



Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial

**Plano de Marketing - Business Expat Portugal**

Projeto Final de Licenciatura

Elaborado por: Andreia Filipa Mendonça Lopes da Silva

N.º de estudante: 20111495

Orientador: Prof. Doutor Georg Dutschke

Barcarena

27 de Junho de 2014



## Índice

Índice de Figuras .....	4
Índice de Tabelas .....	5
Introdução .....	6
Plano de Marketing - “Business Expat Portugal”.....	10
1. Sumário Executivo .....	11
2. Caracterização da Empresa e Definição do Âmbito do Negócio .....	12
3. Análise e Diagnóstico .....	14
3.1 Situação do Mercado .....	14
3.2 Situação do Consumidor .....	16
3.3 Situação do Produto .....	22
3.4 Situação da Concorrência .....	23
3.5 Macroambiente .....	27
3.6 Situação Interna .....	31
3.7 Análise SWOT .....	34
4. Objetivos .....	36
5. Estratégia de Marketing .....	38
5.1 Clientes-Alvo .....	38
5.2 Posicionamento .....	40
5.3 Marketing Mix .....	40
6. Programas de Ação .....	46
7. Cronograma .....	48
8. Conta de Resultados .....	49
9. Controlo .....	50
Conclusão.....	51
Bibliografia .....	52
Anexos .....	54

## Índice de Figuras

Figura 1 - Há algum expatriado na Empresa?.....	17
Figura 2 - A empresa já teve algum empregado estrangeiro deslocado para Portugal para assumir cargos de supervisão, gestão ou apoio técnico?.....	17
Figura 3 - A empresa adquiriu serviços de uma empresa externa qualificada em consultoria a expatriados (empresa de relocation)?.....	18
Figura 4 - Quantas empresas de relocation contactou?.....	18
Figura 5 - Qual o grau de satisfação na aquisição do serviço prestado pela empresa de relocation contratada?.....	19
Figura 6 - Com que frequência utiliza esses serviços?.....	19
Figura 7 - Como classifica a sua relação com a empresa contratada?.....	20
Figura 8 - Voltaria a adquirir serviços dessa mesma empresa?.....	20
Figura 9 - Voltaria a adquirir os mesmos serviços noutra empresa do mesmo âmbito?.....	21
Figura 10 – Organograma da BEP.....	32
Figura 11 – Localização da BEP.....	33
Figura 12 – Análise SWOT.....	34
Figura 13 – Quota de Mercado.....	36
Figura 14 – Resultados líquidos das empresas concorrentes.....	36
Figura 15 – Rentabilidade.....	38
Figura 16 – Classificação das classes sociais.....	39

## Índice de Tabelas

Tabela 1 - Comparação De Alguns Itens – Cidades Seleccionadas – Em US Dólares...	7
Tabela 2 – Custo de vida em Portugal.....	15
Tabela 3 – Estimativa de ordenado e percentagem do preço de arrendamento em Portugal .....	27
Tabela 4 – Preços por mês por um apartamento ou vivenda com mobília.....	27
Tabela 5 – Meios.....	46
Tabela 6 – Ações.....	47
Tabela 7 – Timetable.....	48
Tabela 8 – Demonstração de Resultados.....	49

## **Introdução**

Com a globalização, cada vez mais as empresas nacionais e internacionais têm a necessidade de acolher trabalhadores de filiais de empresas estrangeiras ou de empresas associadas. As razões pelas quais as empresas deslocam empregados do estrangeiro são para preencher postos de trabalho para os quais não existe a competência em Portugal, transferindo o Know-how, preenchendo lugares de gestão assegurando o controlo e influenciando nas decisões.

Alguns estudos revelam que pagar a um expatriado custa 2,5 a 3 vezes mais do que o custo equivalente a contratar alguém do país de origem. O objetivo é proporcionar ao trabalhador uma qualidade de vida semelhante à que tem no seu país, assim sendo, se o país de destino o nível de vida for superior a empresa pagará mais, se acontecer o contrário a empresa deduzirá esses ganhos no ordenado.

A remuneração dos expatriados faz-se de 4 formas:

Salário-base que pode ser dividido entre o país de origem e o país destino, para não perder o direito à segurança social.

Bónus de expatriação pago em duas vezes, dois terços no início um terço no fim, corresponde a 10% ou 20% do salário; Bónus de instalação para que o expatriado compre os bens mais urgentes para a sua instalação, como, casa, móveis, etc.; Bónus de desempenho face às novas funções.

Subsídio de custo de vida (diferença do custo de vida no país de origem e no país de destino)

Na tabela 1 estão as cidades situadas no Top 10 do ranking. Os valores de comparação do custo de vida e arrendamento de habitação, são derivados de uma pesquisa realizada pela Mercer em março de 2013. Como medições-padrão foram utilizadas as taxas de câmbio de Março de 2013 e o pacote internacional de produtos e serviços da Mercer.

Subsídio de alojamento permite ao trabalhador arrendar uma habitação da mesma categoria da que dispõe no país de origem. Os governos e as empresas multinacionais usam as tabelas de ranking para obter dados para garantir o poder de compra dos seus empregados, quando estes são transferidos para o estrangeiro. O arrendamento de

habitações com base nos custos a partir deste ranking é utilizado para avaliar subsídios de alojamento de expatriados.

**Tabela 1 - Comparação De Alguns Items – Cidades Seleccionadas – Em US Dólares**

Fonte - Mercer

	LUANDA	MOSCOW	TOKYO	N'DJAMENA	SINGAPORE	HONGKONG	GENEVA	ZURICH	BERN	SYDNEY
<b>Rent of a luxury two bedroom unfurnished apartment (per month)</b>	6500.00	4600.00	4513.34	NA	3794.94	7091.69	4349.74	3914.77	2686.51	2551.42
<b>Rent of a luxury three bedroom unfurnished House (per month)</b>	15000.00	8000.00	7199.86	2244.62	7266.91	13538.68	7068.33	5980.89	NA	5163.64
<b>Cinema, international release, 1 seat</b>	10.42	11.60	19.34	NA	9.28	11.60	18.48	20.66	18.95	19.62
<b>Pair of Blue jeans</b>	204.41	169.13	135.40	NA	129.11	115.92	141.26	141.26	138.00	113.55
<b>1 issue of international daily newspaper</b>	5.42	9.95	5.37	6.94	3.63	3.87	4.35	4.35	4.35	6.20
<b>1 cup of coffee, including service</b>	3.88	8.29	6.98	3.06	4.84	5.67	6.52	5.98	4.68	5.16
<b>Fast food hamburger meal</b>	20.06*	6.47	7.31	25.51*	5.61	3.54	12.51	12.51	12.51	9.2
<b>One liter of gasoline, unleaded 95 octane</b>	0.63	1.04	1.74	0.98	1.76	2.23	2.02	2.02	2.02	1.51

Milk, pasteurized whole milk, above 2.5% fat (1lt / 33.8 oz)	3.18	7.59	3.05	2.75	2.62	3.12	1.74	1.74	1.74	2.67
1 liter of soda	2.14	1.77	1.92	1.63	1.13	1.02	1.60	1.60	1.60	2.15

\*Em Luanda e Ndjamena nesta categoria, foi substituído o Hambúrguer Fast Food por uma sandes de bar e refrigerante na ausência estabelecimentos de fast food como forma de comparação.

Subsídio de educação para os filhos em idade escolar, 100% das despesas de educação com limite e 75% dessas despesas sem limite.

Subsídio de riscos cambiais para precaver o trabalhador de diferenças de cambio desfavoráveis e tem o valor de 5% do salário.

Subsídio de penosidade ou perigosidade para países de forte instabilidade.

Para os expatriados também existem alguns benefícios, os fringe-benefit adicional, como por exemplo: alojamento, viagens, férias, seguros, transporte de mobília, cursos de línguas, etc.

Será importante conhecer bem as leis laborais do país destino, bem como as obrigações à segurança social. O aconselhável será apelar a uma empresa especializada que assessore as medidas fiscais obrigatórias no país destino e ajude no cálculo do salário líquido mais justo a pagar ao expatriado.

No entanto, também é de frisar as cidades com um custo de vida inferior. Um estudo realizado pela revista The Economist fez uma pesquisa para saber qual a cidade mais barata para se viver, tendo em conta o preço do quilograma do pão e o preço médio da gasolina:

1º Karachi – Paquistão

2º Mumbai – Índia



3º Nova Deli – Índia

4º Kathmandu – Nepal

5º Argel – Argélia

6º Bucareste – Romênia

7º Colombo – Sri Lanka

8º Cidade do Panamá – Panamá

9º Jidá – Arábia Saudita

10º Teerã – Irão

11º Dacca – Bangladesh

12º Mascate – Omã

13º Manila – Filipinas

14º Tunes – Tunísia

15º Quito – Equador

## **PLANO DE MARKETING – BUSINESS EXPAT PORTUGAL**

## **1. Sumário Executivo**

A BEP está em fase de constituição, os serviços encontram-se desenvolvidos e o Marketing irá dar a conhecer a marca e os serviços, bem como, a prospeção de clientes. A BEP oferece dois serviços para expatriados, dirigidos ao sector diplomático e empresarial privado.

## **2.Caracterização da empresa e definição do âmbito do negócio**

A “Business Expat Portugal” é uma empresa que pretende ganhar vida num futuro próximo. É a fruto de uma fusão de interesses sobre Etiqueta Empresarial e Intercultural. É um projeto com foco no acompanhamento do expatriado desde a sua chegada a Portugal até à sua partida.

Tem como foco principal a formação intercultural mediante workshops e coaching, assim como a integração de toda a família em Portugal.

Tem, também, em vista a formação intercultural nas empresas multinacionais com filiais em Portugal.

Como âmbito de negócio enfatiza-se a Consultoria Internacional a Expatriados.

A Business Expat Portugal realizará consultoria a Expatriados. Para além disso, em parceria com embaixadas e empresas nacionais e multinacionais irá desenvolver o ExpatCare, um serviço que oferece um acompanhamento ao expatriado desde a sua chegada ao aeroporto de Lisboa até à sua partida, e que se encarrega pela procura de casa, escola para os filhos, aluguer de carro, city tours e muito mais, para que o seu conforto e segurança sejam perfeitos. A BEP irá também desenvolver o ExpatLearn com workshops de língua portuguesa, cultura empresarial e cultura geral portuguesa.

