105	8.972,60	10810	87.777,20
Subscrição geral	8,12	60	487,20	60	406,00	60	487,20	60	487,20	60	487,20	40	324,80	1686	5.602,80
Acumulativo		1416	11.497,92	1466	11.903,92	1526	12.391,12	1586	12.878,32	1646	13.365,52	1686	13.690,32	16562	134.483,44
Total		2341	19.008,92	2421	19.658,52	2521	20.470,52	2621	21.282,52	2721	22.094,52	2791	22.662,92	27372	222.260,64
Psicologia online	25,00	89	2.225,00	50	1.250,00	104	2.600,00	104	2.600,00	83	2.075,00	47	1.175,00	1071	26.775,00
Acumulado		3230	80.750,00	3280	82.000,00	3384	84.600,00	3488	87.200,00	3571	89.275,00	3618	90.450,00	37953	948.825,00
Psicologia Presencial	45,00	26	1.170,00	20	900,00	38	1.710,00	33	1.485,00	31	1.395,00	20	900,00	375	16.875,00
Acumulativo		1319	59.355,00	1339	60.255,00	1377	61.965,00	1410	63.450,00	1441	64.845,00	1461	65.745,00	15575	700.875,00
Total		4549	140.105,00	4619	142.255,00	4761	146.585,00	4898	150.650,00	5012	154.120,00	5079	156.195,00	53528	1.649.700,00

Quadro F.18 - Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2025

2025	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho						
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa	28,46	-	-	-	-	-						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ fri	42,68	-	-	-	-	-						
Canoagem Rio Tejo: Constancia- cast	43,09	-	-	-	18	775,62						
Canoagem barragem Castelo Bode+ fri	60,98	-	-	-	-	18	1097,64					
Canoagem Descida rio nabão+ friends	44,72	-	-	-	-	-						
Canoagem Alqueva+refeição+friends	117,89	-	-	-	-	-						
Coasting Arrábida+ friendship coach	28,46	-	-	-	-	20	569,20					
Caminhada aquática Arouca+refeição	145,53	-	-	-	18	2.619,54						
Caminhada aquática Gerês+refeição+	149,59	-	-	-	-	-						
River Trekking - geres C/dormida casa	202,44	-	-	-	18	3.643,92						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Ri	153,66	-	-	-	-	-						
Canyoning Arouca+refeição+friendsh	173,98	-	-	-	-	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship co	169,92	-	-	-	-	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends	153,66	-	-	-	18	2.765,88						
Canyoning Descoberta Arouca+refeic	149,59	-	-	-	-	-						
arborismo/escalada/slide/trampolim St	47,97	-	-	-	-	-						
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendsh	51,22	-	-	-	-	-						
Paintball+arborismo+tiro o/arco+escala	55,28	-	-	-	-	18	995,12					
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/Lo	17,44	-	-	-	18	313,90	18	313,90				
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,89	-	-	-	20	357,72	20	357,72				
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,70	-	-	20	373,98	-	-					
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arou	149,59	-	18	2.692,68	-	-	-					
Passadiços do Paiva+refeição+friends	141,46	-	-	-	-	-	-					
Arouca: Serra da Freita+refeição+fr	137,40	-	-	-	18	2.473,17	-	-				
Complexo Mineiro de Regufe e Aldeia	137,40	-	-	-	-	-	-					
Centro Histórico da Vila de Arouca+refe	137,40	-	-	-	-	-	-					
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+ref	137,40	-	18	2.473,17	-	-	-					
Passeio Pedestre pelas Quedas de Ág	153,66	-	18	2.765,85	-	18	2.765,85					
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeic	125,20	-	18	2.253,66	-	-	-					
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+ref	48,78	-	-	-	18	878,05	-	-				
Douro: cruzeiro das 6 pontes+refeição	176,02	-	18	3.168,29	-	-	0	-				
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+f	43,90	18	790,24	18	790,24	-	18	790,24				
Obidos: Peddy Paper Medieval+transp	66,67	18	1.200,00	-	-	-	18	1.200,00				
whs ceviche, poke e tartaros+ friendsh	39,02	20	780,33	-	-	-	18	702,29				
wks comida vegetariana + friendship co	28,45	20	568,94	-	-	-	-	-				
Escape room+refeição+friendship coa	45,00	20	900,00	-	20	900,00	20	900,00				
Total atividades outdoor + relations building	96	4.239,51	90	11.451,22	96	5.325,85	94	6.810,65	202	14.947,17	94	6.327,82

Quadro F.19 - Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2025

		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral						
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa A	28,46	20 569,20	0 -	20,00	20 569,20	-	-	40 1138,40						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ frie	42,68	-	-	18 768,24	-	-	-	18 768,24						
Canoagem Rio Tejo: Constancia- caste	43,09	-	18 775,62	-	18 775,62	-	-	54 2326,86						
Canoagem barragem Castelo Bode+ frie	60,98	-	-	-	-	-	-	18 1037,64						
Canoagem Descida rio nabão+ friendsh	44,72	-	-	-	-	-	-	0 -						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship	117,89	-	-	-	-	-	-	0 -						
Coastering Arrábida+ friendship coach	28,46	-	-	-	-	-	-	20 569,20						
Caminhada aquática Arouca+refeição+f	145,53	18 2 619,54	18 2 619,54	-	-	-	-	54 7 858,62						
Caminhada aquática Gerês+refeição+frie	149,59	-	-	-	-	-	-	0 -						
River Trekking - geres C/dormida casa p	202,44	-	-	-	-	-	-	18 3 643,92						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Ric	153,66	-	-	-	-	-	-	0 -						
Canjoning Arouca+refeição+friendship	173,98	-	-	-	-	-	-	0 -						
Rafting Arouca+refeição+friendship coa	169,92	-	-	-	-	-	-	0 -						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends	153,66	-	-	-	-	-	-	18 2 765,88						
Canjoning Descoberta Arouca+refeição	149,59	-	-	-	-	-	-	0 -						
arborismo/escalada/slide/trampolim St	47,97	-	-	-	-	-	-	0 -						
Arborismo+ tiro ao arco Mafra+friendsh	51,22	-	-	-	-	-	-	0 -						
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escalad	55,28	-	-	18 995,12	18 995,12	-	-	54 2 985,37						
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/fo	17,44	-	-	18 313,90	-	-	-	54 941,71						
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,89	-	20 357,72	-	-	-	-	60 1073,17						
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,70	-	-	-	-	-	-	20 373,98						
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouc	149,59	18 2 692,68	-	-	18 2 692,68	-	-	54 8 078,05						
Passadiços do Paiva+refeição+friendsh	141,46	-	-	-	-	-	-	0 -						
Arouca: Serra da Freita+refeição+friend	137,40	-	-	-	-	-	-	18 2 473,17						
Complexo Mineiro de Flegoufe e Aldeia	137,40	18 2 473,17	-	-	-	-	-	18 2 473,17						
Centro Histórico da Vila de Arouca+refe	137,40	-	-	-	-	-	-	0 -						
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refe	137,40	-	-	-	-	-	-	18 2 473,17						
Passaio Pedestre pelas Quedas de Águ	153,66	-	-	-	18 2 765,95	-	-	72 11063,41						
Jogos Romanos Serra da Lousã+refe	125,20	-	-	-	-	-	-	18 2 253,66						
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+ref	48,78	-	-	-	-	-	-	18 878,05						
Douro: cruzeiro das 6 pontes+refeição+	176,02	18 3 168,29	-	18 3 168,29	-	-	-	54 9 504,88						
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+frie	43,90	-	-	-	-	18 790,24	18 790,24	108 4 741,46						
Óbidos: Pedy Paper Medieval+transpo	66,67	18 1200,00	-	-	-	18 1200,00	18 1200,00	90 6 000,00						
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship	39,02	-	-	-	-	20 780,33	-	58 2 262,94						
wks comida vegetariana + friendship coa	28,45	-	-	-	-	20 568,94	-	60 1 706,83						
Escape room+refeição+friendship coach	45,00	-	-	20 900,00	-	20 900,00	20 900,00	160 7 200,00						
Total atividades outdoor + relations building	110	12 722,89	56	3 752,88	92	6 165,56	92	7 798,48	96	4 239,51	56	2 890,24	1174	86 651,78

Quadro F.20 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2025

2025		Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho					
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friend	292,68	-	20 5 853,66	-	20 5 853,66	-	-					
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+	341,46	20 6 829,27	-	20 6 829,27	20 6 829,27	-	-					
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+frie	317,07	-	-	20 6 341,46	-	-	-					
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friend	357,72	20 7 154,47	-	-	-	-	20 7 154,47					
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+	337,40	-	-	-	-	-	20 6 747,97					
Londres: voo+hotel+refeição+guia+frie	333,33	-	20 6 666,67	-	-	20 6 666,67	-					
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	40	13 983,74	40	12 520,33	40	12 682,93	40	13 495,93	40	13 902,44		
Workshops bem estar e desenvolvimen	65,04	20 1 300,81										
Total Geral	5 684	150 507,19	5 881	160 471,28	6 127	160 028,32	6 371	166 207,31	6 706	173 903,84	6 829	176 437,99
IVA		34 616,65		36 908,39		36 806,51		38 227,68		41 377,88		40 580,74
Total de vendas om IVA		185 123,84		197 379,67		196 834,83		204 434,99		221 281,72		217 018,72

