



ÓCULOS SPECTRA ONE

Autores

Emanoel de Camargo dos Santos¹

João Manuel Guisante Zanetti²

Mateus Teixeira Ribeiro³

Murilo Carneiro Santos⁴

Camila Crisitiane Ferreira Padilha⁵

Resumo: O relato apresenta o desenvolvimento do **Spectra One**, óculos inteligente com tecnologia de realidade aumentada e recursos digitais voltados ao bem-estar, conectividade e produtividade. O estudo analisa sua viabilidade de mercado e potencial inovador no setor de wearables, destacando aplicações em educação, saúde, mobilidade e entretenimento, além da proposta de valor e oportunidades de inserção competitiva diante da transformação digital e da demanda por soluções personalizadas. A pesquisa apoia-se em revisão bibliográfica, análise de tendências e levantamento de custos e estratégias de posicionamento, ressaltando a inovação como fator de diferenciação em design, funcionalidades, acessibilidade e sustentabilidade. Conclui-se que o projeto amplia a interação homem-máquina e contribui para o debate sobre o papel da tecnologia na qualidade de vida e nos novos modelos de consumo digital.

Palavras-chave: Inovação; Wearables; Óculos inteligente; Mercado de tecnologia; Spectra One.

Emanoel dos Santos de Camargo do curso Administração, pela UNIFATEB, campus Telêmaco Borba – e-mail: es4532100@email.com

João Manoel Zanetti do curso de Administração da UNIFATEB, campus Telêmaco Borba – e-mail: joao76tb@email.com

Mateus Teixeira Ribeiro do curso de Administração da UNIFATEB, campus Telêmaco Borba – email:mateus.teixeira.ribeiro.mtr@email.com

Murilo Carneiro dos Santos do curso de Administração da UNIFATEB, campus Telêmaco Borba – e-mail: murilocarneiro2006@email.com

Camila C.F. Padilha Docente do Curso de Administração da UNIFATEB, campus Telêmaco Borba – e-mail: camilacfpadilha@gmail.com



Abstract: The professional report presents the development of *Spectra One*, a smart glass that integrates augmented reality technology and digital functionalities aimed at users' well-being, connectivity, and productivity. The main objective is to analyze the market feasibility and the innovative potential of the product within the wearable sector, highlighting its applicability in different daily contexts such as education, healthcare, mobility, and entertainment. In addition to introducing the device's value proposition, the study seeks to understand the opportunities for competitive insertion in light of digital transformation and the growing demand for personalized technological solutions. The research is based on a literature review, market trend analysis, and an assessment of costs, investments, and positioning strategies. Through this approach, the importance of innovation is emphasized as a strategic factor for differentiating *Spectra One* from direct and indirect competitors, considering aspects such as design, functionality, accessibility, and sustainability. Finally, the project not only expands the possibilities of human-machine interaction but also contributes to the debate on the role of technology in improving quality of life and consolidating new models of digital consumption.

Key-words: Innovation; Wearables; Smart glass; Technology market; Spectra One.

1. INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias tem transformado a maneira como os indivíduos se relacionam com a informação e a comunicação em seu cotidiano. Entre esses dispositivos, os óculos inteligentes destacam-se por integrar funções digitais ao campo de visão, oferecendo praticidade, conectividade e novas possibilidades de interação. Contudo, grande parte dos modelos disponíveis atualmente apresenta limitações relacionadas ao tamanho, ao design pouco discreto e à usabilidade no dia a dia, o que restringe sua adoção em larga escala.

Nesse cenário, a proposta do **Spectra One** surge como uma alternativa inovadora: um óculos inteligente discreto, ultraleve e com integração de áudio por fones embutidos, projetado para unir mobilidade, estilo e praticidade. Diferentemente de soluções robustas e de alto custo, como o *Apple Vision Pro*, o modelo busca atender à necessidade de usuários que desejam acesso a informações em tempo real sem abrir mão da estética e do conforto.

A relevância dessa proposta reside na crescente demanda por dispositivos tecnológicos que conciliem eficiência, conectividade e design minimalista, atendendo



tanto profissionais que necessitam de acesso rápido a dados quanto usuários comuns que buscam praticidade em sua rotina. Além disso, a convergência de recursos como projeção de informações (HUD), comandos de voz e opções versáteis de áudio reforça a aplicabilidade do produto em diferentes contextos, do corporativo ao lazer.