Existe cerca de 9 empresas com o intuito semelhante à BEP, três delas internacionais e as restantes nacionais. Todas elas com os mesmos serviços, a BEP irá diferenciar os seus serviços mediante a elaboração de Packs, o que esperamos que confira uma excelente oportunidade de desenvolvimento.

Depois da enorme resseção que Portugal atravessou, das insolvências, das deslocações de fábricas e empresas para países com mão-de-obra mais barata, o país começa a florescer novamente, o investimento começa a surgir.

A BEP quer inovar no bem-estar de quem vem de fora para trabalhar. O objetivo é alcançar uma boa penetração no mercado.

A BEP terá um escritório (espaço físico) situado em Lisboa (Ajuda) e um site onde estará disponível a venda dos serviços ExpatCare e ExpatLearn. Irá criar um Customer Service por forma a transformar consumidores/compradores em clientes.

Ao fim de um ano a BEP ambiciona criar parcerias com empresas no estrangeiro e aplicar/proporcionar os seus serviços lá fora.

### **3. Análise e diagnóstico**

#### **3.1 Situação do Mercado**

Nos finais do mês Maio de 2014, encontravam-se inscritos 636 410 desempregados, nos Centros de Emprego do Continente e Regiões Autónomas, número que representa 70,8% de um total de 899 245 pedidos de emprego.

O número de desempregados em Portugal diminuiu (-9,5%; -66 795), em comparação com o mês homólogo do ano anterior.

Tendo em conta a conjuntura atual da economia portuguesa, muitas empresas ficaram reduzidas a 3, 4 colaboradores controlados por suportes digitais, como conference meetings via skype, ficando o mercado reduzido. No entanto empresas multinacionais encarregam maior parte das vezes altos cargos das suas sedes para implementarem o seu Know-how em Portugal.

A mudança para um novo país, mesmo que por tempo limitado, é uma tarefa complicada no que diz respeito a um novo orçamento.

Na tabela 2 estão indicadas despesas mensais estimadas (dependendo do modo de vida que se pretende), mas dá uma ideia do custo de vida em Lisboa. Fora da cidade os preços podem ser inferiores.

Há que ter em consideração que o rendimento médio dos portugueses é mais baixo do que a média europeia e que o custo de vida em Lisboa é elevado. Ter um carro também é bastante dispendioso devido ao IVA e IA.

**Tabela 2 – Custo de vida em Portugal**

Fonte - Nau

Consumos (Custo aprox. mensal ; com IVA ; apartamento com um agregado de 4 pessoas – sem jardim)	
Eletricidade	150 €
Água	60 €
Gás – sem aquecimento central	80 €
Com aquecimento central	250 €
Telefone / Internet / TV	80 €
Salário mínimo	485 €
Serviço doméstico	600 €
Combustíveis (litro gasóleo / gasolina sem chumbo)	1.45 - 1.60 €
Serviços de limpeza	7 - 9 €/ H
Baby-sitter	7 - 9 €/ H
Café (expresso)	0,70 €
Leite (1 l)	0,70 €
Bilhete de Cinema	6,70 €
Bilhete de Metro	1,40 €
<u>Taxi (viagem média)</u>	0,54 €/ Km

### **3.2 Situação do Consumidor**

Foi realizado um estudo de mercado com o objetivo de obter informações sobre a relação mantida entre as empresas multinacionais e embaixadas com as empresas de relocation, o grau de satisfação, a periodicidade, a frequência e o interesse de conhecer uma nova empresa.

Foi usado o site da SurveyMonkey, uma plataforma integrada. É o principal fornecedor mundial de soluções de questionário para obter as perceções necessárias para tomar decisões bem fundamentadas. É a ferramenta de questionário online, fácil enviar questionários gratuitamente.

Teve-se em conta o mercado-alvo e as suas características, foi elaborado um questionário com questões bem organizadas de forma lógica, evitando as irrelevantes, insensíveis, intrusas, desinteressantes, com estruturas confusas e complexas ou questões muito longas.

#### **Limitações do estudo**

O estudo realizado apresentou limitações importantes quanto ao número de resposta.

O estudo da amostra é relativamente grande, 609.090 empresas nacionais e internacionais em atividade em 2014 e 84 embaixadas na Cidade de Lisboa. Foram enviados 85 questionários para 85 empresas multinacionais e apenas se obteve 13 respostas.

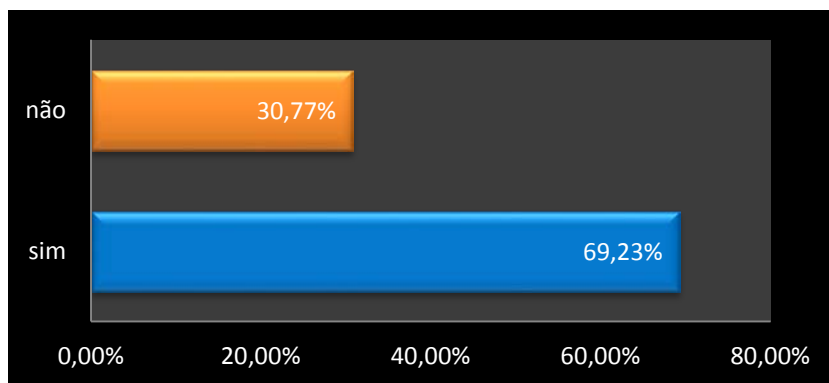
Quanto ao método utilizado, existem alguns limites no SurveyMonkey, especificamente nas áreas de design de questionário e de comentários de participantes, para além de ser pago, quando se quer realizar um maior número de questões e outras funcionalidades importantes e interessantes.



## Análise dos resultados obtidos nos questionários aplicados às empresas

### 1 - Há algum expatriado na Empresa?

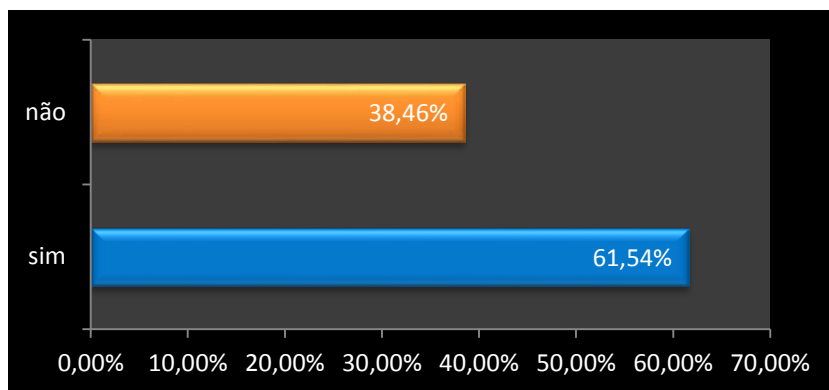
Figura 1 - Há algum expatriado na Empresa?



Pelo resultado do gráfico da figura 1 cerca de 69% das empresas em Portugal têm um colaborador estrangeiro a ocupar um cargo.

### 2 - A empresa já teve algum empregado estrangeiro deslocado para Portugal para assumir cargos de supervisão, gestão ou apoio técnico?

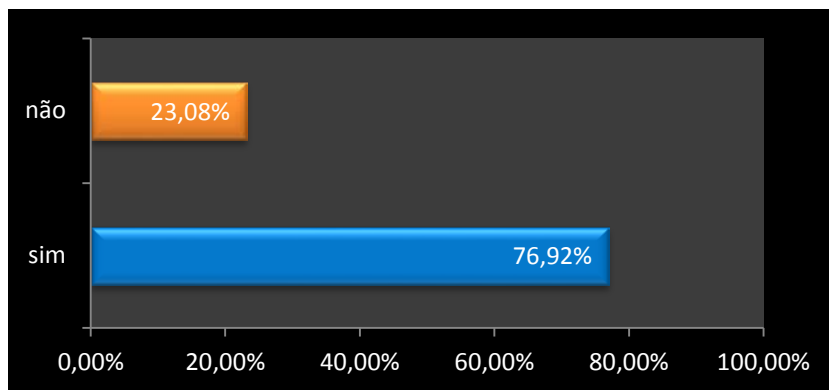
Figura 2 - A empresa já teve algum empregado estrangeiro deslocado para Portugal para assumir cargos de supervisão, gestão ou apoio técnico?



Segundo o gráfico da figura 2, 61,5% das empresas em Portugal já teve um empregado deslocado do estrangeiro para assumir cargos de supervisão, gestão ou apoio técnico.

3 - A empresa adquiriu serviços de uma empresa externa qualificada em consultoria a expatriados (empresa de relocation)?

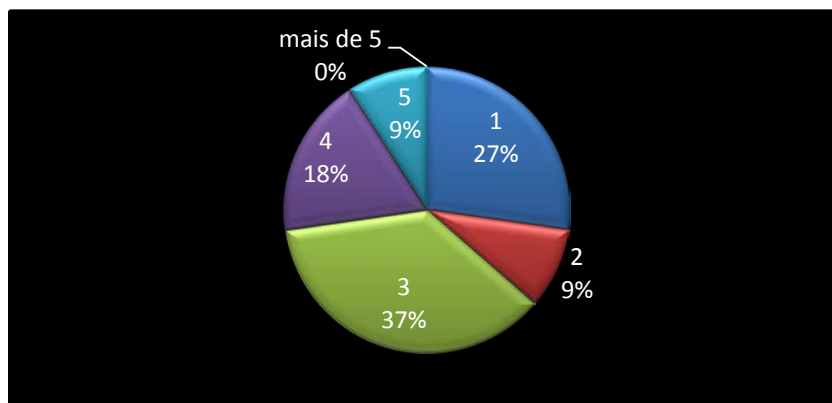
Figura 3 - A empresa adquiriu serviços de uma empresa externa qualificada em consultoria a expatriados (empresa de relocation)?