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro F.21 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2025

		Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendsh	292,68	20	5 853,66	-	-	20	5 853,66	-	-	-	-	20	5 853,66	100	29 268,29
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+fri	341,46	20	6 829,27	20	6 829,27	-	-	-	-	-	-	20	6 829,27	140	47 804,88
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friend	317,07	-	-	20	6 341,46	20	6 341,46	-	-	-	-	-	-	60	19 024,39
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friend	357,72	-	-	-	-	-	-	20	7 154,47	-	-	-	-	60	21 463,41
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+fri	337,40	-	-	-	-	-	-	20	6 747,97	20	6 747,97	-	-	60	20 243,90
Londres: voo+hotel+refeição+guia+frien	333,33	-	-	-	-	-	-	-	-	20	6 666,67	-	-	60	20 000,00
Total escapadinhas na Europa + friendship coach		40	12 682,93	40	13 170,73	40	12 195,12	40	13 902,44	40	13 414,63	40	12 682,93	480	157 804,88
Workshops bem estar e desenvolvimen	65,04	20	1 300,81	240	15 609,76										
Total Geral		7 060	185 820,55	7 156	180 137,95	7 434	186 697,01	7 671	194 934,25	7 889	195 163,48	7 986	195 731,90	82 794	2 132 027,06
IVA			42 738,73		41 431,73		42 940,31		44 834,88		44 888,98		45 018,34		490 366,22
Total de vendas om IVA			228 559,27		221 569,68		229 637,32		239 769,13		240 058,46		240 750,24		2 622 393,28

Quadro F.22 – Previsão vendas subscrição e psicologia janeiro a junho 2026

2026		Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
Tipo	valor	Qtd	Total										
Subscrição divorcio	8,12	40	324,80	30	243,60	40	324,80	40	324,80	40	80,00	40	324,80
Acumulado		939	7 624,68	969	7 868,28	1009	8 193,08	1049	8 517,88	1089	8 842,68	1129	9 167,48
Subscrição geral	8,12	60	487,20	60	487,20	60	487,20	60	487,20	60	487,20	60	487,20
Acumulativo		1433	11 635,96	1493	12 123,16	1553	12 610,36	1613	13 097,56	1673	13 584,76	1733	14 071,96
Total		2372	19 260,64	2462	19 991,44	2562	20 803,44	2662	21 615,44	2762	22 427,44	2862	23 239,44
Psicologia online	25,00	94	2 350,00	71	1 775,00	92	2 300,00	94	2 350,00	77	1 925,00	84	2 100,00
Acumulado		3712	92 800,00	3783	94 575,00	3875	96 875,00	3969	99 225,00	4046	101 150,00	4130	103 250,00
Psicologia Presencial	45,00	28	1 260,00	26	1 170,00	31	1 395,00	36	1 620,00	41	1 845,00	31	1 395,00
Acumulativo		1489	67 005,00	1515	68 175,00	1546	69 570,00	1582	71 190,00	1623	73 035,00	1654	74 430,00
Total		5201	153 805,00	5298	162 750,00	5421	166 445,00	5551	170 415,00	5663	174 185,00	5784	177 680,00

Quadro F.23 – Previsão vendas subscrição e psicologia julho a dezembro 2026

		Julho		Agosto		Setembro		Outubro		Novembro		Dezembro		Total geral	
Tipo	valor	Qtd	Total	Qtd	Total										
Subscrição divorcio	8,12	30	243,60	20	80,00	40	324,80	40	324,80	40	324,80	30	243,60	430	3 164,40
Acumulado		1159	9 411,08	1179	9 573,48	1219	9 898,28	1259	10 223,08	1299	10 547,88	1329	10 791,48	13628	110 659,36
Subscrição geral	8,12	40	324,80	40	324,80	60	487,20	60	487,20	60	487,20	50	406,00	670	5 440,40
Acumulativo		1773	14 396,76	1813	14 721,56	1873	15 208,76	1933	15 695,96	1993	16 183,16	2043	16 589,16	20926	169 919,12
Total		2932	23 807,84	2992	24 295,04	3092	25 107,04	3192	25 919,04	3292	26 731,04	3372	27 380,64	34554	280 578,48
Psicologia online	25,00	71	1 775,00	43	1 075,00	89	2 225,00	89	2 225,00	71	1 775,00	41	1 025,00	916	22 900,00
Acumulado		4201	105 025,00	4244	106 100,00	4333	108 325,00	4422	110 550,00	4493	112 325,00	4534	113 350,00	49742	1 243 550,00
Psicologia Presencial	45,00	33	1 485,00	18	810,00	38	1 710,00	33	1 485,00	33	1 485,00	18	810,00	366	16 470,00
Acumulativo		1687	75 915,00	1705	76 725,00	1743	78 435,00	1776	79 920,00	1809	81 405,00	1827	82 215,00	19956	898 020,00
Total		5898	180 940,00	5949	182 825,00	6076	186 760,00	6198	190 470,00	6302	193 730,00	6361	195 565,00	69638	2 141 570,00

Quadro F.24 - Previsão vendas atividades outdoor janeiro a junho 2026

2026		Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho	
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa	28,461		-		-		-		-	20	569,201		-
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ fri	42,681		-		-		-		-	18	768,241		-
Canoagem Rio Tejo: Constancia- caste	43,091		-		-		-		-		-		-
Canoagem barragem Castelo Bode+ fri	60,991		-		-		-		-		-	0	-
Canoagem Descida rio nabão+ friendsh	44,721		-		-		-		-		-		-
Canoagem Alqueva+refeição+friendsh	117,891		-		-		-		-		-		-
Coastering Arrábida+ friendship coach	28,461		-		-		-		-	20	569,201		-
Caminhada aquática Arouca+refeição	145,531		-		-		-		-		-		-
Caminhada aquática Gerês+refeição+	149,591		-		-		-		-		-		-
River Trekking - geres C/dormida casa	202,441		-		-		-		-		-		-
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio	153,661		-		-		-	18	2 765,851		-		-
Canyoning Arouca+refeição+friendship	173,981		-		-		-		-		-		-
Rafting Arouca+refeição+friendship co	169,921		-		-		-		-		-		-
Cano-Rafting Arouca+refeição+friend	153,661		-		-		-	18	2 765,881		-	18	2 765,881
Canyoning Descoberta Arouca+refeicã	149,591		-		-		-		-		-		-
arborismo/escalada/slide/trampoline St	47,971		-		-		-		-		-		-
Aborismo+tiro ao arco/Mafra+friendship	51,221		-		-		-		-		-		-
Paintball+arborismo+tiro cl/arco+escala	55,281		-	18	995,121		-		-	18	995,121		-
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/ca	17,441	20	348,781	20	348,781		-	18	313,901	20	348,781	20	348,781
Sintra haking tour+ friendship coach	17,891	20	357,721		-		-		-		-		-
Arrabida haking tour+ friendship coach	18,701		-		-		-		-		-		-
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arou	149,591		-		-		-		-		-		-
Passadiços do Paiva+refeição+friends	141,461		-		-		-	18	2 546,341		-		-
Arouca: Serra da Freita+refeição+frien	137,401		-		-		-		-		-		-
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia	137,401		-		-		-		-		-		-
Centro Histórico da Vila de Arouca+refe	137,401		-		-		-		-		-		-
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+ref	137,401		-		-		-		-		-	18	2 473,171
Passeio Pedestre pelas Quedas de Ág	153,661		-	18	2 765,851	18	2 765,851		-		-		-
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeic	125,201		-	18	2 253,661	18	2 253,661		-		-		-
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+ref	48,781		-		-		-		-		-	20	975,611
Douro: cruzeiro das 6 pontes+refeicã	176,021		-		-	18	3 168,291	0	-		-		-
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+f	43,901		-		-	18	790,241	18	790,241		-	18	790,241
Obidos: Peddy Paper Medieval+transp	66,671	20	1 333,331		-	18	1 200,001		-		-		-
whs ceviche, poke e tartaros+ friendshi	39,021		-		-	20	780,331		-		-		-
wks comida vegetariana + friendship co	28,451	20	568,941	20	568,941		-		-		-		-
Escape room+refeição+friendship coa	45,001	20	900,001	20	900,001		-		-		-	20	900,001
Total atividades outdoor + relations building		100	3 508,781	114	7 832,361	110	10 958,371	90	9 182,221	96	3 250,541	114	8 253,681