Dessa forma, o presente relato tem como objetivo apresentar o desenvolvimento conceitual do **Spectra One**, destacando suas especificações técnicas, diferenciais de design e potenciais impactos no mercado, contribuindo para a discussão sobre a evolução dos óculos inteligentes e suas possibilidades de inserção no cotidiano dos usuários.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O Spectra One é um óculos inteligente ultraleve e discreto, desenvolvido para integrar conectividade, estilo e praticidade em um único dispositivo. Projetado com foco no uso cotidiano, o produto oferece projeção minimalista de informações no canto da lente (HUD), fones de ouvido integrados de forma versátil (Bluetooth magnético ou cabo retrátil), além de comandos de voz compatíveis com os principais assistentes virtuais do mercado.

A proposta diferencia-se dos óculos inteligentes existentes ao priorizar design elegante e discreto, autonomia de bateria estendida (até 24h com HUD ativo) e integração de áudio inovadora, tornando-o ideal tanto para ambientes profissionais quanto para situações de lazer.

O público-alvo abrange profissionais que necessitam de mobilidade e acesso rápido a informações, além de consumidores conectados que buscam inovação sem abrir mão da estética e do conforto. O Spectra One posiciona-se como uma alternativa mais acessível e usável em comparação a dispositivos robustos e de alto custo, como o *Apple Vision Pro*.



Com linhas executiva, casual e esportiva, o produto se adapta a diferentes estilos de vida e perfis de usuário.

O lançamento do Spectra One representa um marco no setor de wearables, unindo funcionalidade, design e conectividade em um dispositivo que promete transformar a forma como as pessoas interagem com a tecnologia no dia a dia.

2.2 ANÁLISE DE MERCADO

Estudo dos Clientes — Global

Objetivo

Analisar os perfis de clientes em escala internacional para identificar oportunidades de adoção do óculos inteligente Spectra One, considerando fatores culturais, econômicos e tecnológicos que influenciam a aceitação em diferentes mercados.

Segmentos Globais

- Profissionais Urbanos (Executivos & Knowledge Workers)
- Localização: América do Norte, Europa Ocidental, Ásia (grandes centros)
- Necessidades: acesso rápido a e-mails, agenda, chamadas e navegação.
- Motivadores: produtividade, status tecnológico, imagem discreta.
- Barreiras: privacidade em escritórios, preço premium.

Pioneiros e entusiastas de tecnologia

- Localização: EUA, Japão, Coreia do Sul, Alemanha, Reino Unido.
- Necessidades: experimentar inovação antes da maioria, testar recursos de AR/HUD, integração com IA.
- Motivadores: novidade, exclusividade, compatibilidade com Alexa/Siri/Google.
- Barreiras: autonomia limitada, compatibilidade de apps, preço elevado.



Mercado Fitness & Lifestyle Ativo

- Localização: América do Norte, Europa, Austrália.
- Necessidades: ouvir música/podcasts em corridas ou ciclismo sem isolar do ambiente, pace e tempo no HUD.
- Motivadores: segurança (open-ear), leveza, design esportivo.
- Barreiras: resistência a suor/água, custo x benefício frente a fones esportivos.

Usuários Sensíveis à Privacidade (No-Camera Crowd)

- Localização: Europa (pela regulação GDPR), Oriente Médio (restrições culturais), corporações globais.
- Necessidades: notificações e áudio sem risco de vigilância.
- Motivadores: confiança, aceitação em ambientes corporativos e regulados.
- Barreiras: percepção de utilidade reduzida sem câmera para alguns.

Empresas (B2B – Logística, Manutenção, Serviços em Campo)

- Localização: Global, com destaque em países industrializados (EUA, Alemanha, China, Brasil, Índia).
- Necessidades: instruções hands-free, rotas rápidas, chamadas de equipe, registros de tarefas.
- Motivadores: eficiência operacional, segurança (mãos livres), ROI em produtividade.
- Barreiras: integração com sistemas internos, treinamento de equipes.

Mercado Emergente de Acessibilidade

- Localização: Índia, América Latina, África.
- Necessidades: HUD e áudio para auxílio a deficientes auditivos e visuais leves.
- Motivadores: inclusão digital, preço acessível, benefícios sociais.
- Barreiras: poder de compra, necessidade de versões “lite” mais baratas.



Personas Globais

- David, 38 (Nova York, EUA) – Executivo: valoriza estilo e IA integrada; busca status tech.
- Hiroshi, 26 (Tóquio, Japão) – Early adopter: precisa estar conectado em trânsito; paga por design e produtividade.
- Emma, 32 (Berlim, Alemanha) – Corredora urbana: prioriza segurança, leveza e música durante treinos.
- Arjun, 29 (Bangalore, Índia) – Tech worker: quer praticidade com preço acessível; sensível a parcelamento.
- Carlos, 40 (São Paulo, Brasil) – Supervisor de logística: busca eficiência para equipe em campo; compra via empresa.