No que se refere à empresa ter adquirido serviços de uma empresa de relocação, aproximadamente 77% das empresas adquiriu esse serviço e cerca de 23% não adquiriu o serviço.

4 - Quantas empresas de relocation contactou?

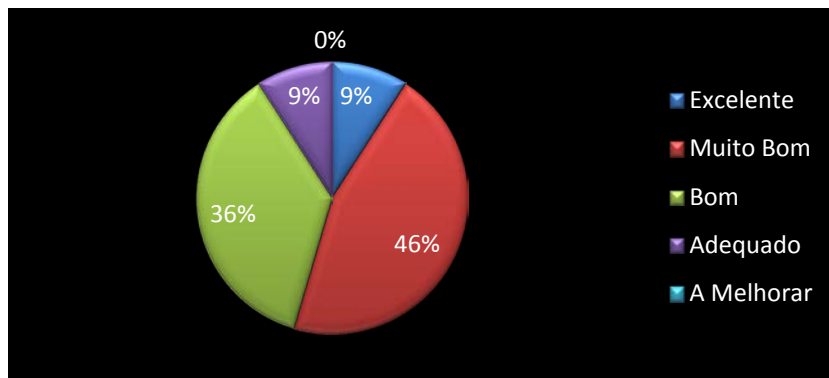
Figura 4 - Quantas empresas de relocation contactou?



No que se refere às empresas contactadas para a prestação do serviço de relocação, 37% contactou 3 empresas de relocação diferentes, 27% apenas 1, 18% contactou 4 empresas de relocação e 9% contactaram 2 e outros 9% contactou 5 empresas de relocação. Nenhuma empresa multinacional contactou mais de 5 empresas de relocação.

5 - Qual o grau de satisfação na aquisição do serviço prestado pela empresa de relocation contratada?

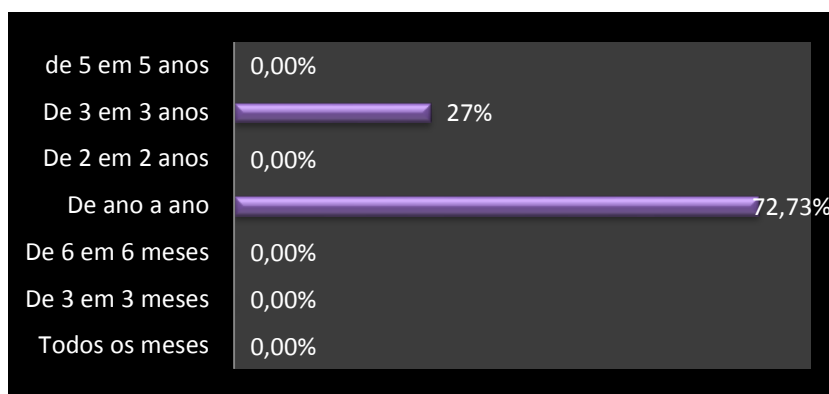
Figura 5 - Qual o grau de satisfação na aquisição do serviço prestado pela empresa de relocation contratada?



No que diz respeito à satisfação, 46% das empresas multinacionais consideram o serviço prestado pela empresa de relocação contratada, muito bom, 36% considera o serviço bom, 9% excelente e 9% adequado. Nenhuma empresa multinacional experienciou uma má prestação.

6 - Com que frequência utiliza esses serviços?

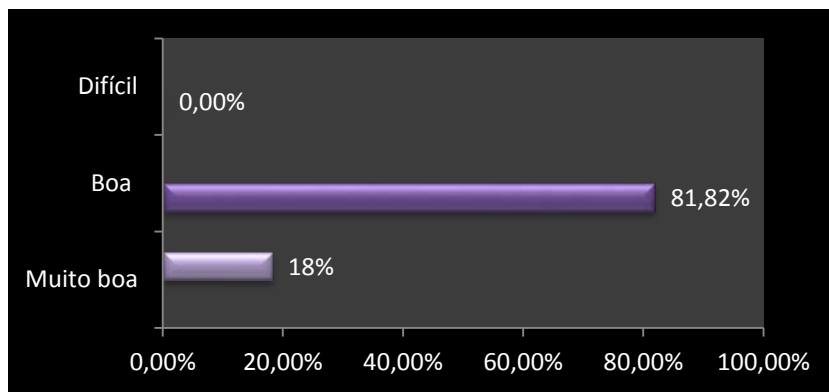
Figura 6 - Com que frequência utiliza esses serviços?



Relativamente à periodicidade da contratação do serviço, cerca de 73% das empresas multinacionais contrata uma empresa de relocação de ano a ano e 27% das empresas multinacionais de 3 em 3 anos.

### 7 - Como classifica a sua relação com a empresa contratada?

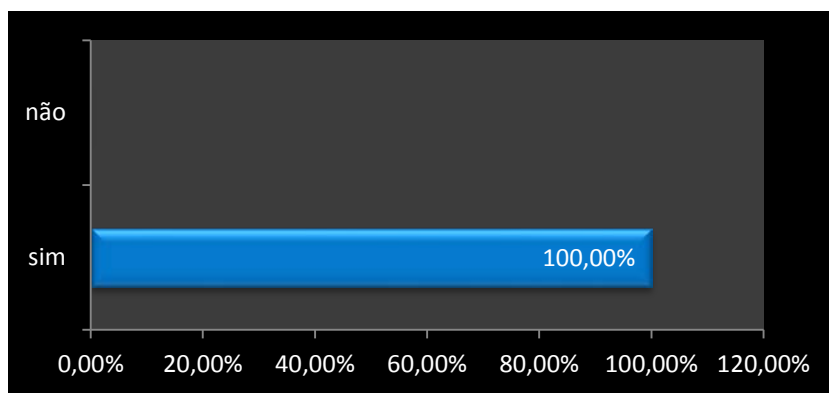
Figura 7 - Como classifica a sua relação com a empresa contratada?



As relações interpessoais entre as empresas multinacionais e as empresas de relocação são geralmente boas, no entanto 18% dessas relações aparentam ser muito boas.

### 8 - Voltaria a adquirir serviços dessa mesma empresa?

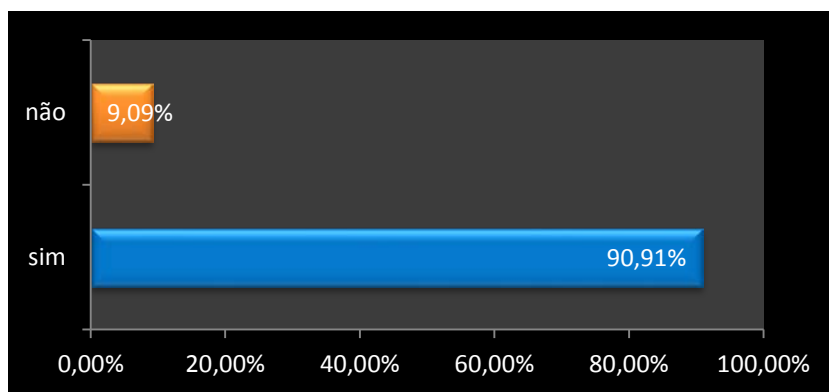
Figura 8 - Voltaria a adquirir serviços dessa mesma empresa?



Com base nas 13 respostas obtidas pelos questionários enviados, todas as empresas multinacionais voltariam a adquirir serviços da empresa de relocação contratada.

### 9 - Voltaria a adquirir os mesmos serviços noutra empresa do mesmo âmbito?

Figura 9 - Voltaria a adquirir os mesmos serviços noutra empresa do mesmo âmbito?



No que se refere à contratação de uma nova empresa de relocação, 91% das empresas inquiridas mostra-se disponível para conhecer uma nova empresa do mesmo âmbito, no entanto, cerca de 9% não estaria disposta a conhecer a concorrência.

### Principais conclusões do estudo

Conclui-se que, ainda não temos portugueses suficientes com competências para ocupar certos cargos superiores nos quadros das empresas multinacionais. Existe uma procura significativa de empresas de relocation por modo a libertar as empresas de todas as tarefas pós laborais do expatriado, no entanto, é do conhecimento geral que algumas empresas continuam a encarregar alguém interno para o acompanhamento do cidadão estrangeiro, na tentativa de poupar monetariamente o ativo da empresa. A pesquisa para a contratação de uma empresa de relocação não é exaustiva por parte das empresas multinacionais o que remete a uma tomada de consciência da futura BEP para ações de Marketing Direto. Ainda muito pode ser feito com o intuito de melhorar o grau de satisfação dos clientes de uma empresa de relocação, mesmo assim, a abertura para o conhecimento de uma nova empresa de relocação no mercado português é sem duvida muito positiva. O trabalho de uma nova empresa é exigente, note-se que as contratações deste tipo de serviço são de certa forma muito espaçadas no tempo.

### 3.3 Situação do Produto

A Business Expat Portugal oferece um leque de serviços, mas na tentativa de inovar e se diferenciar perante a concorrência, criou dois packs com preços definidos, por forma a simplificar a escolha e a indecisão por parte do cliente. No entanto, a criação dos dois packs serve também para facilitar a negociação de preços aliciando o cliente com descontos aplicados ao valor final pelo nulo interesse em algum serviço dos packs apresentados.

Os dois packs são o ExpatCare e o Expatlearn.

O ExpatCare engloba os seguintes serviços:

- Acompanhamento do aeroporto até casa destino;
- Escolha de casas mediante as escolhas e pedidos do cliente;
- Negociação do contrato e cláusulas;
- Contratos de serviços (Eletricidade, Água, Telefone, Gás e Internet);
- Visita de orientação pela vizinhança;
- Legalização de viaturas/importação, aluguer ou compra;
- Transporte de Bens Próprios/ Mudanças do país de origem ao País destino;
- Documentação laboral, de residência e registo na junta de freguesia;
- Alteração da carta de condução;
- Abertura de conta bancária;
- Número de contribuinte;
- Escolha colégio internacional para os filhos do expatriado;
- Contratação pessoal limpeza doméstico e/ou baby-sitter;
- Partida;
- Seguros de saúde e carro;
- Pet services.

