



Ponto de Venda B1

Consigo vender um produto

Educação para o Empreendedorismo























Ponto de Venda B1

Ficha técnica

FONTES	Huckemann, Matthias, Seiler, Urs und Weiler, Dieter: Messen messbar machen. 4. Auflage, Springer Verlag, ISBN 978-3-540-23556-9 RM. J. Eppler, F. Hoffmann, R.A. Pfister: Creability. 1. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart, ISBN 978-3-7910-3297-9 Stadlbauer, Alfons: Pencil Selling. 1. Auflage, Trauner Verlag, ISBN 978-3-85499-764-1 Kempel, Hannelore: Sales Management 1 und 2. Manz Schulbuchverlag, ISBN 978-3-7068-2555-9 und 978-3-7068-2942-7
AUTORES E EDITORES	Susanne Spangl (autora), Chadwick V.R. Williams (autor da avaliação), Eva Jambor (editora), Johannes Lindner (editor)
DESIGN GRÁFICO	Valentin Mayerhofer (esquema de página), Peter Stromberger (ícones), Helmut Pokornig (ilustrações), Susanne Spangl (flipcharts)
VERSÃO PORTUGUESA tradução, adaptação e edição	Direção-Geral da Educação, Ministério da Educação PEEP – Policy Experimentation & Evaluation Platform
TERMOS DE USO	Todos os materiais foram desenvolvidos como parte integrante do Projeto Youthstart - Entrepreneurial Challenges, estando sujeitos a uma licença Creative Commons. Estes materiais destinam-se a professores, alunos e outros agentes educativos das instituições de ensino do ensino básico e secundário, podendo ser partilhados, editados e usados em qualquer formato ou meio, sob a condição de atribuição correta de crédito e sem fins comerciais [creative commons license for non-commercial use (CC-BY-NY)]. Para mais informação sobre esta licença, consultar: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/ Caso tenha interesse em trabalhar em rede com os parceiros nacionais, saber mais sobre o programa de aprendizagem ou proceder à sua implementação, por favor, contacte: cidadania@dge.mec.pt
MATERIAIS	Deste desafio, Ponto de Venda B1, fazem parte integrante os seguintes materiais didático-pedagógicos: Guia do Professor e Caderno do Aluno. Material adicional: Vídeio de apresentação da família do Desafio Ponto de Venda

Programa Youth Start Entrepreneurial Challenges

baseado no Modelo Tripartido de Educação para o Empreendedorismo

Educação para o Empreendedorismo						Cultura de Empreendedorismo						Educação para a Cidadania Empreendedora	
	Desafio Ideia		Desafio Herói		Desafio Empatia		Desafio Conta uma História*		Desafio Ajuda o Outro *		Desafio A Minha Comunidade		
	Desafio Pessoal		Desafio Ponto de Venda		Desafio Perspetiva		Desafio O Valor do Lixo		Desafio Porta Aberta		Desafio Voluntariado*		
	Desafio Mercado Real		Desafio Começa o teu Projeto		Desafio Extremo*		Desafio Sê Positivo		Desafio Especialista*		Desafio Debate		

O Modelo Tripartido é um sistema de ensino holístico, que compreende três dimensões:

A “Educação para o Empreendedorismo” engloba competências nucleares para o pensamento e a ação empreendedores, nomeadamente, a capacidade de desenvolver e implementar ideias.

A “Cultura de Empreendedorismo” promove o desenvolvimento de competências pessoais em contexto social, traduzindo uma cultura de abertura de espírito, de empatia, de trabalho em equipa, de criatividade, de consciencialização e assunção de riscos.

A “Educação para a Cidadania Empreendedora” visa o desenvolvimento das competências sociais e a capacitação dos alunos enquanto cidadãos, ajudando-os, através do pensamento democrático e da autorreflexão, a expressarem as suas opiniões e a serem responsáveis por si mesmos, pelos outros e pelo ambiente.

Cada desafio pertence a uma das 18 famílias de desafios distribuídas pelas três dimensões do Modelo Tripartido. Cada família de desafios pode abranger os seguintes níveis: A1 – 1.º Ciclo do Ensino Básico; A2 – 2.º Ciclo do Ensino Básico; B1 e B2 – Ensino Secundário. No entanto, os desafios poderão ser implementados noutros níveis de escolaridade, por opção pedagógica, atendendo à flexibilidade curricular e às competências a desenvolver.

Todos os materiais estão disponíveis em <http://www.youthstart.eu>. Os desafios sinalizados com (*) não estão disponíveis em língua portuguesa





Ponto de Venda B1

Índice

Introdução	5
Guia do Professor	7
Caderno do Aluno	15



Ponto de Venda B1

Introdução

O projeto *Youth Start – Entrepreneurial Challenges* foi um projeto-piloto europeu cofinanciado pelo programa Erasmus+, inserido na Ação chave 3: Experimentação de políticas europeias em matéria de Educação, Formação e Juventude, com início em 2015 e fim em 2018.

Integrou parcerias estratégicas, através da colaboração entre os Ministérios da Educação de Portugal, Áustria, Luxemburgo e Eslovénia, com vista a proporcionar aos alunos experiências empreendedoras práticas, reais e em contexto escolar, através da implementação de um programa de aprendizagem inovador.