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro F.25 - Previsão vendas atividades outdoor julho a dezembro 2026

		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa A	28,46	-	-	20 569,20	-	-	-	40 1138,40
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ irie	42,68	-	-	-	20 853,60	-	-	38 1621,84
Canoagem Rio Tejo: Constancia- caste	43,09	-	18 775,62	-	-	-	-	18 775,62
Canoagem barragem Castelo Bode+ irie	60,98	18 1097,64	-	-	-	-	-	18 1097,64
Canoagem Descida rio nabão+ friendship	44,72	-	18 804,96	-	-	-	-	18 804,96
Canoagem Alqueva+refeição+friendship	117,89	-	-	-	-	-	-	0 -
Coastering Arrábida+ friendship coach	28,46	-	20 569,20	-	-	-	-	40 1138,40
Caminhada aquática Arouca+refeição+fr	145,53	18 2 619,54	-	18 2 619,54	-	-	-	36 5 239,08
Caminhada aquática Gerês+refeição+frie	149,59	-	-	-	-	-	-	0 -
River Trekking - geres C/dormida casa p	202,44	18 3 643,92	-	18 3 643,92	-	-	-	36 7 287,84
Caminhada aquática Góis/Motágua/Ric	153,66	-	20 3 073,17	-	-	-	-	38 5 839,02
Canjoning Arouca+refeição+friendship	173,98	-	-	-	-	-	-	0 -
Rafting Arouca+refeição+friendship coa	169,92	-	-	18 3 058,54	18 3 058,54	-	-	36 6 117,07
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends	153,66	-	-	-	-	-	-	36 5 531,76
Canjoning Descoberta Arouca+refeição	149,59	-	-	-	-	-	-	0 -
arborismo/escalada/slide/trampolim St	47,97	-	-	-	-	-	-	0 -
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship	51,22	-	-	-	-	-	-	0 -
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escalad	55,28	18 995,12	-	18 995,12	-	-	-	72 3 980,49
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/Alc	17,44	-	-	20 348,78	18 313,90	-	-	136 2 371,71
Sintra hiking tour+ friendship coach	17,89	20 357,72	-	-	-	-	20 357,72	60 1073,17
Arrabida hiking tour+ friendship coach	18,70	-	-	-	-	-	20 373,98	20 373,98
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouc	149,59	-	-	-	18 2 692,68	18 2 692,68	-	36 5 385,37
Passadiços do Paiva+refeição+friendsh	141,46	-	-	-	-	-	-	18 2 546,34
Arouca: Serra da Freita+refeição+friends	137,40	-	-	-	-	-	-	0 -
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia	137,40	-	-	-	-	-	-	0 -
Centro Histórico da Vila de Arouca+refe	137,40	-	-	-	-	-	-	0 -
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refe	137,40	-	-	-	-	-	-	18 2 473,17
Passeio Pedestre pelas Quedas de Água	153,66	-	-	-	-	-	-	36 5 531,71
Jogos Romanos Serra da Lousã+refe	125,20	-	-	-	-	-	-	36 4 507,32
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+ref	48,78	-	-	-	-	-	-	20 975,61
Douro: cruzeiro das 6 pontes+refeição+	176,02	-	-	-	18 3 168,29	18 3 168,29	-	54 9 504,88
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+fri	43,90	18 790,24	-	-	-	18 790,24	18 790,24	108 4 741,46
Obidos: Peddy Paper Medieval+transpo	66,67	-	-	-	-	18 1 200,00	-	56 3 733,33
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship	39,02	-	-	-	-	20 780,33	20 780,33	60 2 340,98
wks comida vegetariana + friendship coa	28,45	-	-	-	-	-	20 568,94	60 1 706,83
Escape room+refeição+friendship coach	45,00	-	-	-	-	20 900,00	20 900,00	100 4 500,00
Total atividades outdoor + relations building		110 9 504,19 	76 5 222,95 	112 11 235,10 	92 10 087,01 	112 9 531,54 	118 3 771,22 	1244 92 337,98

Quadro F.26 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2026

2026		Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friend	292,68	-	-	20 5 853,66	-	-	-
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+fr	341,46	-	-	20 6 829,27	20 6 829,27	-	-
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+frie	317,07	-	20 6 341,46	-	20 6 341,46	20 6 341,46	-
Roma: voo+hotel+refeição+guia+frien	357,72	20 7 154,47	20 7 154,47	-	-	20 7 154,47	-
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+	337,40	20 6 747,97	-	-	-	-	20 6 747,97
Londres: voo+hotel+refeição+guia+frin	333,33	-	-	-	-	-	20 6 666,67
Total escapadinhas na Europs + friendship coach	40 13 902,44 	40 13 495,93 	40 12 682,93 	40 13 170,73 	40 13 495,93 	40 13 414,63 	
Workshops bem estar e desenvolvimen	65,04 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	
Total Geral		197 777,67 	205 370,55 	212 190,55 	215 684,21 	214 659,73 	223 888,57
IVA		45 488,86	47 235,23	48 803,83	49 607,37	49 371,74	51 494,37
Total de vendas om IVA		243 266,54 	252 605,77 	260 994,38 	265 291,57 	264 031,47 	275 382,94

Quadro F.27 – Previsão vendas escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2026

		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendsh	292,68	-	-	-	20 5 853,66	-	-	40 11 707,32
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+fr	341,46	-	-	-	20 6 829,27	-	20 6 829,27	80 27 317,07
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+frien	317,07	-	-	20 6 341,46	0 -	20 6 341,46	20 6 341,46	120 38 048,78
Roma: voo+hotel+refeição+guia+frinds	357,72	-	20 7 154,47	20 7 154,47	-	20 7 154,47	-	120 42 926,83
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+frin	337,40	20 6 747,97	20 6 747,97	-	-	-	-	80 26 991,87
Londres: voo+hotel+refeição+guia+frien	333,33	20 6 666,67	-	-	-	-	-	40 13 333,33
Total escapadinhas na Europs + friendship coach	40 13 414,63 	40 13 902,44 	40 13 495,93 	40 12 682,93 	40 13 495,93 	40 13 170,73 	40 13 414,63 	480 160 325,20
Workshops bem estar e desenvolvimen	65,04 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	20 1 300,81 	240 15 609,76
Total Geral		228 967,48 	227 546,24 	237 898,89 	240 459,79 	244 789,33 	241 188,40 	2 690 421,42
IVA		52 662,52	52 335,84	54 716,74	55 305,75	56 301,55	55 473,33	618 796,93
Total de vendas om IVA		281 630,00 	279 881,88 	292 615,63 	295 765,55 	301 090,88 	296 661,74 	3 309 218,34

Anexo G - Previsão de gastos variáveis associados à previsão das vendas

Quadro G.1 - Previsão custos atividades outdoor abril a julho 2022

2022		Abril	Mai	Junho	Julho				
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,111	20	382,201	0	-	-	-		
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,441	0		18	493,921	0	-		
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almourol+ friendship coach + Transporte	28,861		-		-		-		
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,611	18	460,981		-		-		
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,271		-		-	20	585,371		
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,851		-		-		-		
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,111	20	382,111		-	20	382,111		
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,631		-		-		-		
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,701		-		-	18	2 136,591		
River Trekking - geres C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeicã	179,671		-		-		-		
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,761		-		-		-		
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,091		-		-	18	2 575,611		
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,021	18	2 502,441		-		-		
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,761		-		-		-		
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,701		-		-		-		
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,301		-		-		-		
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,801		-		-		-		
Paintball+arborismo+tiro ol arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,871		-		-	18	753,661		
Passesios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ f	9,351		-		-		20	186,991	
Sintra haking tour+ friendship coach	12,601	0	-	20	252,031		20	252,031	
Arrabida haking tour+ friendship coach	13,411	0	-		-			-	
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+h	118,701		-	18	2 136,591			-	
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,571		-		-			-	
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501		-		-			-	
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach	106,501		-		-			-	
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501		-		-			-	
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501		-		-	18	1 917,071		
Passesio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+	122,761		-		-			-	
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,141		-		-			-	
Passesios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,501		-		-			-	
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,411		-	18	1 807,321	18	1 807,321	18	1 807,321
Tmar: Paintball 200 bolas+trasnporte+friendship coach	29,271		-		-			-	
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,191		-		-			-	
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,731		-		-			-	
wks comida vegetariana + friendship coach	23,161		-		-			-	
Escape room+refeição+friendship coach	42,681		-		-			-	
Total atividades outdoor + relations building		87	12 098,011	80	13 955,271	100	14 710,951	102	18 907,101

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro G.2 - Previsão custos atividades outdoor agosto a dezembro 2022