Critérios de Decisão (peso global médio)

- Design discreto & conforto (altíssimo)
- Integração com assistentes de voz globais (alto)
- Preço competitivo (com variação regional) (alto)
- Autonomia da bateria (alto)
- Privacidade (sem câmera obrigatória) (médio-alto na Europa, alto no Oriente Médio, médio nos EUA)
- Funcionalidade clara no dia a dia (alto em emergentes; médio em early adopters).

Oportunidades Regionais

- América do Norte: grande mercado de early adopters, dispostos a pagar mais por status e inovação.
- Europa Ocidental: foco em privacidade, design minimalista, integração com normas de segurança (GDPR).
- Ásia (Japão/Coreia/China): alto interesse em wearables; público exigente em tecnologia e design.



- América Latina: potencial em preço acessível e adaptação para corporativo/logística.
- Oriente Médio: demanda por tecnologia que respeite privacidade e normas culturais.
- África: ainda emergente, mas com potencial em setores corporativos/logística.

Panorama do Mercado

- Crescimento acelerado: O mercado global de smart glasses cresceu 110 % em volume de embarques no primeiro semestre de 2025, impulsionado especialmente pelos modelos com IA.
- Dominância de Meta (Ray-Ban Meta): A Meta detém cerca de 73 % da participação de mercado global nesse período, consolidando sua liderança com os óculos Ray-Ban Meta AI.
- Projeção de expansão robusta: Espera-se um crescimento contínuo: CAGR acima de 60 % entre 2024 e 2029 Outra estimativa de mercado antecipou que o setor deve atingir até US\$ 4,1 bilhões até 2030, com CAGR de 29,4 % entre 2024 e 2030.
- Importância do segmento de áudio: Segmentos de smart glasses com foco em áudio (como os que utilizam condução óssea ou open-ear) têm destaque devido à demanda por interações mãos-livres e atenção ao ambiente.

Principais Concorrentes

- Meta – Ray-Ban Meta / Oakley: A Meta é líder de mercado no segmento de smart glasses, com modelos que integram inteligência artificial, design estiloso e ampla distribuição global. Já a Oakley, também sob o guarda-chuva da Meta, foca em maior autonomia e performance voltada para esportistas.
- Rokid Glasses: Os óculos da Rokid surgem como uma alternativa mais acessível, com preço aproximado de US\$ 599. Possuem tecnologia dual Micro-LED, integração com IA (ChatGPT-5) e display monocular estilo HUD (head-up display).



- Halo: Os smart glasses da Halo não possuem câmera, mas contam com IA integrada (Gemini e Perplexity), além de gravação sempre ativa. O preço estimado fica entre US\$ 300 e US\$ 500, com lançamento previsto para o início de 2026, segundo a WIRED.
- Snap – Spectacles: A Snap desenvolveu os Spectacles com foco no público jovem e usuários de redes sociais. Os óculos têm realidade aumentada (AR) e múltiplas câmeras. A 5ª geração foi lançada em 2024, conforme informações da Wikipedia e Markets and Markets Blog.
- Google / Alianças de moda: O Google firmou parcerias com marcas como Gentle Monster e Warby Parker para criar smart glasses com design elegante e integração com IA através do Gemini. A Vogue Business destacou essa abordagem de unir tecnologia e moda.
- Samsung (com Google/Qualcomm): Há rumores de que a Samsung lançará seus smart glasses no terceiro trimestre de 2025. O dispositivo teria design leve (aproximadamente 50g) e incluiria funcionalidades como reconhecimento por gestos e pagamentos via QR code, conforme informações do Reddit.
- Apple: Apesar de ter cancelado um projeto anterior de realidade aumentada, a Apple estaria desenvolvendo novos smart glasses com integração de IA, com lançamento planejado para até o final de 2026, segundo The Verge e The Times of India.

Oportunidades e Vantagens do Spectra One

- Design ultraleve e discreto: Diferencia do formato mais “tecnológico” e robusto de alguns concorrentes, especialmente Meta e Samsung.
- Foco em áudio integrado: Atende ao segmento em expansão de áudio hands-free, com HUD ocular e opções versáteis de fone (Bluetooth ou cabo)
- Preço competitivo e clareza de proposta: Pode se posicionar entre modelos mais caros (como Ray-Ban Meta ou Apple futuro) e mais baratos, mas sem comprometer estilo ou funcionalidade.