Pretendeu-se aumentar a motivação dos alunos para aprenderem e melhorarem os seus resultados escolares, envolvendo-se nas atividades da escola, comprometendo-se em projetos e outras iniciativas, reforçando o sentido de pertença à comunidade educativa. Desejou-se igualmente, ajudar os alunos no seu desenvolvimento pessoal, interpessoal e social, através de competências empreendedoras, entre outras, a proatividade, reflexão crítica e construtiva e assunção de riscos, que reforçassem o exercício de uma cidadania ativa, participada e responsável.

O programa, alicerçado no Modelo Tripartido de Educação para o Empreendedorismo anteriormente apresentado, está desenhado para ser flexível na sua aplicação, com uma versão intensiva e outra extensiva. Permite-se, assim, que seja possível aos professores das diferentes disciplinas, mobilizando encarregados de educação e envolvendo entidades da comunidade consideradas pertinentes, implementarem os desafios com os alunos em todos os níveis de ensino da escolaridade obrigatória.

A metodologia de aprendizagem baseada em desafios, preconizada pelo programa de aprendizagem, promove competências nas áreas do desenvolvimento cognitivo e pessoal, assim como na da literacia financeira e dos contextos éticos e sociais.

Os desafios, numa perspetiva holística e na sua totalidade, abrangem uma ampla gama de temas, atividades e situações experienciais de educação para o empreendedorismo com o objetivo partilhado de incentivar os alunos a estarem abertos a novas ideias e a implementarem as mesmas de forma criativa e com relevância.

O programa de aprendizagem *Youth Start – Entrepreneurial Challenges*, e os desafios em que se baseia, encontram-se em convergência com o «Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória» (Despacho n.º 6478/2017, de 26 de julho, do Secretário de Estado da Educação).

Entre os seus princípios, este Perfil identifica a adaptabilidade e ousadia, entendendo como tal que educar para o século XXI exige a perceção de que é fundamental conseguir adaptar-se a novos contextos e novas estruturas, mobilizando as competências, mas também estando preparado para atualizar conhecimento e desempenhar novas funções.



Reconhecem-se, igualmente, as áreas de competências centrais aí enumeradas: linguagens e textos, informação e comunicação, raciocínio e resolução de problemas, pensamento crítico e pensamento criativo, relacionamento interpessoal, desenvolvimento pessoal e autonomia, bem-estar, saúde e ambiente, sensibilidade estética e artística, saber científico, técnico e tecnológico, consciência e domínio do corpo.

Por outro lado, em consonância com a «Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania» (2017), os normativos legais do currículo consagram que o empreendedorismo (nas suas vertentes económica e social) tenha aplicação opcional em qualquer ano de escolaridade.

A diversidade de metodologias e de práticas pedagógicas na escola deve concorrer para que os alunos possam participar em experiências empreendedoras práticas, reais e de vivência da cidadania, em todos os níveis de ensino.

O projeto *Youth Start – Entrepreneurial Challenge* através, nomeadamente, do programa de aprendizagem, metodologias e materiais didático-pedagógicos implementados e testados, concorre fortemente para a facilitação e incremento das ideias consagradas nos vários documentos enquadradores de política educativa do Governo Português.



Ponto de Venda B1

Consigo vender um produto

Educação para o Empreendedorismo



Guia do Professor

O Guia do Professor contém uma descrição detalhada das atividades do desafio para facilitar a sua aplicação na sala de aula. Os materiais do professor (Guia do Professor) devem ser utilizados em conjunto com os materiais do aluno (Caderno do Aluno). O símbolo ➡ indica as atividades opcionais do desafio. Todos os materiais estão disponíveis em <http://www.youthstart.eu/>




Planificação da unidade

Tema	<i>Venda de produtos</i>
Nível	B1
Duração	6 aulas Com atividades opcionais: 10 aulas
Ideia subjacente ao desafio	Vender um produto não é tão fácil como parece. É necessário esforço para atrair os clientes. Se os clientes aparecerem, estarão dispostos a comprar? Os alunos são desafiados a pensar sobre como se pode fabricar e/ou vender um produto (ex.: limonada, <i>cupcakes</i> , entre outros) ou sobre como se podem comercializar bens produzidos de forma sustentável. Aprendem a desenvolver estratégias para alcançar o maior sucesso possível com um orçamento limitado. Constroem um ponto de venda, planificam as suas compras, produzem e embalam os seus produtos, promovem-nos, vendem-nos e têm em conta a emissão de faturas de acordo com a lei em vigor.
Competências de empreendedorismo de acordo com o Quadro de Referência¹	<p>Consigo:</p> <ul style="list-style-type: none"> assumir a responsabilidade por uma determinada tarefa; enfrentar uma possível competição durante a execução de tarefas; desenvolver ideias e justificar o motivo pelo qual devem ser implementadas; identificar e aproveitar as oportunidades; tomar consciência dos riscos e assumir a responsabilidade pelas minhas ações; planear metas e implementar um projeto supervisionado; apresentar ideias para desenvolver iniciativas de <i>marketing</i> eficazes; trabalhar com os outros e maximizar o uso de competências individuais; tomar a iniciativa para persuadir os outros quando estão a ser tomadas decisões de grupo; comunicar bem com os outros; contribuir com as minhas ideias para a adoção de comportamentos mais orientados para o futuro e mais sensíveis às questões ecológicas e sociais, quer no meio empresarial, quer na sociedade em geral; explicar diferentes possibilidades de financiamento para as minhas ideias; apresentar uma visão geral sobre diferentes formas de poupar dinheiro e escolher a mais adequada; fazer uso de recursos limitados e utilizar um orçamento.

¹ Lindner, J. (2014): Reference framework for entrepreneurship competences, Version 15. EESI Austrian Federal Ministry of Education/IFTE (eds.): Vienna.