2022	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total Geral
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,11€	-	-	-	0	19,11€
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,44€	-	-	-	-	27,44€
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almour+ friendship coach + Transporte	28,86€	18	519,51€	-	-	548,37€
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,61€	-	-	-	-	25,61€
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,27€	-	18	526,83€	-	574,10€
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,85€	-	-	-	-	65,85€
Coasting Arrábida+ friendship coach	19,11€	-	-	-	-	19,11€
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,63€	20	2.292,68€	-	-	2.407,31€
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,70€	-	-	18	2.136,59€	2.255,29€
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	179,67€	18	3.234,15€	-	-	3.413,82€
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,76€	-	-	-	-	122,76€
Canoying Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,09€	2.575,61€	-	-	-	2.718,70€
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,02€	-	-	-	-	139,02€
Canoe-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,76€	-	-	-	-	122,76€
Canoying Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,70€	-	-	-	-	118,70€
Arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,30€	-	-	18	563,41€	594,71€
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,80€	-	-	-	-	37,80€
Paintball+arborismo+tiro cl arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,87€	-	-	-	18	753,66€
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ fr	9,35€	186,99€	-	-	20	186,99€
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,60€	20	252,03€	-	-	264,63€
Arrábida hiking tour+ friendship coach	13,41€	-	-	-	-	13,41€
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ho	118,70€	-	-	-	18	2.136,59€
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,57€	-	-	-	-	110,57€
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50€	-	-	-	-	106,50€
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+	106,50€	-	-	-	-	106,50€
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50€	-	-	-	-	106,50€
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50€	-	-	-	-	106,50€
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+t	122,76€	-	-	-	-	122,76€
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,14€	-	-	-	-	121,14€
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,50€	869,92€	-	-	-	913,42€
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,41€	18	1.807,32€	18	1.807,32€	3.733,05€
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,27€	-	-	-	-	29,27€
Obidos: Paddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,19€	-	-	-	-	49,19€
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,73€	-	-	20	674,63€	708,36€
lws comida vegetariana + friendship coach	23,16€	-	-	-	20	463,25€
Escape room+refeição+friendship coach	42,68€	853,66€	-	-	-	896,34€
Total atividades outdoor + relations building	4.486,18€	94	8.105,69€	92	5.708,78€	566

Quadro G.3 - Previsão custos escapadinhas e total de abril a agosto 2022

2022	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68 €	- €	- €	4.453,66 €	- €
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46 €	- €	- €	- €	- €
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07 €	- €	- €	20	4.941,46 €
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72 €	- €	- €	- €	- €
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40 €	- €	20	5.347,97 €	- €
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33 €	- €	- €	- €	- €
Total escapadinhas na Europs + friendship coach	0	- €	20	5.347,97 €	20
Total Geral sem Iva	3.727,73 €	10.037,82 €	9.899,19 €	11.900,00 €	4.486,18 €
IVA	857,38 €	2.308,70 €	2.276,81 €	2.737,00 €	1.031,82 €
Total de vendas com IVA	4.585,11 €	12.346,52 €	12.176,00 €	14.637,00 €	5.518,00 €
Valor total com iva	4.585,11 €	12.346,52 €	12.176,00 €	14.637,00 €	5.518,00 €

Quadro G.4 - Previsão custos escapadinhas e total setembro a dezembro 2022

2022		Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total Geral
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68 €	20 4 453,66 €	- €	- €	- €	40 8 907,32 €
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46 €	0 - €	20 5 429,27 €	- €	- €	20 5 429,27 €
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07 €	- €	20 4 941,46 €	0 - €	- €	40 9 882,93 €
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72 €	- €	0 - €	20 5 754,47 €	- €	20 5 754,47 €
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40 €	20 5 347,97 €	- €	- €	- €	40 10 695,93 €
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33 €	- €	- €	20 5 266,67 €	- €	20 5 266,67 €
Total escapadinhas na Europa + friendship coach		40 9 801,63 €	40 10 370,73 €	40 11 021,14 €	0 - €	180 45 936,59 €
Total Geral sem Iva		17 907,32 €	16 079,51 €	14 098,37 €	650,24 €	88 786,36 €
IVA		4 118,68 €	3 698,29 €	3 242,63 €	149,56 €	20 420,86 €
Total de vendas com IVA		22 026,00 €	19 777,80 €	17 341,00 €	799,80 €	109 207,23 €
Valor total com iva		22 026,00 €	19 777,80 €	17 341,00 €	799,80 €	109 207,23 €

Quadro G.5 - Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2023

2023		Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Mai	Junho
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,111	-	-	-	-	20 382,201	-
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,441	-	-	-	-	18 493,921	-
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almouro+ friendship coach + Transporte	28,861	-	-	18 519,511	-	-	18 519,511
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,611	-	-	-	-	-	18 460,981
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,271	-	-	-	18 526,831	-	-
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,851	-	-	-	-	-	-
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,111	-	-	-	-	-	-
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,631	-	-	18 2 063,411	18 2 063,411	-	-
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,701	-	-	-	-	-	-
River Trekking - geres Cl'dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	179,671	-	-	-	-	-	-
Caminhada aquática Góis(Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte)	122,761	-	-	-	-	-	18 2 209,761
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,091	-	-	-	-	-	-
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,021	-	-	-	-	-	-
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,761	-	-	-	-	0 -	18 2 209,761
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,701	-	-	-	-	-	-
Arborismo+escalada+slidetrampolim: St Estevão+transporte+friendship coach	31,301	-	-	-	-	-	-
Arborismo+tiro ao arco Maltra+friendship coach+transporte	37,801	-	-	-	18 680,491	-	-
Paintball+arborismo+tiro ao arco+escalada Maltra+friendship coach+transporte	41,871	-	-	-	-	18 753,661	-
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ friendship coach	9,351	-	-	20 186,991	-	20 186,991	20 186,991
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,601	-	-	-	-	-	-
Arrábida hiking tour+ friendship coach	13,411	-	20 268,291	-	-	20 268,291	-
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	118,701	-	-	18 2 136,591	18 2 136,591	-	-
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,571	-	-	-	-	-	-
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drove+refeição+friendship coach	106,501	-	-	-	-	-	-
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	18 1 917,071	-	-	-	-
Passeio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+transporte	122,761	-	-	-	-	-	18 2 209,761
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,141	-	-	-	18 2 180,491	-	-
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,501	-	-	-	-	-	-
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,411	-	-	-	-	18 1 807,321	18 1 807,321
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,271	18 526,831	-	18 526,831	-	-	-
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,191	18 885,371	20 983,741	-	-	-	-
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,731	20 674,631	-	-	-	-	-
wks comida vegetariana + friendship coach	23,161	-	20 463,251	-	-	-	-
Escape room+refeição+friendship coach	42,681	20 853,661	-	-	-	-	-
Total atividades outdoor + relations building		76 2 940,491	78 3 632,361	92 5 433,331	90 7 587,801	114 3 892,381	128 9 604,071

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro G.6 - Previsão custos atividades outdoor agosto a dezembro 2023

2023		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral							
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,111	-	-	-	20	382,201	-	40 764,401							
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,441	-	-	-	-	-	-	18 493,921							
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almourol+ friendship coach + Transporte	28,861	18	519,511	18	519,511	-	-	72 2.078,051							
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,611	-	-	18	460,981	-	-	36 921,951							
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,271	-	-	18	526,831	-	-	36 1053,661							
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,851	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,111	-	-	20	382,111	-	-	20 382,111							
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,631	-	-	-	-	-	-	36 4126,831							
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,701	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	179,671	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Caminhada aquática Góisis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,761	-	-	-	-	-	-	18 2.209,761							
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,091	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,021	18	2.502,441	-	18	2.502,441	-	54 7.507,321							
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,761	-	-	-	-	-	-	18 2.209,761							
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,701	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
arborismo/escalada/slide/trampolim St. Estevão+transporte+friendship coach	31,301	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Arborismo+tiro ao arco Maíra+friendship coach+transporte	37,801	-	-	-	-	-	-	18 680,491							
Paintball+arborismo+tiro arco+escalada Maíra+friendship coach+transporte	41,871	-	-	-	-	-	-	18 753,661							
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ fri	9,351	-	-	-	-	-	-	60 560,981							
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,601	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Arrábida hiking tour+ friendship coach	13,411	-	-	-	-	-	-	40 536,591							
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ho	118,701	18	2.136,591	18	2.136,591	0	-	90 10.682,931							
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,571	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+	106,501	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	18	1.917,071	-	18	1.917,071	-	72 7.668,291							
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+tt	122,761	-	-	-	-	-	-	18 2.209,761							
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,141	-	-	-	-	-	-	18 2.180,491							
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,501	-	-	-	-	-	-	0 - 1							
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,411	18	1.807,321	-	18	1.807,321	-	72 7.229,271							
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,271	-	-	-	-	-	-	36 1053,661							
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,191	-	-	-	-	18	685,371	18 685,371 74 3.633,841							
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,731	-	-	-	-	18	607,171	18 607,171 56 1.888,981							
wks comida vegetariana + friendship coach	23,161	-	-	-	-	-	-	20 463,251							
Escape room+refeição+friendship coach	42,681	-	-	-	-	20	853,661	20 853,661 60 2.560,981							
Total atividades outdoor + relations building		90	8.882,931	36	2.856,101	32	5.789,431	74	6.828,541	74	4.263,271	56	2.346,201	1000	63.856,891