O Expatlearn é constituído pelos serviços abaixo descritos:

- Traduções;
- Aulas de língua portuguesa;
- Workshops interculturais;

- Lisbon Tours;
- Organização de férias em Portugal.

### **3.4 Situação da Concorrência**

Existem em Portugal cerca de 8 empresas com intuito semelhante à BEP, 5 delas nacionais e 3 internacionais.

#### **Concorrentes Nacionais**

##### New Way Relocation

A New Way Relocation opera em Lisboa, Luanda, Maputo, Rio de Janeiro, Nova Iorque, Shanghai. A empresa tem mais de 10 anos a realizar a integração de expatriados e agiliza a mobilidade global.

Tem como serviços:

- Casas temporárias
- Transportes
- Aulas de língua portuguesa
- cursos interculturais
- viaturas – legalização
- departure
- expat integration
- sight seeing tours
- escolas internacionais
- documentos legais
- Imigração

Tendo como principais clientes:

- Angelini, Allianz, Astrazeneca, Credibom, Henkel, Ikea, Galp energia, Microsoft, Maersk, Nestlé, Siemens, Sonae Sierra, Sonae Distribuição, etc.

Contato: Av. João II Lote 1. 16.05 6ºE

1990-083 Lisboa

A equipa é constituída por, um Diretor geral e quatro Gestores de clientes.

### Global International Relocation

A Global International Relocation é uma organização internacional com uma rede de agentes presentes em mais de 186 países no Mundo. Dedicar-se a oferecer serviços nas áreas das Mudanças Internacionais, Transportes Internacionais, Serviços de Relocation, Armazenagem, embalagens especializadas e outros serviços específicos relacionados com as mudanças internacionais.

Todos os colaboradores selecionados passam pelo Centro de Formação Profissional da Global International.

A sede principal está localizada no Edifício GLOBAL, Estrada Principal, 8 Campo Raso – Lourel 2710-138 Sintra (Lisbon – Portugal)

### Hospedeiras de Portugal

A sua missão é oferecer todas as condições a quem se vê obrigado a mudar de cidade ou país.

Todos os seus programas são baseados no envolvimento pessoal, desde o momento da transferência do expatriado, até à sua completa integração à nova casa. Os serviços são:

- Escolha de um conjunto de casas à medida do cliente
- Visita das casas com conselheiro multilingue
- Negociação do contrato e cláusulas
- Contratos de serviços (Eletricidade, Água, Telefone, Gás e Internet)
- Visita de orientação pela vizinhança
- Mudanças desde o país de origem até nova casa
- Documentação laboral, de residência e registo na junta de freguesia
- Alteração da carta de condução
- Abertura de conta bancária
- Número de contribuinte



- Escolha colégio para filhos
- Contratação pessoal limpeza doméstico e/ou baby sitter
- Briefing cultural e lista de atividade na região
- Oferta de um guia sobre Portugal

A sede localiza-se em Lisboa, na Rua Artilharia Um, N° 79  
1250-038 Lisboa

#### Eres Relocation Services

A ERES em Portugal é consolidada com a presença da equipa internacional NAU, antiga LRO (Lisbon Relocation Office), durante 25 anos, dirigida por Carmo Hatton, com experiência e conhecimento em Serviços de Imigração e Relocation. Situada na Rua de Santa Mónica, 51 2750-115 Cascais.

A NAU é uma empresa internacional desde a fusão coma Eres Relocation Portugal.

#### Moving on – Professional Mobility

A Missão da Moving-On é apresentar soluções de mobilidade profissional, opera em portugal desde 2003. Tem como serviços de relocation e imigração:

- Orientação
- Procura de casa
- Coordenação de mudança
- Estabelecer-se
- Apoio na educação e do cônjuge
- Gestão de arrendamento
- À partida
- Autorizações de trabalho e vistos de residencia
- Vistos consulares
- O cumprimento de regras de segurança social

- Legalização de veículos
- Traduções
- Nacionalidade

A Moving On é a única empresa com e-shop disponível no site e com cedência de preços.

### **Concorrentes internacionais:**

#### Interdean:

Empresa internacional com escritório em Sintra, no Centro Empresarial I, Armazém Q, Estrada de Albarraque – Linhó, 2710-297 Sintra

#### Expats Portugal:

Empresa inglesa que apoia pessoas que falam inglês e que querem viver em Portugal.

Empresa sem qualquer vínculo a empresas nacionais ou internacionais.

Empresa direcionada para a venda de imóveis, situada na Lousã.

#### Easy Expat

A easyexpat.com é editada por Easy Expat Lda., uma empresa registada. Com escritório registado nas Seychelles e representada por: Chaplin, Bénédicte & Co., situada em Londres. A sua missão é fornecer aos expatriados informações e respostas sobre as grandes cidades com mais expatriados. É gerida por peritos de expatriação, expatriados profissionais e por todos os utilizadores do fórum.

### 3.5 Macro Ambiente

#### 3.5.1 Fatores económicos

Segundo a empresa Kick-off Portugal, a relação da renda e o budget por mês para viver em Lisboa é:

Tabela 3 – Estimativa de ordenado e percentagem do preço de arrendamento em Portugal

Fonte – Kick-off Portugal

	<b>Budget</b>	<b>Rent</b>
Single person	2300 EUR	35%
Couple	3050 EUR	30%
Couple and 2 children	3800 EUR	30%

Tabela 4 – Preços por mês por um apartamento ou vivenda com mobília

Fonte – Kick-off Portugal

Studio (they are rare and expensive in Lisbon)	Starting at 400 EUR
T1 (2 rooms)	Between 500 and 650 EUR
T2 (3 rooms)	Between 600 and 850 EUR
T3 (4 rooms)	Between 850 and 1250 EUR
Small house	Starting at 1250 EUR
Offices	Between 15.00 and 18.00 EUR m <sup>2</sup>

Surpreendentemente os preços de arrendamento em Lisboa são semelhantes aos preços de arrendamento em Paris, ou seja, caros. Se a escolha for nos arredores então o preço diminui.

### HouseHunting:

Existem três maneiras diferentes de arrendar uma casa em Lisboa: por um agente imobiliário, procurar nos jornais ou usar uma empresa de relocação como a BEP

### Utilidades:

As contas da água, luz, gás, internet, TV e internet são normalmente registado em nome do senhorio. Os preços são equivalentes aos da Europa.

### Automóveis:

O registo de carros importados são processos muito complexos e a BEP está disponível para ajudar. Os carros adquiridos em Portugal estão sujeitos a impostos, mas é uma solução melhor que a importação.

### Educação para os filhos dos expatriados:

Na grande Lisboa existe uma enorme oferta de escolas internacionais. As que têm mais notoriedade são, a American School of Lisbon, St. Dominic's International School, St. Julian's School, Instituto Espanhol de Lisboa, Lycée Charles Lepierre, Deutsche Schule Lissabon, Svenska Skolan Lissabon, etc.

### 3.5.2 Fatores politico-legais

Regime para a prestação de atividade em Portugal:

a) Regime de contratação de trabalhadores expatriados:

O contrato de trabalho do trabalhador expatriado tem que estar escrito e deve seguir os seguintes passos:

- (i) Identificação, assinaturas e domicílio ou sede das partes;
- (ii) Referência ao visto de trabalho ou ao título de autorização de residência ou permanência do trabalhador em território português;
- (iii) Atividade do empregador;
- (iv) Atividade contratada e retribuição do trabalhador;
- (v) Local e período normal de trabalho;

- (vi) Valor, periodicidade e forma de pagamento da retribuição;
- (vii) Data de celebração do contrato e data de início da prestação de atividade.

O contrato deve ter em anexo a identificação da(s) pessoa(s) beneficiária(s) de pensão em caso de morte resultante de acidente de trabalho ou de doença profissional.

Deve ser também comunicado ao ACT (Autoridade para as condições do trabalho).

b) O trabalhador estrangeiro em Portugal tem as seguintes regalias:

- i) Segurança no emprego;
- ii) Duração máxima do tempo de trabalho;
- iii) Períodos mínimos de descanso;
- iv) Férias retribuídas;
- v) Retribuição mínima e pagamento de trabalho suplementar;
- vi) Cedência de trabalhadores por parte de empresas de trabalho temporário;
- vii) Cedência ocasional de trabalhadores;
- viii) Segurança e saúde no trabalho;
- ix) Proteção da parentalidade;
- x) Proteção do trabalho de menores;
- xi) Igualdade de tratamento e não discriminação.

c) Leis aplicáveis à Entrada e Permanência de Trabalhadores Estrangeiros

- Visto de residência para trabalhar em Portugal
- Visto de estadia temporária aquando a transferência de expatriados

### 3.5.3 Fatores Socioculturais

Os portugueses estão relacionados com os espanhóis, qualquer português percebe espanhol, no entanto os estrangeiros não devem presumir que saber espanhol é

suficiente para comunicar. Muitos portugueses sentem-se insultados com o facto de os estrangeiros tentarem falar com eles em espanhol.

A hierarquia é muito importante no âmbito dos negócios e o patrão gere a empresa em seu próprio benefício. As mulheres estão habituadas a suportar o machismo e não se espantem dos portugueses esperarem pela presença de um expatriado masculino.

Portugal tem um país com um parlamento multipartidário democrático. O parlamento é conhecido pela Assembleia da Republica. Os deputados têm mandatos de 4 anos e o Presidente é o Chefe de Estado.

Muitas pessoas escreveram sobre Portugal e mencionaram características como, saudade, siso e loucura.

A pontualidade não é a prioridade 30 minutos de atraso é considerado normal, mas é esperado que os estrangeiros cheguem a tempo.

Almoços de negócios são comuns e é típico o consumo de vinho. Um aperto de mão forte é o cumprimento mais comum, no entanto as senhoras cumprimentam-se com dois beijinhos nas bochechas, para chamar o empregado de mesa num restaurante basta levantar a mão. Não é apropriado oferecer presentes na primeira reunião, os presentes não devem ser muito extravagante nem muito barato. É essencial vestir roupa formal em encontros de negócios, nas senhoras roupa de cor encarnada não é bem vista.

#### 3.5.4 Fatores tecnológicos

As sociedades desenvolvem-se devido à sua capacidade de invenção e aperfeiçoamento tecnológico.