Competências comunicativas e linguísticas	Consigo: descrever um produto; explicar o processo de produção ou vendas; fazer uma apresentação simples para vender um determinado produto; conceber e criar materiais promocionais (ex.: cartazes, rótulos...).
Perfil dos alunos à saída da escolaridade obrigatória: áreas de competências	Linguagens e textos Informação e comunicação Pensamento crítico e pensamento criativo Raciocínio e resolução de problemas Relacionamento interpessoal
Vocabulário	estudo de viabilidade, <i>know-how</i> , estratégia, processo de produção, protótipo, responsabilidade, objetivo, gestão de resíduos, separação de resíduos, eliminação de resíduos, materiais promocionais, montante faturado, desconto, desconto de fatura, custos de distribuição, preço marcado, margem de contribuição, prejuízos, necessidades dos consumidores, sintetização, demonstração do produto, intermediários, ganhos, despesas, argumentação, custos variáveis
Avaliação	Ficha A7 – <i>Cliente mistério</i> : O aluno conhece os parâmetros da avaliação a realizar pelo cliente mistério (ponto de venda, desenho do expositor, vendas, dimensão económica, faturação).  Ficha A7 – <i>Cliente mistério</i> : Avaliação individual pelo professor (ponto de venda, desenho do expositor, vendas, dimensão económica, faturação). Ficha A8 – <i>Estratégias de vendas - Autoavaliação</i> . Ficha A9 – <i>Fim da unidade: Autoavaliação</i> (Compreender como se gere um pequeno negócio, como se tira proveito de recursos limitados e como se tenta obter lucro.). Ficha A10 – <i>Fim da unidade: Autorreflexão</i> (objetivos, competências).
Conhecimentos prévios	orçamento, saldo, despesa, rendimento, poupança
Materiais necessários	<ul style="list-style-type: none"> • Autorização prévia da direção da escola para a montagem dos expositores. • Fotocópias das fichas de trabalho para os alunos. • Papel de tripé (<i>flipcharts</i>), canetas e folhas de tamanho A3, se necessário. • Acesso a computadores para que os alunos possam realizar pesquisas na internet e cálculos em ficheiros <i>Excel</i>.



<p>Atividades passo a passo</p>	
<p>Passo 1</p>	<p>Desenvolver e selecionar ideias</p> <p>Introdução ao tema do desafio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mostre aos alunos um breve vídeo sobre o tema <i>Lemonade Stand</i> ou ponto(s) de venda, explicando-lhes diferentes possibilidades para a angariação de fundos (ex.: doações para organizações que lutam contra o cancro ou o tráfico humano). • Combine com os alunos o dia ou o período em que os produtos serão vendidos. Se a turma pretender vender bebidas ou alimentos, deve ser assegurado que a data escolhida não coincide com períodos religiosos de jejum. • Proponha aos alunos um exercício simples de <i>brainstorming</i> ou <i>brainwriting</i> (método 6/3/5), registando no quadro ou num cartaz as ideias sobre os produtos que poderão vender. Oriente os alunos no processo criativo e chame a sua atenção para as regras a cumprir. • Serão selecionadas as três melhores ideias. Cada aluno deverá atribuir 3 pontos às ideias que mais lhe agradarem, tendo em consideração a rentabilidade e as perceções dos consumidores sobre os produtos • A seleção dos produtos terá de ser validada pelo professor.
<p>Passo 2</p>	<p>Verificação da viabilidade e tomada de decisões</p> <ul style="list-style-type: none"> • Os alunos são divididos em grupos. • Os estudos de viabilidade (Ficha A1) devem ser realizados antes de serem pedidas as autorizações requeridas para a montagem dos pontos de vendas (ex.: autorização da direção da escola). Estes estudos demonstram se será possível executar com eficiência os procedimentos necessários, dentro do orçamento estipulado e com o <i>know-how</i> suficiente. Os alunos realizam a Ficha A1 e atribuem 0-4 pontos a cada um dos critérios apresentados. • O professor recolhe os resultados do <i>ranking</i> e apresenta as conclusões (utilizar um ficheiro <i>Excel</i> poderá ser útil). Em alternativa, os alunos podem apresentar os seus resultados individualmente ou em grupo no quadro ou num gráfico. • O <i>ranking</i> irá ajudar os alunos a tomar melhores decisões. Contudo, dependendo do contexto da escola (ex.: foco ambiental), o professor poderá selecionar um produto com menor pontuação atribuída pelos alunos. • Os alunos e o professor decidem como é que o dinheiro ganho com as vendas será utilizado no futuro (ex.: para uma doação, para uma organização, ...).



- Consulte a direção da escola no sentido de obter mais informações sobre as autorizações necessárias para a realização do desafio (ex.: autorizações para montar o ponto de venda fora da escola; regulamento para a instalação de pontos de venda no recinto escolar).

Passo 3 Planeamento

As Fichas A2 a A5 ajudam os alunos a planificarem o desafio de forma profissional.

- **Ficha A2 – Planos de produção**

Os alunos podem elaborar os protótipos em casa ou, se possível, na escola (ex.: no refeitório). Se os alunos tencionarem vender bens produzidos nos próprios pontos de venda, podem utilizar a ficha para planificar os processos de comercialização. Os alunos devem preparar uma lista de compras depois de preencherem a ficha, registando os recursos de que necessitam na respetiva coluna da tabela.

