

**CENTRO EDUCACIONAL ASSISTENCIAL  
PROFISSIONALIZANTE**

**PROJETO APN – ÁGUA PARA O NORDESTE**

# **CENTRO EDUCACIONAL ASSISTENCIAL PROFISSIONALIZANTE**

## **PROJETO APN – ÁGUA PARA O NORDESTE**

O Projeto APN – Água Pro Nordeste pelo Centro Educacional Assistencial Profissionalizante para apresentação e exposição na Feira de Inovação e Ciências de 2020

Participaram deste projeto:

Gustavo Oliveira da Silva  
Miguel Aguiar Fernandes  
Nicolas Pinheiro Santos  
Rodolfo Augusto dos Santos Viana  
Thiago Evangelista Dias

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	4
2 ANÁLISE DE MERCADO .....	5
2.1 Quais são as principais ameaças ao seu negócio? .....	5
3.1 Figuras .....	6
3.2 Funcionalidades .....	6
4 PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO .....	7
4.1 Estratégia competitiva .....	7
4.2 Público alvo .....	7
5. CONCLUSÃO .....	8

# 1 INTRODUÇÃO

O projeto consiste em transformar a água salobra, água com grande quantidade de sais minerais, em água potável através da destilação e depois adicionar os sais minerais. E com isso o projeto pode ajudar muitas famílias do nordeste que passam problemas com água salobra.

## 1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO

A pergunta que nos levou a criar esse projeto foi “como podemos melhorar a vida das pessoas que vivem no Nordeste?”. Aí surgiu ideia de fazer um destilador barato e que destile água salobra, muito presente nos mangues, também muito presente no Nordeste.

Este destilador já foi criado pelos estudantes e pesquisadores de uma universidade da Paraíba, porém a instalação é mais ou menos 1,5mil.

## **2 ANÁLISE DE MERCADO**

O projeto vai ser barato comparado com os outros produtos, esse projeto sairá em torno de 200 reais.

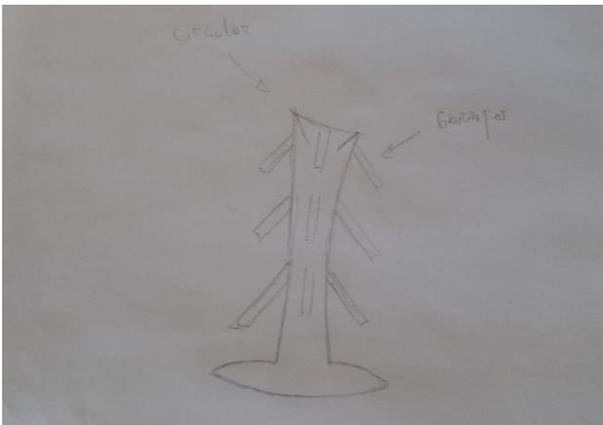
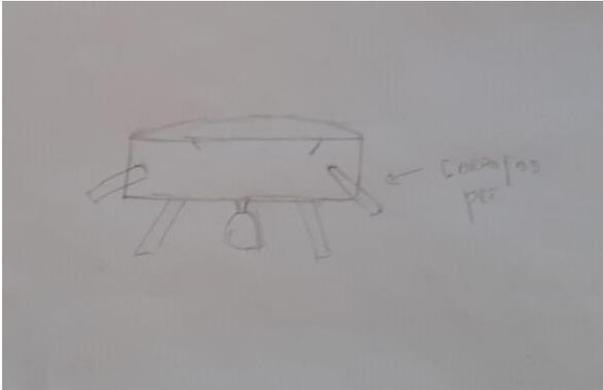
O público alvo do projeto são as pessoas q vivem nos mangues e as pessoas que vivem no Nordeste. O produto produzirá a quantidade de agua para uma pessoa e é compacto.

### **2.1 Quais são as principais ameaças ao seu negócio?**

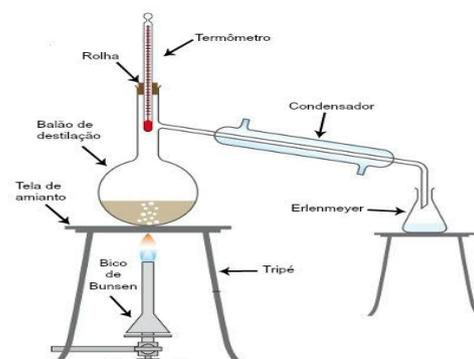
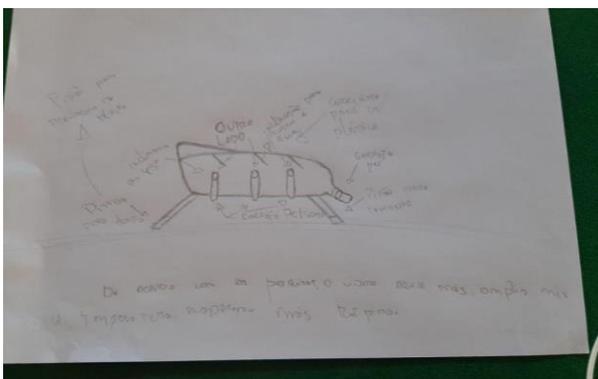
O produto é barato, compacto e produz água o suficiente para uma pessoa. As principais ameaças são os produtos que geram mais quantidade de água em menos tempo, e que não necessite de uma ação da natureza, no nosso caso é o sol. Porém o produto tem uma vantagem que é o preço, quase todos produtos que tem no mercado são inacessíveis para o Nordeste.

## 3 LAYOUT E PROPÓTIOS

### 3.1 Figuras



### 3.2 Funcionalidades



## **4 PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO**

Quais as estratégias de comunicação que serão utilizadas por você na divulgação de seu negócio e/ou produtos/serviços?

Devem ser analisados os meios de comunicação (rádio, TV, mala direta, internet, carro de som, “rádio poste”, faixas, jornal, telemarketing) que sua empresa irá utilizar, sua frequência e custo.

### **4.1 Estratégia competitiva**

Defina uma estratégia competitiva com base nas variáveis: liderança no custo e diferenciação.

Definir uma estratégia é fundamental para traçar um direcionamento do seu negócio. Essa estratégia pode ser alcançada através de um controle efetivo dos custos ou até mesmo buscar um diferencial no que se refere a qualidade dos produtos/serviços, atendimento, tecnologia, marketing etc.

### **4.2 Público alvo**

Qual o seu mercado potencial?

Mercado potencial significa identificar seu público principal – para quem você pretende produzir, vender, prestar serviços etc. (região, sexo, costumes, estilo de vida, renda). Esta análise pode ser estendida para que tipo de empresa (porte, ramo de atuação, nível de faturamento, comércio, indústria), pode ser atendida pelo produto/serviço. Deve-se priorizar os mercados identificados.

## **5. CONCLUSÃO**

O Plano de Negócios por você desenvolvido não representa somente um instrumento de planejamento formalizado em um papel. Ele deve, sim, estar integrado a toda a empresa, difundido e retroalimentado permanentemente com novas informações que possam contribuir para o sucesso organizacional.

O planejamento também deve ser flexível a novas realidades, adaptável a novos paradigmas, sob pena de tornar-se um instrumento ultrapassado e não efetivo.

Empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco que pode ser evitado. O plano de negócios, apesar de não ser a garantia de sucesso, irá ajudá-lo, entre outras coisas, na tomada de decisões, assim como a não se desviar de seus objetivos iniciais.