Quadro G.7 - Previsão custos escapadinhas e total janeiro a junho 2023

2023		Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho						
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68 €	- €	- €	20	4.453,66 €	20	4.453,66 €	- €	- €				
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46 €	- €	20	5.429,27 €	- €	- €	- €	20	5.429,27 €				
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07 €	- €	- €	- €	- €	- €	20	4.941,46 €	- €				
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72 €	20	5.754,47 €	20	5.754,47 €	- €	20	5.754,47 €	- €				
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40 €	20	5.347,97 €	- €	- €	20	5.347,97 €	- €	- €				
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33 €	- €	- €	- €	- €	20	5.266,67 €	- €	- €				
Total escapadinhas na Europs + friendship coach		40	11.102,44 €	40	11.183,74 €	20	4.453,66 €	40	9.801,63 €	40	11.021,14 €	40	10.370,73 €
Total Geral sem Iva			14.042,93 €		14.816,10 €		9.886,99 €		17.389,43 €		14.913,52 €		19.974,80 €
IVA			3.229,87 €		3.407,70 €		2.274,01 €		3.999,57 €		3.430,11 €		4.594,20 €
Total de vendas com IVA			17.272,80 €		18.223,80 €		12.161,00 €		21.389,00 €		18.343,63 €		24.569,00 €
Valor total com Iva			17.272,80 €		18.223,80 €		12.161,00 €		21.389,00 €		18.343,63 €		24.569,00 €

Quadro G.8 - Previsão custos escapadinhas e total julho a dezembro 2023

2023		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral					
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68 €	20	4.453,66 €	- €	- €	20	4.453,66 €	- €	80	17.814,63 €			
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46 €	- €	- €	20	5.429,27 €	- €	20	5.429,27 €	- €	80	21.717,07 €		
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07 €	- €	20	4.941,46 €	20	4.941,46 €	- €	0	- €	60	14.824,39 €		
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72 €	- €	20	5.754,47 €	- €	20	5.754,47 €	- €	0	100	28.772,36 €		
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40 €	20	5.347,97 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	60	16.043,90 €		
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33 €	- €	- €	- €	- €	20	5.266,67 €	- €	40	10.533,33 €			
Total escapadinhas na Europs + friendship coach		40	9.801,63 €	40	10.695,93 €	40	10.370,73 €	40	10.695,93 €	0	- €	420	109.705,69 €
Total Geral sem Iva			18.684,55 €		13.352,03 €		16.160,16 €		17.036,67 €		14.959,20 €		173.562,58 €
IVA			4.297,45 €		3.070,97 €		3.716,84 €		3.918,43 €		3.440,62 €		39.919,39 €
Total de vendas com IVA			22.982,00 €		16.423,00 €		19.877,00 €		20.955,11 €		18.399,82 €		213.481,97 €
Valor total com Iva			22.982,00 €		16.423,00 €		19.877,00 €		20.955,11 €		18.399,82 €		213.481,97 €

Quadro G.9 - Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2024

2024	Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maior	Junho						
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,111	-	-	20	382,201	-						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,441	-	-	20	548,801	-						
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almoural+ friendship coach + Transporte	28,861	-	-	-	18	519,511						
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,611	-	-	-	-	0						
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,271	-	-	-	-	-						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,851	-	-	-	-	-						
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,111	20	382,111	-	-	-						
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,631	-	-	-	18	2.063,411						
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,701	-	-	-	-	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeicão	179,671	-	-	18	3.234,151	-						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,761	-	-	-	-	-						
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,091	-	-	-	-	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,021	-	-	-	-	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,761	-	-	-	-	18	2.209,761					
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,701	-	-	-	-	-						
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,301	-	-	-	-	-						
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,801	18	680,491	-	-	-						
Paintball+arborismo+tiro ol arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,871	-	18	753,661	-	18	753,661					
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ fri	9,351	20	186,991	-	18	168,291	-					
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,601	20	252,031	20	252,031	-	20	252,031				
Arrabida hiking tour+ friendship coach	13,411	20	268,291	-	-	-	20	268,291				
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+h	118,701	0	-	-	-	-	-	-				
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,571	-	-	-	-	-	-	-				
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-	-				
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach	106,501	-	18	1.917,071	-	-	-	-				
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	18	1.917,071	-				
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	18	1.917,071	-	-	18	1.917,071	-				
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+h	122,761	-	-	-	18	2.209,761	-	-				
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,141	-	-	-	-	18	2.180,491	-				
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,501	-	-	-	-	20	869,921	-				
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,411	-	-	-	-	18	1.807,321	-				
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,271	18	526,831	-	-	-	-	-				
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,191	-	-	-	-	-	-	-				
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,731	-	20	674,631	-	-	-	-				
wks comida vegetariana + friendship coach	23,161	-	-	20	463,251	-	-	-				
Escape room+refeição+friendship coach	42,681	-	-	-	-	-	-	-				
Total atividades outdoor + relations building	96	3.151,221	114	4.660,001	96	4.736,691	90	7.353,661	94	7.136,591	96	3.670,731

Quadro G.10 - Previsão custos atividades outdoor julho a dezembro 2024

2024	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral							
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,111	-	-	-	-	-	20	382,201						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,441	-	-	-	-	-	20	548,801						
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almoural+ friendship coach + Transporte	28,861	18	519,511	-	-	-	36	1.039,021						
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,611	18	460,981	-	-	-	18	460,981						
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,271	-	-	-	-	-	0	-						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,851	-	-	-	-	-	0	-						
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,111	-	-	-	-	-	20	382,111						
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,631	-	-	-	-	-	18	2.063,411						
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,701	-	-	-	-	-	0	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeicão	179,671	18	3.234,151	-	-	-	36	6.468,291						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,761	-	18	2.209,761	-	-	18	2.209,761						
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,091	-	-	-	-	-	0	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,021	-	-	-	-	-	0	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,761	-	-	-	-	-	18	2.209,761						
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,701	-	-	-	-	-	0	-						
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,301	-	-	-	-	-	0	-						
Aborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,801	-	-	-	-	-	18	680,491						
Paintball+arborismo+tiro ol arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,871	-	-	-	-	-	54	2.260,981						
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ fri	9,351	-	20	186,991	-	20	186,991	20	186,991	118	1.103,251			
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,601	20	252,031	-	20	252,031	-	-	-	120	1.512,201			
Arrabida hiking tour+ friendship coach	13,411	-	-	-	-	-	-	-	-	40	536,591			
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+h	118,701	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-			
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,571	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-			
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-			
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach	106,501	-	-	-	-	-	-	-	-	18	1.917,071			
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	-	-	-	18	1.917,071			
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	18	1.917,071	-	-	-	-	54	5.751,221			
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+h	122,761	-	-	-	-	-	-	-	-	18	2.209,761			
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,141	18	2.180,491	-	-	-	18	2.180,491	-	54	6.541,461			
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,501	-	-	20	869,921	-	-	-	-	40	1.739,841			
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,411	-	18	1.807,321	18	1.807,321	-	-	-	72	7.229,271			
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,271	18	526,831	-	-	-	-	-	-	36	1.053,661			
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,191	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-			
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,731	-	-	-	20	674,631	20	674,631	20	674,631	80	2.698,541		
wks comida vegetariana + friendship coach	23,161	-	-	-	-	20	463,251	20	463,251	20	463,251	60	1.389,761	
Escape room+refeição+friendship coach	42,681	-	-	-	-	20	853,661	20	853,661	20	853,661	60	2.560,981	
Total atividades outdoor + relations building	92	6.654,471	74	4.723,581	76	4.846,341	58	3.335,611	98	4.359,021	80	2.178,541	1.064	58.866,451

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro G.11 - Previsão custos escapadinhas e total janeiro a junho 2024

2024	Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho				
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68	-	4 453,66	-	-	4 453,66				
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46	5 429,27	-	-	-	5 429,27				
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07	-	# 4 941,46	-	4 941,46	-				
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72	5 754,47	-	-	5 754,47	-				
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40	-	# 5 347,97	-	-	-				
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33	-	5 266,67	-	-	-				
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	40	11 183,74	40	9 720,33	# 10 289,43	0	40	10 695,93	40	9 882,93
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	70,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00
Total Geral sem Iva		14 614,96	14 660,33	15 366,12	7 633,66	18 112,52		13 833,66		
IVA		3 361,44	3 371,87	3 534,21	1 755,74	4 165,88		3 181,74		
Total de vendas com IVA		17 976,40	18 032,20	18 900,33	9 389,40	22 278,40		17 015,40		
Valor total com Iva		17 976,40	18 032,20	18 900,33	9 389,40	22 278,40		17 015,40		