- **Ficha A3 – Definir objetivos, prazos e responsabilidades**

Os alunos trabalham em grupos e estabelecem, pelo menos, um objetivo. Estabelecem uma lista de tarefas, de acordo com os pontos referidos na ficha, e executam-nas.

- **Ficha A4 – Ponto de venda / desenho do expositor**

Os alunos leem a lista de verificação e realizam o trabalho necessário, devendo apresentar, pelo menos, um esboço do ponto de venda e dos materiais promocionais (ex.: cartaz), bem como uma lista dos materiais de que irão precisar.

- **Desenhar gráficos e cartazes criativos**

Os alunos poderão desenhar cartazes criativos para serem utilizados como materiais promocionais. Para este efeito, deverão aprender as regras e as possibilidades dos cartazes criativos.

- **Ficha A5 – Cálculo de custos, lucros ou prejuízos**

Modelo de cálculo I

Dependendo das atividades desenvolvidas anteriormente (ver fichas A2, A3 e A4), os alunos calculam os custos e comparam-nos com os ganhos. Os alunos devem ter em conta os custos para apresentação do produto (ex. decoração, material publicitário, amostras).

produtos por dia). Não se devem esquecer de deduzir os custos fixos (ex.: custos do ponto de venda) aos ganhos.





Modelo de cálculo 2

Os alunos calculam os custos fixos e variáveis, concluindo desta forma o cálculo do lucro ou prejuízo, baseado na quantidade de produtos vendidos (ex.: se um quinto dos alunos de um total de 1000 e um quinto de 140 professores comprarem o produto, serão vendidos 228



Modelo de cálculo 3

Os alunos calculam os preços a marcar por produto e comparam com o preço de venda previsto

Passo 4 Praticar a apresentação de vendas

Os alunos preparam a apresentação de vendas através dos seguintes passos:



- Os alunos aprendem a responder a questões sobre os produtos (Ficha A6 – informação sobre o produto).
- A Ficha A6 deverá ser completada individualmente pelos alunos e os resultados comparados em grupo.
- Os alunos simulam as suas apresentações das vendas nos pontos de venda e trocam de papéis (vendedor – comprador).
- Os alunos devem ter a oportunidade de ler as Fichas A7 e A8, para que possam conhecer os critérios de avaliação do seu desempenho.
- Poderá ser necessário ler os descritores com os alunos e apresentar exemplos que os clarifiquem, se necessário com recursos a imagens de eventos semelhantes. Será importante consultar a informação adicional na ficha informativa 3.

Passo 5 Preparação do ponto de venda e produção dos itens que serão vendidos

- De acordo com o planeado no Passo 3, os alunos preparam os pontos de venda e produzem os itens que irão vender ou comprarmos junto dos fornecedores.
- Os alunos devem fotografar as atividades, uma vez que este registo visual os poderá ajudar futuramente a refletir sobre o desafio.
- A ajuda dos encarregados de educação será apreciada e constitui um fator motivacional para todos os envolvidos.

Passo 6 Vendas

- Os alunos vendem os seus produtos e utilizam os dados das suas planificações e trabalho preparatório (passos 3 a 5).
- O sucesso depende essencialmente da atitude dos alunos e do empenho demonstrado ao longo do desafio.



Passo 7 Cliente Mistério: Avaliação pelo professor (Ficha A7)

- Um colega (ou um professor) visita o ponto de venda e, disfarçadamente, avalia o desempenho dos alunos.
- A avaliação será mais natural se a visita do cliente mistério for realizada por outro professor que não o titular da disciplina, desde que esteja familiarizado com os conteúdos do desafio.

Passo 8 Cálculo dos resultados

- Os alunos calculam os prejuízos e os lucros, de acordo com a Ficha A5.

Passo 9 Estratégias de vendas: Autoavaliação (Ficha A8)

- Depois de avaliar os alunos, estes autoavaliam-se. Poderá ser necessário esclarecer e apresentar exemplos para os descritores de desempenho apresentados.
- No fim, recolha as fichas ou discuta os seus conteúdos com os alunos.

Passo 10 Fim da unidade: Autoavaliação (Ficha A9)

- A realizar individualmente. Os alunos fazem a sua avaliação.
- Leia em voz alta cada um dos descritores de desempenho, dando aos alunos o tempo necessário para refletirem e se autoavaliarem, assinalando as figuras adequadas.
- Poderá ser necessário apresentar exemplos que clarifiquem os descritores de desempenho. No final, recolha as fichas de autoavaliação ou discuta os seus conteúdos com a turma.

Passo 11 Fim da unidade: Autorreflexão (Ficha A10)

- A realizar individualmente ou em pares. Leia em voz alta cada um dos descritores de desempenho, dando aos alunos o tempo necessário para escreverem as suas respostas.
- Discuta os conteúdos da ficha com a turma.
- Esta ficha poderá ser utilizada para dar a conhecer as aprendizagens da turma aos pais ou encarregados de educação.