No séc. XIX iniciou-se uma era em que as tecnologias contribuíram para focar as sociedades ocidentais à volta da ideia de trabalho e produção.

A inovação tecnológica repõe-nos para a Globalização, de profundo interesse para BEP no foco do investimento e migração, assim como à Internacionalização no que respeita às trocas culturais entre as nações que é uma mais-valia para a empresa.

Existem desvantagens que quase superam as vantagens, no que respeita a tecnologia e que pode ser irreversível. A desvantagem mais perturbadora para as empresas é a

criação de desemprego estrutural devido ao trabalho das máquinas substituir o colaborador.

As tecnologias de informação e comunicação levam-nos a produzir, comunicar e agir de um modo totalmente novo.

Passando a Revolução Tecnológica centrada nas TIC, abordamos seguidamente a Revolução Telemática ou Revolução Informacional no seio das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTIC), possibilitando o surgimento da “sociedade da informação”, que acede a conteúdos por meio de digitalização e da comunicação em redes.

Estas novas tecnologias permitem uma maior facilidade e rapidez de acesso à internet e uma melhor coordenação de colaboradores dispersos geograficamente. A evolução e desenvolvimento das TIC/NTIC muito ajudam ao crescimento da BEP.

### **3.6 Situação Interna**

A BEP quer utilizar o conhecimento das relações interpessoais, inovar serviços agrupados em packs e dinamizar a plataforma tecnológica. Criando em Portugal uma empresa de qualidade superior, com a dinâmica das melhores empresas europeias.

#### Missão:

Liderar o mercado português graças à simplicidade como os serviços são apresentados. Tudo com o objetivo de oferecer um serviço altamente competente com uma qualidade acima das expectativas para satisfazer totalmente as necessidades dos nossos clientes.

Oferecer aos colaboradores da BEP todas as ferramentas para que estejam sempre bem treinados e motivados para realizarem as suas tarefas.

Envolver os nossos fornecedores no nosso trabalho, formando uma equipa sólida e competente.

Valores:

*Qualidade* – Queremos prestar serviços excelentes desejando chegar ao topo das empresas especialistas na área do negócio, prometendo uma melhoria da qualidade continua.

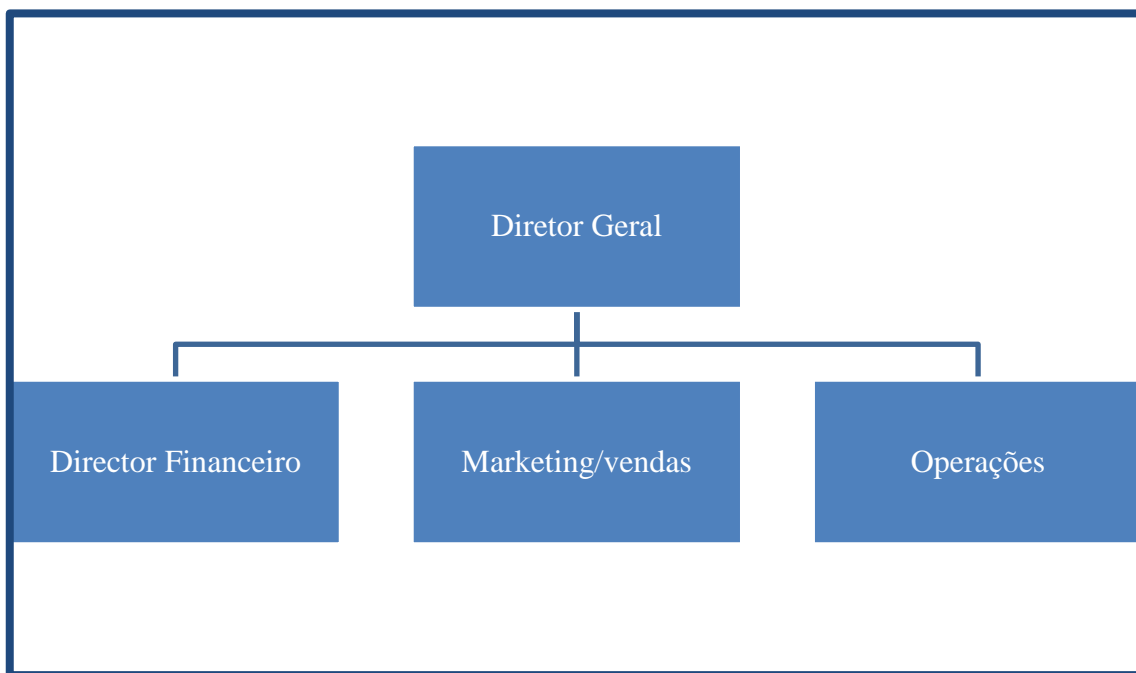
*Liderança* – Como objetivo primordial ambicionamos a liderança no mercado português, com as nossas equipas e prestação dos nossos serviços delineados ao pormenor, para atingir os nossos pressupostos.

*Pessoas* – Valorizamos ao máximo a nossa equipa, formação e motivação. As pessoas da empresa são a força do nosso sucesso.

*Clientes* – Compreender o cliente é satisfazê-lo a 100%, as suas necessidades serão a missão do nosso dia-a-dia.

Organograma da BEP:

Figura 10 – Organograma da BEP





A figura 10 representa a estrutura formal da BEP com cinco funcionários residentes. O Diretor Geral terá a seu cargo toda a organização da empresa, assim como a gestão dos recursos humanos, o recrutamento dos colaboradores do departamento financeiro, marketing e vendas e a subcontratação das empresas para a realização das operações.

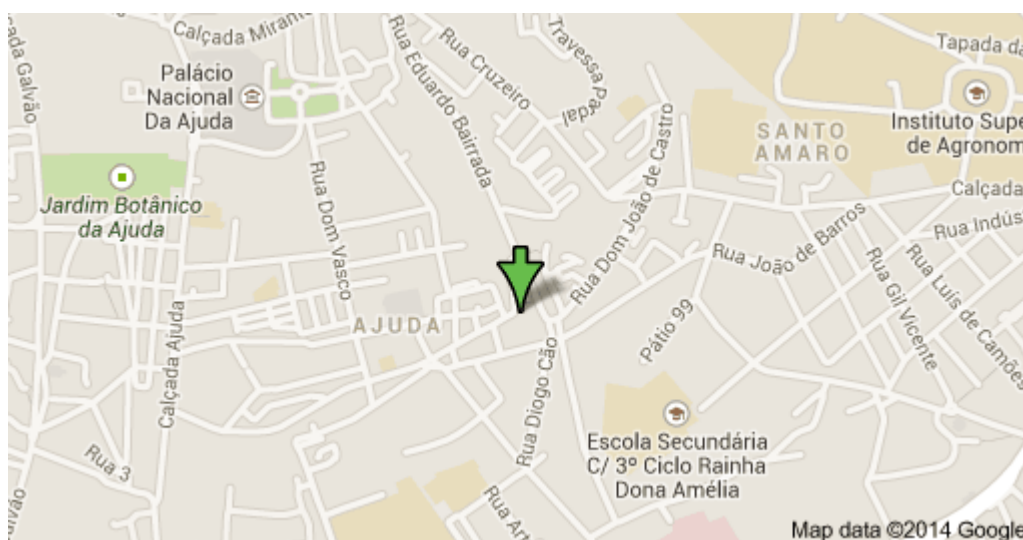
Prevê-se a contratação de 3 colaboradores. No Departamento Financeiro, o Diretor financeiro será responsável pela gestão económica, finanças e aspetos legais, daí ser importante que tenha a competência de Oficial de Contas. No Marketing e vendas, o objetivo é contratar um licenciado em Marketing com experiência comercial e um licenciado em Marketing com experiência em Marketing Digital. A subcontratação na área das operações irá exigir tradutores, professores de línguas, empresas de mudanças e um Advogado.

Será também importante frisar que se irá proceder a protocolos com escolas internacionais, agências imobiliárias e seguradoras.

A futura sede da Business Expat Portugal, Travessa do Mirador nº 33, na Ajuda em Lisboa.

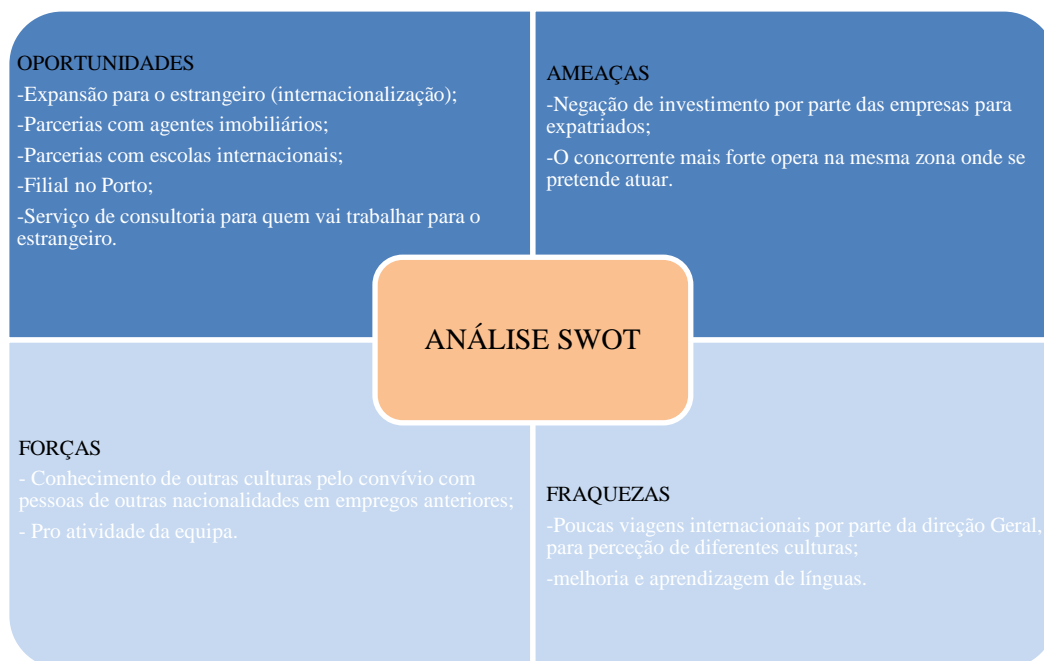
**Figura 11 – Localização da BEP**

Fonte – Google Maps



### 3.7 Análise SWOT

Figura 12 – Análise SWOT



#### Pontos fortes:

- Conhecimento de outras culturas pelo convívio com pessoas de outras nacionalidades em empregos anteriores;

Um cargo numa empresa hoteleira deu a oportunidade de interação com pessoas estrangeiras, com culturas de todo o mundo, também com portugueses emigrantes com opiniões interessantes sobre a cultura estrangeira.