Quadro G.12 - Previsão custos escapadinhas e total julho a dezembro 2024

2024	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral			
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68	-	-	20 4 453,66	-	20 4 453,66	80 17 814,63			
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46	-	20 5 429,27	-	20 5 429,27	-	100 27 146,34			
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07	20 4 941,46	20 4 941,46	-	20 4 941,46	-	100 24 707,32			
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72	20 5 754,47	20 5 754,47	-	-	-	80 23 017,89			
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40	-	20 5 347,97	-	-	20 5 347,97	60 16 043,30			
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33	-	-	-	-	-	20 5 266,67			
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	40	10 695,93	40	10 370,73	40	9 882,93	40	9 801,63	440	113 936,75
Total Geral sem Iva		17 350,41	15 094,31	15 948,78	13 216,54	14 729,76		11 980,16		
IVA		3 990,59	3 471,69	3 668,22	3 040,26	3 387,84		2 755,44		33 298,53
Total de vendas com IVA		21 341,00	18 566,00	19 617,00	16 258,80	18 117,60		14 735,60		210 161,73
Valor total com Iva		21 341,00	18 566,00	19 617,00	16 258,80	18 117,60		14 735,60		210 161,73

Quadro G.13 - Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2025

2025	Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho						
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,11	-	-	-	-	-						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,44	-	-	-	-	-						
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almour+ friendship coach + Transporte	28,86	-	-	-	18 519,51	-						
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,61	-	-	-	-	18 460,98						
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,27	-	-	-	-	-						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,85	-	-	-	-	-						
Coasting Arrábida+ friendship coach	19,11	-	-	-	-	20 382,11						
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,63	-	-	-	18 2 063,41	-						
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,70	-	-	-	-	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	179,67	-	-	-	18 3 234,15	-						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,76	-	-	-	-	-						
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,09	-	-	-	-	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,02	-	-	-	-	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,76	-	-	-	18 2 209,76	-						
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,70	-	-	-	-	-						
Arborismo/escalada/slide/trampoline St Estevão+transporte+friendship coach	31,30	-	-	-	-	-						
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,80	-	-	-	-	-						
Paintball+arborismo+tiro ao arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,87	-	-	-	-	18 753,66						
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+friendship coach	9,35	-	-	-	18 168,29	18 168,29						
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,60	-	-	-	20 252,03	20 252,03						
Arrabida hiking tour+ friendship coach	13,41	-	20 268,29	-	-	-						
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	118,70	-	18 2 136,59	-	-	-						
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,57	-	-	-	-	-						
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	18 1 917,07	-						
Complexo Mineiro de Pegoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach	106,50	-	-	-	-	-						
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-						
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	18 1 917,07	-	-	-	-						
Passoio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+transporte	122,76	-	18 2 209,76	-	18 2 209,76	-						
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,14	-	18 2 180,49	-	-	-						
Passaios barrocos Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,50	-	-	-	18 782,93	-						
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,41	-	18 1 807,32	-	-	0						
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,27	18 526,83	18 526,83	18 526,83	-	18 526,83						
Obidos: Paddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,19	18 885,37	-	-	-	18 885,37						
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,73	20 674,63	-	-	-	18 607,17						
wks comida vegetariana + friendship coach	23,16	20 463,25	-	20 463,25	-	-						
Escape room+refeição+friendship coach	42,68	20 853,66	-	20 853,66	20 853,66	20 853,66						
Total atividades outdoor + relations building	96	3 403,74	90	8 641,46	96	4 248,62	94	5 400,81	202	12 103,11	94	4 660,16

Quadro G.14 - Previsão custos atividades outdoor julho a dezembro 2025

2025	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral							
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,111	20	382,201	0	-	-	40	764,401						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,441	-	-	18	493,921	-	18	493,921						
Canoagem Rio Tejo: Constancia- castelo almour+ friendship coach + Transporte	28,861	-	18	519,511	-	18	519,511	54	1558,541					
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,611	-	-	-	-	-	18	460,361						
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,271	-	-	-	-	-	0	-						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,851	-	-	-	-	-	0	-						
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,111	-	-	-	-	-	20	382,111						
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,631	18	2.063,411	18	2.063,411	-	-	54	6.190,241					
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,701	-	-	-	-	-	0	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeição	179,671	-	-	-	-	-	18	3.234,151						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,761	-	-	-	-	-	0	-						
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,091	-	-	-	-	-	0	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,021	-	-	-	-	-	0	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,761	-	-	-	-	-	18	2.209,761						
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,701	-	-	-	-	-	0	-						
Arborismo/escalada/slide/trampoline St Estevão+transporte+friendship coach	31,301	-	-	-	-	-	0	-						
Arborismo+tiro ao arco Mafra+friendship coach+transporte	37,801	-	-	-	-	-	0	-						
Paintball+arborismo+tiro c/arco+escalada Mafra+friendship coach+transporte	41,871	-	-	18	753,661	18	753,661	54	2.260,381					
Passeios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ fri	9,351	-	-	18	168,291	-	-	54	504,881					
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,601	-	20	252,031	-	-	60	756,101						
Arrábida hiking tour+ friendship coach	13,411	-	-	-	-	-	20	268,291						
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+tho	118,701	18	2.136,591	-	-	18	2.136,591	54	6.409,761					
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,571	-	-	-	-	-	0	-						
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	18	1.917,071						
Complexo Mineiro de Regoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach+	106,501	18	1.917,071	-	-	-	18	1.917,071						
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	0	-						
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,501	-	-	-	-	-	18	1.917,071						
Passeio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+tr	122,761	-	-	-	18	2.209,761	-	72	8.839,021					
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,141	-	-	-	-	-	18	2.180,491						
Passeios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,501	-	-	-	-	-	18	782,331						
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,411	18	1.807,321	-	18	1.807,321	-	54	5.421,951					
Tmar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,271	-	-	-	-	18	526,831	18	526,831					
Obidos: Paddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,191	18	885,371	-	-	18	885,371	18	885,371					
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,731	-	-	-	-	20	674,631	-	58	1.956,441				
whs comida vegetariana + friendship coach	23,161	-	-	-	-	20	463,251	-	60	1.389,761				
Escape room+refeição+friendship coach	42,681	-	-	20	853,661	-	20	853,661	160	6.829,271				
Total atividades outdoor + relations building	110	9.191,961	56	2.834,961	92	4.096,851	92	6.001,711	96	3.403,741	56	2.265,851	1174	66.232,971

Quadro G.15 - Previsão custos escapadinhas e total janeiro a junho 2025

2025	Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Mai	Junho						
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,681	-	20	4.453,661	-	20	4.453,661	-	-			
Budapest: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,461	20	5.429,271	-	#	5.429,271	20	5.429,271	-			
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,071	-	-	#	4.941,461	-	-	-	-			
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,721	20	5.754,471	-	-	-	-	20	5.754,471			
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,401	-	-	-	-	-	-	20	5.347,971			
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,331	-	20	5.266,671	-	-	20	5.266,671	-			
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	40	11.183,741	40	9.720,331	#	10.370,731	40	9.882,931	40	10.695,931	40	11.102,441
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	70,001	4	280,001	4	280,001	4	280,001	4	280,001	4	280,001	
Total Geral sem Iva		14.867,481		18.641,791		14.893,351		15.563,741		23.079,041		16.042,601
IVA		3.419,521		4.287,611		3.426,851		3.579,661		5.308,181		3.689,801
Total de vendas com IVA		18.287,001		22.929,401		18.326,201		19.143,401		28.387,221		19.732,401
Valor total com iva		18.287,001		22.929,401		18.326,201		19.143,401		28.387,221		19.732,401

Quadro G.16 - Previsão custos escapadinhas e total julho a dezembro 2025

2025	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral							
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,681	20	4.453,661	-	-	20	4.453,661	100	22.268,291					
Budapest: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,461	20	5.429,271	-	-	20	5.429,271	140	38.004,881					
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,071	-	20	4.941,461	20	4.941,461	-	60	14.824,391					
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,721	-	-	-	20	5.754,471	-	60	17.263,411					
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,401	-	-	-	20	5.347,971	20	5.347,971	-	60	16.043,901			
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,331	-	-	-	-	20	5.266,671	-	60	15.800,001				
Total escapadinhas na Europa + friendship coach	40	9.882,931	40	10.370,731	40	9.395,121	40	11.102,441	40	10.614,631	40	9.882,931	480	124.204,881
Total Geral sem Iva		19.074,681		13.205,691		13.491,971		17.104,151		14.018,371		12.146,781		190.437,851
IVA		4.387,221		3.037,311		3.103,151		3.933,951		3.224,231		2.794,221		43.800,711
Total de vendas com IVA		23.462,111		16.243,001		16.595,121		21.038,111		17.242,601		14.943,001		234.238,551
Valor total com iva		23.462,111		16.243,001		16.595,121		21.038,111		17.242,601		14.943,001		234.238,551