Ligações úteis

(acesso em 25/07/2018)

- Projeto Youth Start – Entrepreneurial Challenges

<http://www.youthstartproject.eu/>

- Programa de Aprendizagem Youth Start – Entrepreneurial Challenges

<http://www.youthstart.eu/>

- Programa Corpo e Mente

<http://www.youthstart.eu/en/warmup>



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Brainwriting</i> Disponível em http://www.infoescola.com/administracao_/brainwriting/ Artigo sobre o método 6/3/5, do portal InfoEscola. ▪ <i>Method 6-3-5 (BrainWriting)</i> Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=TR1i1PPd8ZU Recurso em inglês.
Sugestões bibliográficas	<p>Lindon, D. et al., 2004. <i>Mercator XXI. Teoria e Prática do Marketing</i>. 10.^a ed. Lisboa: Publicações Dom Quixote.</p> <p>Masson, J.E. & Welloff, A., 1985. <i>Que é o merchandising</i>. Mem Martins: Edições CETOP.</p> <p>Mowen, J. & Minor, M., 1997. <i>Consumer Behavior</i>. 5.^a ed. Nova Jérícia: Prentice Hall.</p> <p>Stadlbauer, A., 2010. <i>Kreative Flipchartgestaltung</i>. 3.^a ed. Linz: Trauner.</p>



Ponto de Venda B1

Consigo vender um produto

Educação para o Empreendedorismo



Caderno do Aluno

O *Caderno do Aluno* faz parte integrante dos materiais didático-pedagógicos do Desafio Ponto de Venda B1.



Ficha A1

Estudo de viabilidade

Descrição: Utiliza o quadro abaixo para te ajudar na seleção do produto mais promissor. Completa o quadro para cada um dos produtos em análise e atribui pontos a cada um dos critérios indicados:

4 pontos = excelente, 3 pontos = muito bom, 2 pontos = satisfatório, 1 ponto = suficiente, 0 pontos = insuficiente.

Soma os pontos no final. Se tiveres atribuído 0 pontos a um produto em qualquer um dos critérios apresentados, deves pensar em removê-lo da lista, sobretudo se não conseguires superar as suas limitações com medidas de reforço.

Produto I			
Critério	Questão	Resposta	Pontos
Equipa	Tens recursos humanos, dentro e fora da escola, em número suficiente para produzir o produto e vendê-lo no ponto de venda?		
Dinheiro	Tens dinheiro suficiente para comprar aquilo de que precisas para montar um ponto de venda e assegurar a produção?		
Tempo	Os elementos da equipa dispõem de tempo suficiente para assegurar a produção e realizar as atividades necessárias à manutenção do ponto de venda?		
Know-how	Existem recursos humanos suficientes, dentro e fora da escola, que saibam como produzir o produto?		
Estratégia	O teu projeto está relacionado com o projeto educativo da escola?		
Sucesso	A venda deste produto vai gerar lucro?		
Total			



Produto 2			
Critério	Questão	Resposta	Pontos
Equipa	Tens recursos humanos, dentro e fora da escola, em número suficiente para produzir o produto e vendê-lo no ponto de venda?		
Dinheiro	Tens dinheiro suficiente para comprar aquilo de que precisas para montar um ponto de venda e assegurar a produção?		
Tempo	Os elementos da equipa dispõem de tempo suficiente para assegurar a produção e realizar as atividades necessárias à manutenção do ponto de venda?		
<i>Know-how</i>	Existem recursos humanos suficientes, dentro e fora da escola, que saibam como produzir o produto?		
Estratégia	O teu projeto está relacionado com o projeto educativo da escola?		
Sucesso	A venda deste produto vai gerar lucro?		
Total			

Produto 3			
Critério	Questão	Resposta	Pontos
Pessoal	Tens recursos humanos, dentro e fora da escola, em número suficiente para produzir o produto e vendê-lo no ponto de venda?		
Dinheiro	Tens dinheiro suficiente para comprar aquilo de que precisas para montar um ponto de venda e assegurar a produção?		
Tempo	Os elementos da equipa dispõem de tempo suficiente para assegurar a produção e realizar as atividades necessárias à manutenção do ponto de venda?		
<i>Know-how</i>	Existem recursos humanos suficientes, dentro e fora da escola, que saibam como produzir o produto?		
Estratégia	O teu projeto está relacionado com o projeto educativo da escola?		
Sucesso	A venda deste produto vai gerar lucro?		
Total			



Ficha A2

Planos de produção e de vendas

Descrição

Depois de seleccionares o produto que queres vender, terás de planear o respetivo processo de produção (ou o processo de vendas, no caso de pretendes revender produtos sem procederes ao seu tratamento). Antes de completares o plano esquematizado no quadro abaixo, elabora o protótipo do teu produto, tomando notas e tirando fotografias que demonstrem como o fizeste. Quanto mais detalhadas forem as tuas notas, tanto mais fácil será planeares quantidades maiores. Se tencionares produzir bebidas ou alimentos, procura receitas em livros de culinária. Tem em consideração que o processo de produção começa com a compra dos recursos necessários e termina quando os produtos são entregues no ponto de venda (embalamento incluído).

Exemplo:

- a) Recursos necessários: limão biológico lavado;
- b) Procedimento: espremer o limão;
- c) Resultado: sumo de limão;
- d) Responsável: Susana;
- e) Duração: 1 limão por minuto.

Dica: utiliza a coluna «Recursos necessários» para preparar a lista dos produtos que tens de comprar.

Plano do processo de produção ou de vendas					
Recursos necessários	Passos	Resultados	Responsável	Duração (minutos)	



Ficha A3

Objetivos, duração e responsabilidades

Descrição

Esta lista de verificação ajudar-te-á a não te esqueceres de nenhum aspeto importante para o processo de produção/vendas. Assinala as atividades que concluíste com um ✓. Relê a lista antes de dares início à comercialização dos produtos no Ponto de Venda (PV). Antes de finalizares cada uma das tarefas, procede a uma Verificação Final (VF). Estas verificações devem ser revistas por outras pessoas (*o princípio dos quatro olhos*).