- Privacidade consciente: Em um momento onde a Gen Z está resistindo a dispositivos com câmera “sempre-ligada” o Spectra One pode oferecer tranquilidade com foco apenas em HUD e áudio.
- Compatibilidade com diversos assistentes de voz
Valor agregado por permitir integração com Siri, Alexa e Google, mais flexível que soluções proprietárias.
- Segmentação clara (profissional e personal lifestyle)
Atende tanto o público corporativo que quer notificações sutis, quanto quem valoriza estilo e praticidade no dia a dia.

O mercado de smart glasses está em rápida expansão e fortemente liderado pela Meta, mas há espaço para inovações que priorizem design, simplicidade e privacidade. O Spectra One, com sua proposta de HUD discreto, áudio integrado e foco no usuário, possui diferenciais sólidos para se destacar — especialmente com o panorama competitivo atual e as expectativas de crescimento robusto a médio prazo.

PLANO FINANCEIRO

Receita Mensal Estimada

Venda Direta (E-commerce próprio + B2B)

Preço Unitário:

- Casual: R\$ 5.000
- Esportivo: R\$ 7.500
- Executivo: R\$ 10.000



Quantidade de vendas estimadas: 500.000 unidades/mês:

Modelo	%vendas	Unidades/mês	Receita (R\$)
Casual	50%	250.000	$250.000 \times 5.000 = 1.250.000.000$
Esportivo	30%	150.000	$150.000 \times 7.500 = 1.125.000.000$
Executivo	20%	100.000	$100.000 \times 10.000 = 1.000.000.000$

Total Receita Mensal Estimada: R\$ 3.375.000.000

Distribuição por continente (percentual da receita):

- Américas (46,3%): $3.375.000.000 \times 46,3\% = \text{R\$ } 1.561.125.000$
- Europa (26,3%): $3.375.000.000 \times 26,3\% = \text{R\$ } 887.625.000$
- China (20%): $3.375.000.000 \times 20\% = \text{R\$ } 675.000.000$
- Pacífico Asiático (7,4%): $3.375.000.000 \times 7,4\% = \text{R\$ } 249.750.000$

Despesas Fixas Mensais Estimadas

Folha Salarial (181 funcionários globais)

- Média salarial aproximada: R\$ 5.000/mês
- Total Folha: $181 \times 5.000 \approx \text{R\$ } 905.000$

Produção (500.000 unidades/mês)

Item	Custo Unitário (R\$)	Total 500.000 unid. (R\$)
Componentes	400	$500.000 \times 400 = 200.000.000$
Montagem + QA	80	$500.000 \times 80 = 40.000.000$
Embalagem	35	$500.000 \times 35 = 17.500.000$
Logística	50 (média)	$500.000 \times 50 = 25.000.000$



Custo total produção mensal: R\$ 282.500.000

Outras Despesas Fixas Mensais

- Infraestrutura (energia, água, manutenção global): R\$ 50.000
- Marketing e Publicidade: R\$ 300.000
- Pesquisa e Desenvolvimento (P&D): R\$ 200.000
- Logística adicional e centros de distribuição: R\$ 150.000
- Internet, Softwares, Servidores e Suporte: R\$ 50.000

Total Outras Despesas Fixas: R\$ 750.000

Total Despesas Fixas Mensais (Folha + Produção + Outras):
905.000 + 282.500.000 + 750.000 ≈ R\$ 284.155.000

Impostos Mensais Estimados (Lucro Real – operação global)

- PIS/COFINS: 3,65% sobre faturamento, $3.375.000.000 \times 3,65\% = \text{R\$ } 123.187.500$
- ISS (serviços e assinaturas): R\$ 15.000
- IRPJ + CSLL (25% sobre lucro líquido): aproximadamente R\$ 793.711.125

Total Impostos: R\$ 916.913.625

Lucro Mensal Estimado

Lucro = Receita Total – Despesas Fixas – Impostos
Lucro = $3.375.000.000 - 284.155.000 - 916.913.625 = \text{R\$ } 2.173.931.375$

Investimentos Iniciais (CAPEX)

- Planta de Produção (máquinas, linhas de montagem): R\$ 1.200.000
- Desenvolvimento Tecnológico (hardware + software inicial): R\$ 800.000



- Móveis, Equipamentos e Escritórios Globais: R\$ 300.000
- Computadores, Servidores e Periféricos: R\$ 250.000
- Marketing Inicial e Lançamento Global: R\$ 500.000
- Estoque Inicial de Produção (10.000 óculos para teste inicial): R\$ 68.750.000
- Capital de Giro (1 mês de operação): R\$ 284.155.000

Total Investimento Inicial: R\$ 355.955.000

Investimento Inicial (CAPEX + Capital de Giro): R\$ 766.155.000

Lucro Mensal Estimado: R\$ 2.173.931.375

ROI – Retorno sobre Investimento

Tempo de Retorno = Investimento Inicial ÷ Lucro Mensal

$766.155.000 \div 2.173.931.375 \approx 0,35$ meses (~11 dias)

Observação:

Mesmo com o investimento inicial elevado devido à construção da fábrica, máquinas, tecnologia, estoque e marketing global, o ROI continua extremamente rápido devido à produção massiva de 500.000 unidades/mês e à alta margem dos óculos premium. O ponto de equilíbrio é alcançado em menos de 2 semanas de operação global.