PLANO DE NEGÓCIOS PLATAFORMA APOIO PSICOSSOCIAL A DIVORCIADOS

Quadro G.17 - Previsão custos atividades outdoor janeiro a junho 2026

2026		Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho						
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,11	-	-	-	-	20	382,20						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,44	-	-	-	-	18	493,92						
Canoagem Rio Tejo: Constançia- castelo almour+ friendship coach + Transporte	28,86	-	-	-	-	-	-						
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,61	-	-	-	-	-	0						
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,27	-	-	-	-	-	-						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,85	-	-	-	-	-	-						
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,11	-	-	-	-	20	382,11						
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,63	-	-	-	-	-	-						
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,70	-	-	-	-	-	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeic	179,67	-	-	-	-	-	-						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,76	-	-	-	18	2.209,76	-						
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,09	-	-	-	-	-	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,02	-	-	-	-	-	-						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,76	-	-	-	18	2.209,76	18	2.209,76					
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,70	-	-	-	-	-	-						
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,30	-	-	-	-	-	-						
Arborismo+tiro ao arco Malra+friendship coach+transporte	37,80	-	-	-	-	-	-						
Paintball+arborismo+tiro cl arco+escalada Malra+friendship coach+transporte	41,87	-	18	753,66	-	18	753,66						
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ h	9,35	20	186,39	20	186,39	18	168,29	20	186,39	20	186,39		
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,60	20	252,03	-	-	-	-	-	-	-	-		
Arrábida hiking tour+ friendship coach	13,41	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+h	118,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,57	-	-	-	18	1.990,24	-	-	-	-	-		
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Complexo Mineiro de Pegoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach	106,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-	-	-	-	18	1.917,07		
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+h	122,76	-	18	2.209,76	18	2.209,76	-	-	-	-	-		
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,14	-	18	2.180,49	18	2.180,49	-	-	-	-	-		
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,50	-	-	-	-	-	-	-	-	20	869,92		
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,41	-	-	-	18	1.807,32	0	-	-	-	-		
Tomar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,27	-	-	-	18	526,83	18	526,83	-	18	526,83		
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,19	20	983,74	-	18	885,37	-	-	-	-	-		
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,73	-	-	-	20	674,63	-	-	-	-	-		
whs comida vegetariana + friendship coach	23,16	20	463,25	20	463,25	-	-	-	-	-	-		
Escape room+refeição+friendship coach	42,68	20	853,66	20	853,66	-	-	-	-	20	853,66		
Total atividades outdoor + relations building		100	2.739,67	114	6.647,80	110	8.284,39	90	7.104,68	96	2.198,88	114	6.564,23

Quadro G.18 - Previsão custos atividades outdoor julho a dezembro 2026

2026		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total geral							
Canoagem Arrábida/ Sesimbra/ Lagoa Albufeira+friendship coach	19,11	-	-	20	382,20	-	-	40	764,40						
Canoagem Rio Zezere: Barca nova+ friendship coach + Transporte	27,44	-	-	-	20	548,80	-	38	1.042,72						
Canoagem Rio Tejo: Constançia- castelo almour+ friendship coach + Transporte	28,86	-	18	519,51	-	-	-	18	519,51						
Canoagem barragem Castelo Bode+ friendship coach + Transporte	25,61	18	460,98	-	-	-	-	18	460,98						
Canoagem Descida rio nabão+ friendship coach + Transporte	29,27	-	18	526,83	-	-	-	18	526,83						
Canoagem Alqueva+refeição+friendship coach+transporte+hotel: adulto	65,85	-	-	-	-	-	-	0	-						
Coastering Arrábida+ friendship coach	19,11	-	20	382,11	-	-	-	40	764,23						
Caminhada aquática Arouca+refeição+friendship coach +transporte+hotel	114,63	18	2.063,41	-	18	2.063,41	-	36	4.126,83						
Caminhada aquática Gerês+refeição+friendship coach +transporte+hotel	118,70	-	-	-	-	-	-	0	-						
River Trekking - gerês C/dormida casa pastor+transporte+ friendship coach +refeic	179,67	18	3.234,15	-	18	3.234,15	-	36	6.468,29						
Caminhada aquática Góis/Motágua/Rio vides+refeição+friendship coach +transporte	122,76	-	20	2.455,28	-	-	-	38	4.665,04						
Canyoning Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	143,09	-	-	-	-	-	-	0	-						
Rafting Arouca+refeição+friendship coach+transporte+ hotel	139,02	-	-	18	2.502,44	18	2.502,44	36	5.004,88						
Cano-Rafting Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	122,76	-	-	-	-	-	-	36	4.419,51						
Canyoning Descoberta Arouca+refeição+friends building+transporte+ hotel	118,70	-	-	-	-	-	-	0	-						
arborismo/escalada/slide/trampolim St Estevão+transporte+friendship coach	31,30	-	-	-	-	-	-	0	-						
Arborismo+tiro ao arco Malra+friendship coach+transporte	37,80	-	-	-	-	-	-	0	-						
Paintball+arborismo+tiro cl arco+escalada Malra+friendship coach+transporte	41,87	18	753,66	-	18	753,66	-	72	3.014,63						
Passaios Pedrestres Arrábida/Sintra/cascais/Alenquer +Foto Reportagem Digital+ fri	9,35	-	-	20	186,39	18	168,29	136	1.271,54						
Sintra hiking tour+ friendship coach	12,60	20	252,03	-	-	-	20	252,03	60	756,10					
Arrábida hiking tour+ friendship coach	13,41	-	-	-	-	-	20	268,29	20	268,29					
Passadiços do Paiva + Ponte 516 Arouca+refeição+friendship coach+transporte+h	118,70	-	-	-	18	2.136,59	18	2.136,59	36	4.273,17					
Passadiços do Paiva+refeição+friendship coach+transporte+hotel	110,57	-	-	-	-	-	-	18	1.990,24						
Arouca: Serra da Freita+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-	-	0	-						
Complexo Mineiro de Pegoufe e Aldeia Mágica de Drave+refeição+friendship coach	106,50	-	-	-	-	-	-	0	-						
Centro Histórico da Vila de Arouca+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-	-	0	-						
Aldeias de Xisto da Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	106,50	-	-	-	-	-	-	18	1.917,07						
Passaio Pedestre pelas Quedas de Água das Paredes+refeição+friendship coach+h	122,76	-	-	-	-	-	-	36	4.419,51						
Jogos Romanos Serra da Lousã+refeição+friendship coach+transporte+hotel	121,14	-	-	-	-	-	-	36	4.360,98						
Passaios barco Sesimbra/ Arrábida+refeição+friendship coach	43,50	-	-	-	-	-	-	20	869,92						
Douro: cruzeiro das 6 pontes: +refeição+transporte+friendship coach	100,41	-	-	-	18	1.807,32	18	1.807,32	54	5.421,95					
Tomar: Paintball 200 bolas+transporte+friendship coach	29,27	18	526,83	-	-	-	18	526,83	108	3.160,98					
Obidos: Peddy Paper Medieval+transporte+refeição+friendship coach	49,19	-	-	-	-	18	885,37	-	56	2.754,47					
whs ceviche, poke e tartaros+ friendship coach	33,73	-	-	-	-	20	674,63	20	674,63	60	2.023,90				
whs comida vegetariana + friendship coach	23,16	-	-	-	-	-	20	463,25	60	1.389,76					
Escape room+refeição+friendship coach	42,68	-	-	-	-	20	853,66	20	853,66	100	4.268,29				
Total atividades outdoor + relations building		110	7.291,06	76	3.883,74	112	9.122,85	92	7.163,43	112	6.884,39	118	3.038,70	1244	70.924,03

Quadro G.19 - Previsão custos escapadinhas, workshops e total janeiro a junho 2026

2026		Janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maió	Junho
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68	-	-	# 4 453,66	-	-	-
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46	-	-	# 5 423,27	20 5 423,27	-	-
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07	-	20 4 941,46	-	20 4 941,46	20 4 941,46	-
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72	20 5 754,47	20 5 754,47	-	-	20 5 754,47	-
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40	20 5 347,97	-	-	-	-	20 5 347,97
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33	-	-	-	-	-	20 5 266,67
Total escapadinhas na Europs + friendship coach		40 11 102,44	40 10 695,93	# 9 882,93	40 10 370,73	40 10 695,93	40 10 614,63
Workshops bem estar e desenvolvimento pessoal	70,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00	4 280,00
Total Geral sem Iva		14 122,11	17 623,74	18 447,32	17 755,61	13 174,82	17 458,86
IVA		3 248,09	4 053,46	4 242,88	4 083,79	3 030,21	4 015,54
Total de vendas com IVA		17 370,20	21 677,20	22 690,20	21 839,40	16 205,03	21 474,40
Valor total com iva		17 370,20	21 677,20	22 690,20	21 839,40	16 205,03	21 474,40