Lista de verificação: objetivos, duração e responsabilidades		✓	PV	VF
Objetivo (s)	Definiu-se, pelo menos, um objetivo (ex.: vendemos 350 copos de limonada até ao dia 1 de abril de 2018 e, pelo menos, 90% dos nossos clientes gostaram da nossa limonada).			
Duração	Foi elaborada uma lista de tarefas esquemática, com uma coluna para a identificação da atividade, uma coluna para o registo da duração em minutos ou horas e uma coluna para a designação da pessoa responsável.			
Responsabilidades	A lista de tarefas contém as seguintes atividades:			
	Planeamento do ponto de venda / design do expositor.			
	Aquisição dos recursos necessários para montar o ponto de venda (ex.: toalha de mesa).			
	Projeto de ponto de venda (ex.: croquis).			
	Montagem do ponto de venda.			
	Arrumação e limpeza do ponto de venda.			
	Planeamento da gestão de resíduos.			
	Separação de resíduos.			
	Eliminação de resíduos.			
	Desmontagem do ponto de venda.			
	Planeamento dos meios publicitários.			
	Realização dos cartazes publicitários.			
	Implementação dos meios publicitários.			
	Cálculo dos preços de venda.			
	Organização da formação em técnicos de vendas.			
	Perguntar, detalhadamente, aos clientes quais as suas expetativas.			
	Teste dos protótipos.			
	Planeamento da produção.			
	Aquisição dos recursos necessários para a produção.			
	Produção do produto.			
	Transporte dos produtos para o ponto de venda.			
	Planeamento do embalamento.			
	Aquisição do material necessário para o embalamento.			
	Embalamento do produto.			
	Conceção dos recibos.			
	Venda do produto no ponto de venda.			
	Emissão dos recibos.			



	Registo de quantidades de produtos vendidos e recursos utilizados.			
	Cálculo dos custos, lucros e prejuízos.			
	Aplicação do dinheiro ganho conforme acordado (doação, organização, ...).			
	Registo fotográfico das atividades realizadas.			
	Elaboração do relatório (ex.: para a página ou conta de <i>Facebook</i> da escola/agrupamento).			



Ficha A4

Design do ponto de venda

O *design* do ponto de venda depende, fundamentalmente, do produto oferecido. No geral, um ponto promocional grande, atrativo e tridimensional motiva-nos a ir espreitar e a comprar o produto que está a ser vendido. Irás necessitar de alguns dos recursos referidos no quadro abaixo, consoante o tamanho e o conceito de *design* do teu ponto de venda. Esta é uma lista básica que poderás usar e completar durante a fase de planeamento. Acrescenta ou apaga itens, conforme consideres necessário.

Assinala as atividades concluídas com um ✓.

Relê a lista antes de começares a comercializar os produtos no Ponto de Venda (PV).

Antes de finalizares cada uma das tarefas, procede a uma Verificação Final (VF).

Estas verificações devem ser revistas por outras pessoas (o princípio dos quatro olhos).

Lista de verificação: <i>design</i> do ponto de venda		✓	PV	VF
Cumpre as regras básicas	Consegue ver-se bem, mesmo ao longe.			
	Atrai a curiosidade de quem passa.			
	Os benefícios que o produto proporciona ao cliente são visíveis.			
	A apresentação rápida de vendas pode ser realizada de forma confortável.			
	O produto está acondicionado e apresentado de forma adequada até ser vendido.			
	O ponto de venda tem um <i>design</i> consistente.			
	O <i>design</i> do ponto de venda tem em consideração as expetativas dos clientes.			
	Os vendedores estão habilitados a efetuar os serviços de venda, embalagem e emissão de recibos.			
	Foram cumpridas as normas de segurança e prevenção de incêndios.			
Decoração	Anúncios, cartazes			
	Imagens			
	Cobertura de mesa			
	Logótipos, fonte de letra e inscrições (ex.: capa)			
	Número de potenciais clientes a atrair com a decoração do expositor			
	Aromas: velas com fragrâncias, óleos essenciais			
	Outros materiais de decoração			



Produto	Amostra do produto			
	Produto			
	Loiças			
	Material para serviço de mesa			
	Utensílios para manipulação de alimentos (ex.: luvas)			
	Embalagens			
	Lista de preços			
	Descrição do produto (identificação dos ingredientes que podem causar reações alérgicas)			
	Outros materiais relacionados com o produto			
Material promocional	Folhetos informativos			
	Autocolantes			
	Filme promocional			
	Anúncio			
	Brindes promocionais			
	Outros materiais publicitários			
Equipamento	Cadeiras/bancos			
	Mesa			
	Armário ou prateleiras			
	Caixa isotérmica			
	Caixote do lixo			
	Iluminação			
	Música: dispositivos, equipamento, altifalante, colunas			
	Computador, <i>tablet</i> e outros equipamentos (ex.: impressora)			
	Armazenamento (ex.: prateleiras, armário, bar)			
	Projeção (ex.: computador, <i>tablet</i> , apontador a laser)			
	Outro equipamento			
Papelaria	Bloco de notas			
	Material de escrita: lápis, esferográfica, marcador, borracha			
	Calculadora			
	Modelos de faturas/recibos			
	Crachás com nomes			
	Furador			
	Tesouras			
	Agrafador			
	Clipes			
	Fita adesiva, cola			
	Régua			
	Carimbo e almofada			
	Pasta			
	Outros materiais de papelaria			



Outros	Materiais de limpeza			
	Extensão			
	Estojo de primeiros socorros			
	Estojo de costura			
	Instrumentos			
	Outros			



Ficha A5

Custos, lucros e prejuízos

Descrição

Os resultados das Fichas A2 - A4 estão integrados neste plano. Considera nos teus cálculos apenas os custos reais (ex.: materiais de produção). Uma vez que irás obter lucros, os custos da tua força de trabalho não devem ser incluídos. Não incluas nos teus cálculos despesas que não custeaste (ex.: Produção de cubos de gelo em casa, sem custos adicionais).