- Pro atividade da equipa;

A importância de uma equipa motivada com paixão pelo que se faz, com vontade de saber mais e ir mais além.

#### Pontos fracos:

- Poucas viagens internacionais por parte da Direção Geral, para perceção de diferentes culturas;

O facto de nunca ter ido além do continente Europeu pode ser um ponto negativo para a qualidade do serviço superar as expectativas dos expatriados que acolhemos.

- Melhoria e aprendizagem de línguas;

Quanto mais poliglota melhor. O objetivo é que toda a equipa tenha acesso a cursos intensivos de várias línguas estrangeiras. Preferência pelo Inglês, Francês, Espanhol e Alemão.

#### Oportunidades:

- Expansão para o estrangeiro (internacionalização);

Com a relação criada com os expatriados que acolhemos, iremos adquirir um conhecimento da sua cultura, do seu comportamento, do seu modo de vida. Com essa aprendizagem vamos desenvolver competências que nos iram conduzir ao crescimento da oferta de serviços, dimensão e expansão da nossa empresa para países estrangeiros dentro e fora do território europeu.

- Parcerias com agentes imobiliários;

As parcerias com agentes imobiliários visam o bem-estar financeiro da empresa, trabalhando com percentagens justas aquando da angariação de clientes e negociação de preços de arrendamento também eles justos.

- Parcerias com escolas internacionais;

Este tipo de parcerias servem para dar notoriedade à empresa e não se aplica nenhum tipo de negócio.

- Filial no Porto;

Todas as empresas concorrentes em Portugal operam na zona da Grande Lisboa. Uma filial noutra cidade do mesmo país liberta a concorrência e aumenta a probabilidade de negócio.

- Serviço de consultoria para quem vai trabalhar para o estrangeiro;

Com a inovação nos serviços pretende-se prestar consultoria também a quem vai de cá para lá!

#### Ameaças:

- Negação de investimento por parte das empresas para expatriados;

Existe sempre a possibilidade das empresas disponibilizarem alguém dos seus quadros, como secretárias ou Recursos Humanos para realizar o serviço que a BEP oferece. Podem também não querer adquirir o serviço completo. Os

expatriados permanecem no país de destino, um, três no máximo cinco anos e Portugal não é um paraíso de negócios, o que pode fracassar o projeto.

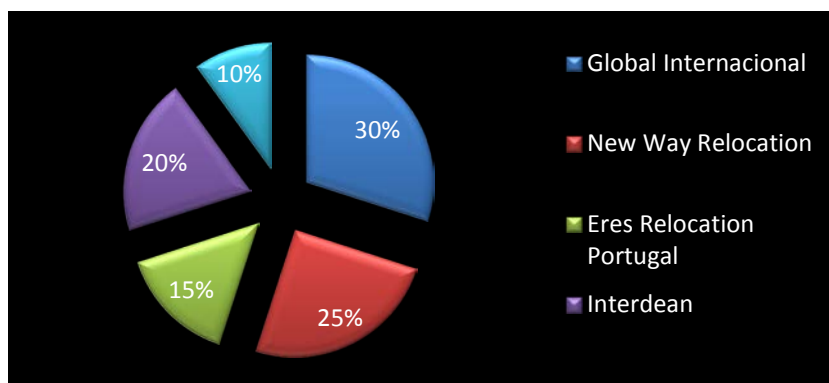
- Os concorrentes mais forte operam na mesma zona onde se pretende atuar;  
As empresas da concorrência operam todas na zona da Grande Lisboa o que não facilita o negócio.

#### 4. Objetivos

##### Quota de mercado

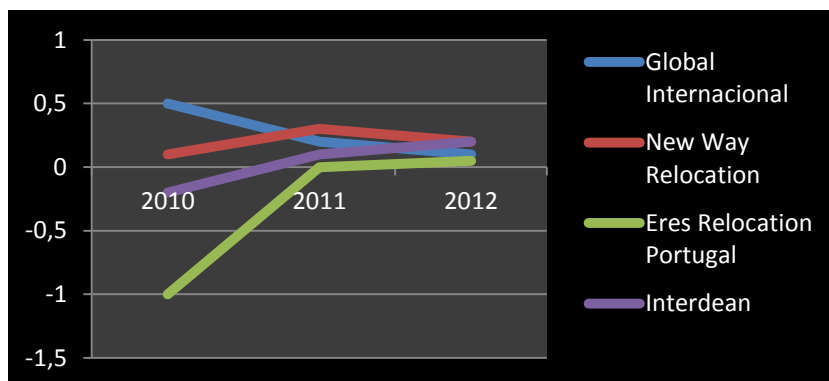
O objetivo da BEP é deter uma porção/parte de mercado superior às suas concorrentes, o que exige um volume total de vendas superior à concorrência. Analisando o volume total de vendas em 2012 no mercado em que pretendemos atuar, tem-se:

Figura 13 – Quota de Mercado



No que se refere aos resultados líquidos das mesmas empresas em estudo, temos:

Figura 14 – Resultados líquidos das empresas concorrentes



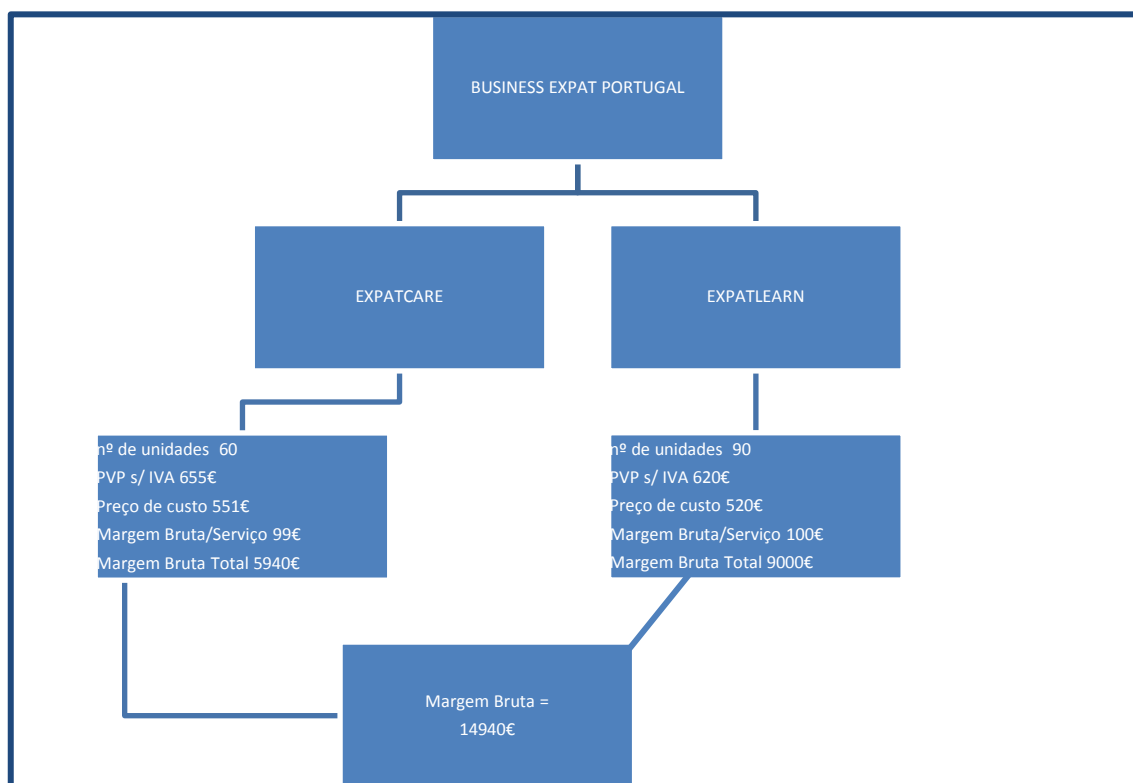
A BEP irá reunir todos os esforços para se lançar no mercado português e deter sozinha uma cota de mercado de 10%, sendo esta a porção do mercado das empresas que detêm uma percentagem menos significativa, com o objetivo de passado um ano investir na negociação de associação à Eres Relocation Portugal que apresenta um aumento de resultados líquidos, mas uma pequena cota de mercado, até porque a Eres Relocation Portugal tem certificações como a TIRA - The International Relocation Associates, com um valor anual de 1500 USD e a EURA – European Relocation Associates, com um valor de 600 a 850€. O investimento será de 6500€ o valor da participação do sócio detentor de 45% da empresa, obtendo assim 25% da Quota de Mercado.

Será registada a marca em INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), registo online e tem uma duração de 10 anos.

O investimento inicial será de 5000€(capital social) como valor de participação, forma jurídica será sociedade por unipessoal por quotas, o CAE (classificação de atividades económica) 70100 Atividades das Sedes Sociais. Inscrição e abertura da empresa no site Portal da Empresa terá um valor de 380€ (pacto social livre – elaborado pelos interessados) mais o imposto selo de 0,4% do capital social.

## Rentabilidade esperada

Figura 15 – Rentabilidade



A BEP tem como objetivo a venda de 25 serviços Expaticare e 30 serviços Expatlearn durante o primeiro ano após a constituição da empresa.

Espera-se ao fim de um ano que o negócio tenha rendido 14940€

## 5. Estratégias de Marketing

### 5.1 Cliente-Alvo

Temos o expatriado como nosso consumidor, pois será ele a utilizar os nossos serviços. Mas, o nosso verdadeiro cliente serão as empresas multinacionais com as quais teremos o objetivo de criar um vínculo forte e consistente.