Quadro G.20 - Previsão custos escapadinhas, workshops e total julho a dezembro 2026

2026		Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	total geral
Paris: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	222,68	-	-	-	20 4 453,66	-	-	40 8 907,32
Budapeste: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	271,46	-	-	-	20 5 423,27	-	20 5 423,27	80 21 717,07
Veneza: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	247,07	-	-	20 4 941,46	0	20 4 941,46	20 4 941,46	120 29 648,78
Roma: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	287,72	-	20 5 754,47	20 5 754,47	-	20 5 754,47	-	120 34 526,83
Barcelona: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	267,40	20 5 347,97	20 5 347,97	-	-	-	-	80 21 391,87
Londres: voo+hotel+refeição+guia+friendship coach	263,33	20 5 266,67	-	-	-	-	-	40 10 533,33
Total escapadinhas na Europs + friendship coach		40 10 614,63	40 11 102,44	40 10 695,93	40 9 882,93	40 10 695,93	40 10 370,73	480 126 725,20
Total Geral sem Iva		17 905,69	14 966,16	19 818,79	17 046,36	17 580,33	13 409,43	197 649,23
IVA		4 118,31	3 446,82	4 558,32	3 920,66	4 043,47	3 084,17	45 459,32
Total de vendas com IVA		22 024,00	18 433,00	24 377,11	20 967,02	21 623,80	16 493,60	243 108,56
Valor total com iva		22 024,00	18 433,00	24 377,11	20 967,02	21 623,80	16 493,60	243 108,56

Anexo H - Gastos com publicidade

Quadro H.1 – Gastos com publicidade 2022 - 2026

Custos com publicidade 2022	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	Total			
Campanhas google ads	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	3 150,00 €			
Campanha facebook e Insta	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	2 250,00 €			
Total	600,00 €	5 400,00 €											
Custos com publicidade 2023	janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Campanhas google ads	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	4 200,00 €
Campanha facebook e Insta	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	3 000,00 €
Total	600,00 €	600,00 €	600,00 €	7 200,00 €									
Custos com publicidade 2024	janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Campanhas google ads	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	4 200,00 €
Campanha facebook e Insta	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	3 000,00 €
Total	600,00 €	600,00 €	600,00 €	7 200,00 €									
Custos com publicidade 2025	janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Campanhas google ads	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	4 200,00 €
Campanha facebook e Insta	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	3 000,00 €
Total	600,00 €	600,00 €	600,00 €	7 200,00 €									
Custos com publicidade 2026	janeiro	Feveiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
Campanhas google ads	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	350,00 €	4 200,00 €
Campanha facebook e Insta	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	3 000,00 €
Total	600,00 €	600,00 €	600,00 €	7 200,00 €									

Anexo I - Gastos com o pessoal

Quadro I.1 – Gastos com o pessoal de 2022 a 2026

Função	Diretor	Psicólogo	Psicólogo	Gestor cliente	2022/2023
Tipo contrato	Contrato	Estágio	Contrato	Contrato	Total
Salário bruto mensal	2 000,00 €	930,72 €	1 100,00 €	850,00 €	4 880,72 €
Subsidio alimentação mensal	167,86 €	167,86 €	167,86 €	167,86 €	671,44 €
Total salário ilíquido + subs	2 167,86 €	1 098,58 €	1 267,86 €	1 017,86 €	5 552,16 €
Salário ilíquido anual	28 000,00 €	13 030,08 €	15 400,00 €	11 900,00 €	68 330,08 €
Subsidio alimentação global	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	8 057,28 €
Segurança social Empregador	6 650,00 €	3 094,70 €	3 657,50 €	2 826,25 €	16 228,45 €
Seguro de acidentes de trabalho	240,00 €	112,00 €	132,00 €	102,00 €	586,00 €
Formação	- €	- €	- €	- €	- €
Total custos com pessoal	36 904,32 €	18 251,10 €	21 203,82 €	16 842,57 €	93 201,81 €
2024					
Tipo contrato	contrato	estágio	contrato	estágio	Total
Salário bruto mensal	3 000,00 €	930,72 €	1 200,00 €	900,00 €	6 030,72 €
Subsidio alimentação mensal	167,86 €	167,86 €	167,86 €	167,86 €	671,44 €
Total salário ilíquido + subs	3 167,86 €	1 098,58 €	1 367,86 €	1 067,86 €	6 702,16 €
Salário ilíquido anual	42 000,00 €	13 030,08 €	16 800,00 €	12 600,00 €	84 430,08 €
Subsidio alimentação global	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	8 057,28 €
Segurança social Empregador	9 975,00 €	3 094,64 €	3 990,00 €	2 992,50 €	20 052,14 €
Seguro de acidentes de trabalho	360,00 €	112,00 €	132,00 €	102,00 €	706,00 €
Formação	3 000,00 €	- €	1 200,00 €	300,00 €	4 500,00 €
Total custos com pessoal	57 349,32 €	18 251,04 €	24 136,32 €	18 008,82 €	117 745,50 €
2025					
Tipo contrato	contrato	estágio	contrato	estágio	Total
Salário bruto mensal	5 000,00 €	980,00 €	1 300,00 €	950,00 €	8 230,00 €
Subsidio alimentação mensal	167,86 €	167,86 €	167,86 €	167,86 €	671,44 €
Total salário ilíquido + subs	5 167,86 €	1 147,86 €	1 467,86 €	1 117,86 €	8 901,44 €
Salário ilíquido anual	70 000,00 €	13 720,00 €	18 200,00 €	13 300,00 €	115 220,00 €
Subsidio alimentação global	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	8 057,28 €
Segurança social Empregador	16 625,00 €	3 258,50 €	4 322,50 €	3 158,75 €	27 364,75 €
Seguro de acidentes de trabalho	700,00 €	112,00 €	132,00 €	102,00 €	1 046,00 €
Formação	3 000,00 €	- €	1 200,00 €	300,00 €	4 500,00 €
Total custos com pessoal	92 339,32 €	19 104,82 €	25 868,82 €	18 875,07 €	156 188,03 €
2026					
Tipo contrato	contrato	estágio	contrato	estágio	Total
Salário bruto mensal	6 000,00 €	980,00 €	1 300,00 €	950,00 €	9 230,00 €
Subsidio alimentação mensal	167,86 €	167,86 €	167,86 €	167,86 €	671,44 €
Total salário ilíquido + subs	6 167,86 €	1 147,86 €	1 467,86 €	1 117,86 €	9 901,44 €
Salário ilíquido anual	84 000,00 €	13 720,00 €	18 200,00 €	13 300,00 €	129 220,00 €
Subsidio alimentação global	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	2 014,32 €	8 057,28 €
Segurança social Empregador	23 310,00 €	3 094,70 €	3 657,50 €	2 826,25 €	32 888,45 €
Seguro de acidentes de trabalho	240,00 €	112,00 €	132,00 €	102,00 €	586,00 €
Formação	3 000,00 €	- €	1 200,00 €	300,00 €	4 500,00 €
Total custos com pessoal	112 564,32 €	18 941,02 €	25 203,82 €	18 542,57 €	175 251,73 €

Anexo J - Simulação de empréstimo bancário



Crédito Avançar médio longo prazo

Data de Impressão: 22-02-2022 11:35

Número de Simulação: 22202068

Resumo	
Prestação	<u>Apoio tesouraria</u> 386,66 EUR mensal
Comissão de Gestão (anual) (Acréscio Imposto do Selo à Taxa em vigor)	329,28 EUR
Comissão de Processamento (mensal) (Acréscio Imposto do Selo à Taxa em vigor)	2,50 EUR

Dados da Simulação	
Montante	20.000,00 EUR
Produto	Crédito Avançar médio longo prazo
Montante Solicitado	<u>Apoio tesouraria</u> 20.000,00 EUR
Prazo	60 Meses
Taxa Nominal	6,000%
Taxa Anual Efetiva	8,108%

Comissões Iniciais	
Comissão Organização	0,00 EUR

Comissões Eventuais	
Comissão de Recuperação de Valores em Dívida	150,00 EUR (Acréscio Imposto do Selo à Taxa em vigor)
Penalização por amortização (total ou parcial) antecipada	2,5% (Mín. 125,00 EUR)

Custos Estimados	
Imposto do Selo	120,00 EUR

Notas Complementares	
Esta simulação é válida para a data, valores e condições indicadas, não constituindo garantia da concessão de crédito.	

Banco Comercial Português, S.A., Sociedade Aberta, com sede na Praça D. João I, 26, (Povoa), com o Capital Social 4.725.000,00 Euros, matriculado na C.R.C. do Porto, com o número de identificação fiscal 501 528 862.