Os custos serão calculados de acordo com o esquema abaixo. Poderás ainda utilizar uma folha de cálculo em ficheiro *Excel*. Amplia o esquema de cálculo se tiveres registado custos adicionais (ex.: material).

Para calcular a taxa de sucesso, estima o número de produtos que tencionas vender. O número de pessoas que passa pelo ponto de venda e quer comprar o produto poderá ajudar-te a estimar este valor.

Irás calcular a margem de contribuição por produto, o que te permitirá aferir a diferença entre preço de venda/custo por fatura e o preço de venda por produto, bem como perceber quanto é que a venda de um produto contribui para cobrir os custos (fixos) de outro produto e, assim, gerar lucro.

Modelo de cálculo I

Lista de compras / Descrição de artigos	Preço	Quantidade	Total
Total de custos			

Ganhos	EUR
Preço de venda por unidade	
Quantidade	
Total de ganhos	
Margem bruta (total dos ganhos menos as despesas)	



Modelo de cálculo 2

Custos variáveis	Preço	Quantidade	Total
Custos variáveis por unidade			

Preço de venda por unidade
Custos variáveis por unidade
Margem bruta por unidade

Modelo de cálculo 3

Material	Quantidade	Cálculo	Quantidade	Cálculo	Quantidade	Cálculo
Preço tabela dos artigos comprados (com IVA)						
- desconto de quantidade (caso aplicável)						
Preço deduzido do desconto (preço pago)						
+ Outros custos suportados (ex.: custos de transporte, embalagem)						
Total						
- desconto financeiro (pronto pagamento)						
Total						
+ custos de distribuição do produto final						
Preço de custo total (por produto)						
Quantidade vendida (por produto)						
Preço de custo por unidade vendida						

Preço unitário de venda
Preço de custo por unidade vendida
Margem bruta por unidade vendida

Quantidade vendida
Ganhos (valor recebido na venda)
- Custo do material
- Outros custos de produção
- Custos do ponto de venda
- Perdas de produção (ex.: material destruído/estragado)
Resultado (ganho ou prejuízo)



Ficha A6

Informação sobre o produto

Descrição

Responde às seguintes questões para preparares uma descrição pormenorizada do produto que vais vender.

Produto	Descrição	Respostas sobre o produto
Produtor	Quem criou o produto?	
Composição	O produto é feito com que ingredientes? Na sua composição, existem ingredientes potencialmente perigosos ou desconhecidos? (ex.: passíveis de causar reações alérgicas)	
Benefício	A que necessidades dos consumidores é que o produto dá resposta?	
Preço	Quanto é que tenho de pagar pelo produto? Este preço é fixo ou é flexível? Quanto é que a concorrência cobra pelo mesmo produto?	
O que fazer	Quais são as aplicações do produto?	
O que não fazer	O que é proibido fazer enquanto manuseias o produto?	



Ficha A7

Cliente mistério

Descrição

O cliente mistério testa a qualidade dos serviços assegurados pelas empresas.

Lê os critérios descritos no quadro abaixo para te preparares para a avaliação do teu cliente mistério.

Cliente mistério – Avaliação			
Escala: 😞 1 = insuficiente 😐 2 = suficiente 😊 3 = bom 😄 4 = muito bom 😁 5 = excelente			
Critérios	Descritores: Trabalho com pouca qualidade	Nota	Descritores: Trabalho com qualidade
1. Ponto de Venda / Design do expositor:			
Profissionalismo	Não se consegue compreender a informação transmitida (informação a mais/insuficiente). Cartazes/outros elementos de design distribuídos aleatoriamente e pouco coerentes.		Design uniforme, harmonioso e informativo. Design do projeto facilmente reconhecível. Rótulos facilmente legíveis. Diagramas/outros elementos de design coerentes.
Eficácia das iniciativas promocionais	A mensagem e o conceito promocional do ponto de venda não são perceptíveis.		O ponto de venda destaca-se dos restantes de forma positiva / conceito promocional forte. Mensagem publicitária refletida no ponto de venda.
Organização	O ponto de venda está sempre desorganizado e caótico (desaparecem objetos, o caixote do lixo está cheio, há coisas espalhadas).		Ponto de venda com um design limpo, claro e funcional.
2. Argumentos de venda			
Comportamento e reconhecimento das necessidades dos clientes	A equipa do ponto de venda não se preocupa com os visitantes. Atitude pouco cordial. Os visitantes são tratados com pouca consideração. A equipa tem uma aparência descuidada e inadequada.		Os visitantes dos pontos de venda são atendidos de forma cordial e é-lhes perguntado o que desejam. Os pedidos dos visitantes são atendidos tanto quanto possível. A equipa do ponto de venda tem uma aparência cuidada.
Conhecimento do produto	Não foram dadas respostas suficientemente esclarecedoras às perguntas colocadas sobre o produto. Desconhecem-se os termos e as condições do produto, bem como as condições de expedição e pagamento.		Foram dadas respostas esclarecedoras a todas as questões colocadas pelos clientes acerca do produto ou do serviço, nomeadamente acerca dos respetivos termos e condições (ex.: distribuição, pagamento e garantia, se aplicável).
Competências de negociação	Equipa taciturna e introvertida.		São usados métodos de negociação cuidados. Os preços são justificados ao cliente.
3. Dimensão económica			
Processo de faturação	As faturas são emitidas de forma incorreta ou incompleta. Não é possível emitir faturas na moeda corrente.		As faturas foram emitidas corretamente (adequadas para deduções, factos e contas). As faturas são emitidas na moeda corrente.
Processamento dos pagamentos	Informação incorreta sobre transações e pagamentos. Os pagamentos não puderam ser concluídos devido à falta de informação ou a informação incorreta.		As transações e os pagamentos são bem explicados aos clientes. Toda a informação está disponível (em recibos ou faturas).
4. Recibos			
Qualidade dos recibos dos clientes	Os clientes recebem recibos falsos e incompletos/ não recebem recibos e esperam durante bastante tempo.		Os clientes recebem imediatamente recibos ou faturas corretos e completos.