A escolha do candidato passa pela idade do candidato. Este deverá ter menos de 30anos, quando a situação profissional e familiar é facilmente alterável, ou mais de 50 anos, quando a vida pessoal é mais estável e os filhos já atingiram a idade adulta. No entanto, a percentagem da escolha de um candidato numa faixa etária entre os 30 e os 50 anos é bastante elevada.

Não serão candidatos, aqueles cujas competências profissionais não sejam elevadas, evitando assim os erros; aquele cujo a motivação principal seja a remuneração, porque não estarão motivados a solucionar os problemas não previstos; aqueles que não dominam a língua do país em questão, sendo o Inglês importante mas não suficiente; aqueles que nunca viveram fora do país ou que viajaram pouco pelo mundo, correndo o risco de não se adaptarem a novas culturas; aqueles que estão numa fase pessoal ou familiar difícil atrapalhando a estabilidade emocional. Será sempre o melhor candidato um ex-expatriado.

No que diz respeito à caracterização da classe social, o expatriado pertence à classe A de acordo com a figura 16.

Figura 16 – Classificação das classes sociais

Classe A	Chefes de empresa Profissões liberais Quadros superiores e assimilados
Classe B	Quadros médios Comerciantes Artesãos e assimilados
Classe C	Operários Empregados e assimilados
Classe D	Economicamente fracos activos (pedreiros, trabalhadores agrícolas) Economicamente fracos inactivos (desempregados, pequenos reformados)

O aperfeiçoamento da língua, o conhecimento dos costumes, dos hábitos de conduta social e negócios são essenciais e um ponto fulcral. Será nesta área que a Business Expat Portugal irá focalizar o seu negócio.

## 5.2 Posicionamento

**Público-alvo:** Empresas multinacionais que utilizam a prestação de expatriados e Corpo Diplomático.

**Ponto de Referência:** Que têm pouco conhecimento da cultura portuguesa e pouco tempo para apoiar o expatriado no seu dia-a-dia fora do ambiente laboral.

**Ponto de Diferença:** Dá suporte através de dois packs, o Expatcare direcionado para toda a logística de importação de bens, burocracias, transporte e acomodação de toda a família e o Expatlearn que é um serviço de ensino da cultura, idioma, etiqueta e turismo em Portugal.

**Suporte Racional:** Porque acompanhamos o expatriado e a família desde a empresa mãe até Portugal, com assistência contínua desde a chegada até à partida, disponíveis 24h/dia enquanto a sua estadia em Portugal e com toda a segurança garantida.

### **Suporte Emocional:**

For working and fun away from home, we carry you and your family on our hands.

“With Business Expat Portugal you’ll be Successful in life”

## 5.3 Marketing Mix

### **Produto: Serviço:**

Dois packs distintos, o Expatcare direcionado para o acompanhamento do expatriado desde a entrada em Portugal até à sua partida para o país destino, com uma panóplia de serviços (acompanhamento do aeroporto até casa destino, escolha de casas mediante as escolhas e pedidos do cliente, negociação do contrato e cláusulas, contratos de serviços (Eletricidade, Água, Telefone, Gás e Internet), visita de orientação pela vizinhança, legalização de viaturas/importação, aluguer ou compra, transporte de Bens Próprios/ Mudanças do país de origem ao País destino, documentação laboral, de residência e



registo na junta de freguesia, alteração da carta de condução, abertura de conta bancária, número de contribuinte, escolha colégio internacional para os filhos do expatriado, contratação pessoal limpeza doméstico e/ou baby-sitter, partida , seguros de saúde e carro, pet services).

O Expatlearn direcionado para a integração do expatriado na cultura portuguesa, com um conjunto interativo de serviços (traduções, aulas de língua portuguesa, workshops interculturais, Lisbon Tours, organização de férias em Portugal).

### Preço:

#### **O dinheiro do consumidor**

O seu preço ideal, pode ser caro para o consumidor. Ter-se-á como objetivo a análise à reação dos clientes. Se existirem muitas dúvidas na decisão de compra é porque o cliente acha que o nosso serviço não vale o que se está a pedir pelo mesmo.. Nesse caso, é preciso fazer ajustes, melhorando o atendimento ou a qualidade.

No entanto se as empresas da concorrência estiverem a cobrar menos, das duas uma: ou estamos a errar em algum detalhe ou a concorrência está a ter mais prejuízo que a BEP. O preço da BEP tem que ser competitivo e se necessário será realizada uma reavaliação de custos e despesas para cortar gastos. Com os posterior contato com os clientes iremos descobrir se a concorrência tem uma qualidade superior, com clientes mistério se têm facilidade de negociação para praticarem preços mais baixos, com o contacto com imobiliárias, se pagam uma renda alta, etc.

Definição do preço do serviço Expatcare:

O processo da definição do preço terá como base o preço do Km em que o custo de deslocação é 0,40€sujeito à redução de 10% de acordo com o Decreto-Lei nº 137/2010, de 28 de Dezembro, sendo o custo final da deslocação de 0,36€

Outro processo utilizado será a internet e telefone fixo e móvel, utilizando um operador como a Vodafone empresas, a BEP terá uma Mensalidade de aproximadamente 150€/mês.

- Acompanhamento do aeroporto até casa destino;

Dar-se-á uma margem de 60Kms desde o Aeroporto até à casa destino, contando também com o percurso desde a empresa até ao Aeroporto e o regresso à empresa.

Preço Km 21,60€

- Escolha de casas mediante as escolhas e pedidos do cliente,

Contacto telefónico para as empresas imobiliárias e um plafom de 100km para visitas.

Preço 36€

- Negociação do contrato e cláusulas, contratos de serviços (Eletricidade, Água, Telefone, Gás e Internet),

Plafom de 100km para deslocação aos SMAS, EDP, Vodafone, Digal.

Preço 36€

- Visita de orientação pela vizinhança

Plafom para um raio de 10 Km.

Preço 3,6€

- Legalização de viaturas/importação, aluguer ou compra

Contacto telefónico e deslocamento à Loja do Cidadão nas Laranjeiras, plafom de 50km.

Preço 18€

- Transporte de Bens Próprios/ Mudanças do país de origem ao País destino

Contacto telefónico.

- Documentação laboral, de residência e registo na junta de freguesia, alteração da carta de condução, abertura de conta bancária, número de contribuinte

Plafom de 50km para visita a loja do cidadão situada nas Laranjeiras.

Preço 18€

- Escolha colégio internacional para os filhos do expatriado

Contacto telefónico e plafom de 100km para visita às escolas.

Preço 36€

- Contratação pessoal limpeza doméstico e/ou baby-sitter

Contacto telefónico.

- Partida

Plafom de 60Kms.

Preço 21,60€

- Seguros de saúde e carro

Contacto telefónico.

- Pet services

Contacto telefónico.

O total em km perfaz um valor de 190,8€, a este valor será adicionado o valor por hora do trabalhador que acompanha todo o processo. O valor por hora será de 4,5€ e para todo este processo atribuiremos um plafom de 80h, ou seja, duas semanas de dedicação ao Expatcare para um único expatriado. No entanto as 80h poderão não ser seguidas e o processo se prolongar por mais dias, por forma a libertar o colaborador a realizar outras tarefas.

O preço será de 80h x 4,5€=360€

Assim sendo, o valor total do Expatcare é de 551€

Quanto ao pack Expatlearn, os preços que custam os serviços à empresa são:

- Traduções

O preço de subcontratações por hora será de 15€ para a tradução de documentos para entrega nos bancos será cobrado um plafom de 16h.

Preço 240€

- Aulas de língua portuguesa

O preço será de 15€ por aula de 1h, iremos oferecer 2 aulas de 1h por semana durante 1 mês.

Preço 120€

- Workshops interculturais

O preço será de 10€ por aula de 1h, 2 aulas de 1h por semana durante 1 mês.

Preço 160€

- Lisbon Tours

Contactos telefónicos.

- Organização de férias em Portugal

Pesquisa na internet e contactos telefónicos.

O preço do Expatlearn será de 520€ O objetivo é que o expatriado renove o pack Expatlearn as vezes que desejar e ir aumentando o seu conhecimento cultural.

Ambos os packs apresentados têm preços negociáveis, conforme a não utilização de determinados serviços, no entanto, os serviços de pesquisa serão cobrados à hora com margem bruta adicionada.

#### Canais de distribuição:

São dois os pontos de distribuição da BEP, o escritório na Rua do Mirador 33, na Ajuda em Lisboa. O site onde se pode adquirir qualquer um dos packs de forma automática com a emissão de pagamento direto por multibanco.

#### Comunicação:

Todas as tarefas de comunicação que visão promover o consumo deste serviço são a publicidade através das revistas Courier Internacional, Diplomata e do jornal Diário Económico. Outro Meio de comunicação será por Marketing Digital através do Público online.

O Marketing Direto pelo envio de e-mails, Newsletter e contacto telefónico. A Força de Vendas com visitas periódicas às empresas multinacionais e embaixadas. A divulgação por meio da internet através do site, blog, facebook e Twitter. O envio de Press Releases como comunicação institucional.

Pessoas:

Como poderiam existir serviços sem pessoas? São as pessoas que direta ou indiretamente estão envolvidas na produção e consumo dos serviços oferecidos pela BEP. Achamos que um determinado serviço é bom ou mau consoante a experiência que vivemos durante o seu consumo.

Processos:

Na BEP iremos dar prioridade ao cumprimento de prazos e a um customer service de elevada qualidade.

O objetivo da empresa é dar uma resposta imediata no consumo em self-service quando os serviços são adquiridos via site.

Ambiente Físico:

Uma localização central, com espaços de excelência como o Jardim Botânico, um espaço verde sem rival e o centro da cidade com uma vasta oferta cultural.

## 6. Ações concretas e Meios necessários

Tabela 5 – Meios

Fonte – Liga-te à media

Meios	Suporte	Subsuporte	Formato	Preço	Inserções	Desconto	Liquido
Revistas	Courrier Internacional	Revista	1/2 Página ao Alto - Par	2690	1	75%	672,5€
Jornais	Diário Económico	Principal	Rodapé - Impar dc p/b	0	1	0	0€
Internet	Público	Mundo	Barra Topo	120	1	0	120€
Revistas	Diplomata	Mundo	Rodapé	2690		75%	672,5€
						<b>Total</b>	1465€

Tabela 6 - Ações

Ações	Meios	Custos
Marketing Direto	e-mails	0€
Força de Vendas	Visita dos colaboradores às empresas Multinacionais e Embaixadas	0€
Marketing Direto	Newsletter	0€
Relações Públicas	Press Release	0€
Internet	Blog	0€
Internet	Site	600€
Internet	Facebook	0€
Internet	Twitter	0€
	<b>Total</b>	600€

As tabelas 5 e 6 representam as ações e meios que serão utilizados para comunicar a BEP. Tudo foi desenvolvido para que seja o menos dispendioso possível para a empresa.

O Custo total nas ações de comunicação do Marketing Mix é de 2065€

## 7. Timetable

O Timetable apresentado na tabela 7, irá apresentar somente datas do primeiro trimestre após a implementação da empresa, porque no fim desse tempo a empresa será sujeita a um controlo de implementação e dependendo das conclusões tiradas desse estudo iremos implementar novas dinâmicas de comunicação externa.

Tabela 7 – Timetable

Ações	Janeiro 2015	Fevereiro 2015	Março 2015
Courrier Internacional	De 01/01 a 31/01		
Diário Económico Público	De 01/01 a 31/01	De 01/02 a 28/02	De 01/03 a 31/03
Diplomata	De 01/01 a 31/01		
e-mails	02/01	03/02	02/03
Força de Vendas	02/01 a 31/01	02/02 a 28/02	02/03 a 31/03
Newsletter	02/01	09/02	09/03
Press Release	15/01	16/02	16/03



## 8. Conta de Resultados

Tabela 8 – Demonstração de Resultados

Demonstração de Resultados	1ºano
Vendas	95100€
<u>Custos com Marketing</u>	
Site	600€
Publicidade Revistas	1354€
Marketing Digital	120€
<b>Total Custos Marketing</b>	2074€
Aluguer do espaço	1200€
Água, Eletricidade	480€
Telecomunicações e internet	1800€
Custos com pessoal	50400€
Logística	12300€
<b>Total de custos gerais</b>	66180€
<b>Custos totais</b>	68254€
<b>Margem operacional</b>	26846€

O espaço físico onde está sediada a empresa tem um custo mensal de 100€

A água e a eletricidade têm um custo de 40€/mês.

As telecomunicações e internet têm um custo mensal de 150€/mês.

O Diretor Geral e o Diretor Financeiro irão ter remunerações com valores de 1000€ 14 vezes ao ano e os dois Licenciados em Marketing vão receber 800€ 14 vezes ao ano.

A logística engloba a mensalidade de 3 carros a leasing no valor de 275€/mês e compra de 4 computadores no início do ano, no valor de 600€cada um.

O valor das vendas é o target pretendido através do empenho dos colaboradores da empresa. Se o target for atingido significa que a BEP terá um lucro de 26846€

## **9. Controlo da implementação**

Pretende-se que no primeiro trimestre após a constituição da empresa se realize um controlo dos resultados alcançados. Que se avalie a satisfação dos clientes com a realização de um questionário através de um canal direto, como o telefone.

Deve-se também avaliar o desempenho individual de cada colaborador e se este atingiu o target que lhe foi atribuído.

## **Conclusão**

Na pesquisa realizada para o custo de vida chegou-se à conclusão que para os países com um custo de vida elevado tem-se em consideração o preço de um Big Mac da marca multinacional Macdonald's, já para os países com o custo de vida mais baixo os indicadores são a gasolina e o pão. No entanto é necessário aprofundar as nossas pesquisas porque, um litro de gasolina no Dubai é mais barato do que um litro de água potável engarrafada e o Dubai é um país com um custo de vida elevado.

O regresso do expatriado ao seu país de origem não deve ser encarado de ânimo leve, até porque nenhuma empresa consegue prever automaticamente como será a situação da empresa daqui a 2,3 ou 5 anos. No entanto, o trabalhador deve regressar e ocupar um posto de trabalho na categoria que ocupava no país destino. Se a experiência foi positiva, o mesmo deve voltar a integrar a lista de expatriados para nova candidatura.

É importante aumentar o contacto com outras empresas, outras culturas, outros países e outras formas de trabalhar para evoluirmos no nosso trabalho, na nossa vida, aumentando as nossas competências e deixarmo-nos levar pela era do conhecimento.

Esta garantia de retorno em processos desta tipologia torna-se essencial no momento atual, tendo em conta que Portugal já é o terceiro país da UE com a mais elevada taxa de emigrados entre os licenciados (13%), em que a faixa etária compreendida entre os 20 e os 29 anos é aquela na qual se verifica o maior aumento ao nível do expatriamento.

Os locais de preferência de expatriação têm vindo a diversificar-se à medida que a economia mundial se expande. Neste sentido, destinos históricos como os Estados Unidos, China e Reino Unido demonstram reduções significativas, enquanto novos destinos ganham preferência, exemplo da Austrália, Turquia, Angola e Coreia do Sul. Relativamente aos profissionais portugueses, a prevalência é a Europa e África. Para o continente europeu, o principal destino continua a ser Espanha, embora países como França, Alemanha ou República Checa sejam hoje destinos regulares. Já o principal destino no continente africano continua a ser Angola, país em claro desenvolvimento, que oferece condições muito vantajosas para várias áreas de emprego.

## **Bibliografia**

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing. Prentice Hall Brasil, 2006, 12a edição. 776p. [ISBN 8576050013](#)

Westwood, Jonhn, Como Redigir um Plano de Marketing, Publicações Europa-América, 1999, edição nº 152808/7256, 135p.

Lendrevie, Jaques; Lindon, Denis; Dionísio, Pedro; Rodrigues, Vicente. Mercator: Teoria e Prática do Marketing. Publicações Dom Quixote, 6ª edição.

Ferreira, Bruno; Humberto, Marques; Caetano, Joaquim; Rasquilha, Luis; Rodrigues, Miguel. Fundamentos de Marketing. Edições Sílabo, 2ª edição.

Morrison, Terri; Conaway, Wayne. Kiss, Bow or Shake Hands. Business Avon, Massachusetts, second edition.

<http://www.newwayrelocation.pt/index.html> , última visita a 23/03/2014

<http://www.expatsportugal.com/> , última visita a 23/03/2014

<http://www.expatechange.com/business-services-portugal.html>, última visita a 23/03/2014

<http://www.iqpc.com/Event.aspx?id=306154> , última visita a 23/03/2014

<https://pt-pt.facebook.com/Personaexpt>, última visita a 23/03/2014

<http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=2343>, última visita em 21/04/2014

[http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/FerramentasdeApoio/Guiao/listagem\\_gui\\_gestao/GUI\\_plano\\_marketing.htm](http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/FerramentasdeApoio/Guiao/listagem_gui_gestao/GUI_plano_marketing.htm), última visita em 06/05/2014

<http://prospeccao-de-clientes.com/clientes-potenciais-prospeccao-de-clientes-448.html>, última visita 07/05/2014

<http://www.apiprojetos.com.br/dicas.php?id=10>, última visita em 07/05/2014

<http://www.promovecommerce.com.br/diferenca-entre-consumidor-e-cliente/>, última visita em 07/05/2014

<http://midiaboom.com.br/artigos-de-colaboradores/consumidores-nao-sao-clientes/>, última visita em 07/05/2014

<http://www.easyexpat.com/pt/network/portugal.htm>, última visita a 05/06/2014

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.mercer.pt/press-releases/Estudo\\_Custo\\_de\\_Vida\\_2013](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.mercer.pt/press-releases/Estudo_Custo_de_Vida_2013), última visita a 07/06/2014

<http://www.imercer.com/products/2014/cost-of-living.aspx>, última visita a 07/06/2014

<http://www.guiadasemana.com.br/turismo/noticia/15-cidades-com-o-custo-de-vida-mais-baixo-do-mundo>, última visita a 07/06/2014

<http://www.guiadasemana.com.br/turismo/noticia/15-cidades-com-o-custo-de-vida-mais-baixo-do-mundo>, última visita a 15/06/2014

<https://pt.surveymonkey.com/>, última visita a 15/06/2014

<http://blog.pagpop.com.br/como-definir-o-preco-do-seu-produto-ou-servico/>, última visita a 19/06/2014

<http://www.portal-gestao.com/item/6203-o-que-%C3%A9-a-quota-de-mercado.html>, última visita a 20/06/2014

<http://www.portaldocanal.com/glossario-do-canal/index.php?busca=sell-in>, última visita a 20/06/2014

[http://www.einforma.pt/area-clientes?portal=ENTP&id\\_sess=00779005838001193344990000043355](http://www.einforma.pt/area-clientes?portal=ENTP&id_sess=00779005838001193344990000043355), última visita a 20/06/2014

<http://emprego.sapo.pt/guia-carreira/artigo/149/artigo.htm>, última visita a 20/06/2014

<http://www.empregopelomundo.com/noticias/expatriados-ajudar-colaborador-e-organizacao-a-enfrentar-a-mudanca/>, última visita a 20/06/2014

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:N9ee8znbLYQJ:www.iefp.pt/noticias/Paginas/Informacao\\_Mensal\\_Mercado\\_Emprego\\_maior\\_2014.aspx+&cd=2&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:N9ee8znbLYQJ:www.iefp.pt/noticias/Paginas/Informacao_Mensal_Mercado_Emprego_maior_2014.aspx+&cd=2&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt), última visita a 20/06/2014

<http://www.kick-off-portugal.com/icost.htm>, última visita a 21/06/2014

<http://www.moving-on.co/servicos/acolhimento-de-talentos/>, última visita a 21/06/2014

<http://www.marcaspatentes.pt/index.php?section=1>, última visita a 23/06/2014

<http://designportugal.net/quanto-custara-criar-website/>, última visita a 23/06/2014

## ANEXOS