Ficha A8

Estratégias de vendas - Autoavaliação

Avalia o teu desempenho, desenhando a figura correspondente em cada descritor.

☹️ 1 = insuficiente ☹️ 2 = suficiente 😊 3 = bom 😊 4 = muito bom 😊 5 = excelente

Estratégias de vendas										
Critérios	Descritores:		Nota					Descritores:		Nota (Percentagem/ Pontos)
	Trabalho com pouca qualidade		☹️	☹️	😊	😊	😊	Trabalho com qualidade		
1. Linguagem:										10%
Simplicidade	Demasiado sofisticado/complexo							Simple e compreensível		
Concisão	Discurso vago e confuso							Breve e assertivo		
Fluência	Discurso incongruente e desordenado							Discurso lógico e estruturado		
Linguagem formal	Uso de linguagem informal							Uso de linguagem formal		
Persuasão	Atitude negativa e entediante Ouvinte desatento							Atitude positiva e inspiradora Ouvinte ativo		
2. Saudações										5%
Tom	Pouco cordial							Cordial		
Relação com as pessoas	Cumprimento vago e impessoal							Tratamento personalizado Tentativa de estabelecer uma ligação com o cliente		
3. Reconhecimento das Necessidades dos Clientes										10%
Expressões interrogativas	Não utilizadas							Utilização integral		
Necessidades dos clientes	Não satisfeitas							Satisfeitas		
Reconhecimento das necessidades dos clientes	Inexistente							Assegurado		
4. Estratégias de vendas (em detalhe)										
4.1 Demonstração dos produtos										15%
Inspirou os clientes	Demonstração inexistente							Demonstração realizada		
Inspirou os clientes sobre o produto	Vendedor não inspirado pelo produto							Vendedor inspirado pelo produto		
4.2 Descrição dos produtos										20%
Marca ou produtor	Não identificado							Identificado		
Descrição/Visão geral	Descrição em falta							Descrição realizada		
Usos e práticas aconselháveis (o que fazer/o que não fazer)	Não identificados							Identificados		
4.3 Argumentação										15%
Argumentação	Não utilizada							Utilizada.		

































Preço referido	Preço não referido em nenhuma fase do processo					Preço referido nos contactos com os clientes		
Técnicas de justificação do preço	Não utilizadas					Utilizadas		
4.4 Objeções dos clientes							15%	
Objeções dos clientes	Não reconhecidas					Reconhecidas		
5. Conclusão							5%	
Face à vontade do cliente em comprar	Não reagiu					Reagiu		
6. Despedidas							5%	
Tom	Pouco cordial					Cordial		
Cumprimento ao cliente	Não cumprimentou					Cumprimentou		
Impressão/avaliação final							100%	



Ficha A9

Fim da unidade: Autoavaliação

Avalia-te, assinalando a figura adequada a cada um dos descritores de desempenho.			
Sinto-me confortável ao assumir a responsabilidade por uma determinada tarefa.			
Consigo enfrentar potenciais competidores na realização de tarefas.			
Consigo desenvolver ideias e explicar por que motivos devem ser implementadas.			
Consigo identificar e aproveitar oportunidades, estando consciente dos riscos que lhes possam estar associados.			
Consigo definir objetivos e implementar um projeto supervisionado.			
Consigo apresentar ideias para desenvolver iniciativas de <i>marketing</i> efetivas.			
Gostaria de contribuir com as minhas ideias para um comportamento humano mais orientado para o futuro e mais sensível às questões ecológicas e sociais, quer na escola, quer no âmbito da sociedade em geral.			
Consigo analisar se a minha ideia irá gerar lucros e explicar o seu processo de financiamento.			
Consigo apresentar uma visão geral sobre as diferentes formas de poupar dinheiro e consigo escolher aquela que me é mais conveniente.			
Sei como tirar o maior proveito dos meus recursos, mesmo quando estes são limitados e disponho de um orçamento reduzido.			



Ficha A10

Fim da unidade: Autorreflexão

1. De que é que gostaste neste desafio? Porquê?

2. De que é que não gostaste neste desafio? Porquê?

3. Achas que, com este desafio, aprendeste a desenvolver estratégias para gerir um orçamento limitado?

4. Como é que podes aplicar as competências que desenvolveste com este desafio na vida real? Apresenta três exemplos.

5. Se tivesses de partilhar com os teus pais/encarregado de educação três coisas importantes que aprendeste com este desafio, quais seriam?