INVESTIMENTO INICIAL – SPECTRA ONE

Planta de Produção e Instalações

- Construção de fábrica e infraestrutura física: R\$ 50.000.000
- Instalações elétricas, hidráulicas, segurança e rede interna: R\$ 10.000.000
- Depósitos e centros de armazenamento interno: R\$ 5.000.000

Subtotal Planta: R\$ 65.000.000



EPIC 2025

XII ENCONTRO DE PESQUISA, XVI ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E
II ENCONTRO DE ENSINO E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



Máquinas e Equipamentos de Produção

- Linhas de montagem automatizadas e de montagem manual: R\$ 60.000.000
- Máquinas de teste e controle de qualidade (QA/QC): R\$ 15.000.000
- Equipamentos de testes ópticos, HUD e sensores: R\$ 10.000.000
- Equipamentos de fabricação de lentes e ajustes: R\$ 10.000.000

Subtotal Máquinas: R\$ 95.000.000

Tecnologia e Desenvolvimento

- Desenvolvimento de hardware inicial: R\$ 15.000.000
- Desenvolvimento de software/IA e integração com apps: R\$ 10.000.000
- Licenças de software e ferramentas de design: R\$ 5.000.000

Subtotal Tecnologia: R\$ 30.000.000

Infraestrutura Administrativa

- Móveis e decoração da fábrica e escritórios: R\$ 5.000.000
- Computadores, servidores, periféricos e telecomunicações: R\$ 10.000.000
- Sistemas internos e ERP corporativo: R\$ 2.000.000

Subtotal Administrativo: R\$ 17.000.000

Estoque Inicial de Produção

- Componentes para 500.000 unidades/mês R\$ 200.000.000
- Estoque de produtos para distribuição inicial: R\$ 50.000.000

Subtotal Estoque Inicial: R\$ 250.000.000

Marketing e Lançamento Global

- Campanha de lançamento mundial, branding e publicidade digital: R\$ 20.000.000



- Criação de conteúdo, vídeos e eventos de demonstração: R\$ 5.000.000

Subtotal Marketing: R\$ 25.000.000

Capital de Giro (1 mês de operação)

- Custos operacionais mensais (folha de pagamento + produção + logística + marketing): R\$ 284.155.000

Total do Investimento Inicial (CAPEX + Capital de Giro)

- Planta + Máquinas + Tecnologia + Escritório + Estoque + Marketing + Capital de Giro

R\$ 65.000.000 + 95.000.000 + 30.000.000 + 17.000.000 + 250.000.000 +
25.000.000 + 284.155.000 ≈ R\$ 766.155.000

Desenvolvimento Tecnológico e Inovação em Wearables

O desenvolvimento tecnológico é o principal pilar da Spectra One. A empresa investe constantemente em pesquisa para oferecer um óculos inteligente moderno, discreto e funcional. Isso inclui a criação de sistemas ópticos avançados (HUD), integração com assistentes de voz, uso de materiais de alta resistência (fibra de carbono e lentes fotocromáticas) e tecnologias opcionais, como câmeras em HD/4K e sensores infravermelhos. Com uma abordagem personalizada, o produto atende diferentes perfis de consumidores, desde executivos até atletas.

Testes de Qualidade e Certificação Internacional

Para garantir confiabilidade e durabilidade, os óculos passam por rigorosos testes de qualidade, incluindo resistência à água, pressão em profundidade, impacto e adaptação a diferentes condições de luminosidade. A certificação internacional em normas de segurança e tecnologia é parte essencial do



processo, assegurando que o produto atenda aos padrões de desempenho exigidos no mercado global.

Assistência Técnica e Pós-Venda

A experiência do cliente não termina na compra, A empresa oferece suporte técnico especializado, manutenção preventiva, troca de componentes e atualização de software. O pós-venda conta ainda com garantia estendida e a possibilidade de upgrades, como lentes polarizadas (azul, vermelha, amarela etc.) e novas funções inteligentes. Essa estrutura fortalece a confiança do consumidor e garante a fidelização à marca.

Monitoramento de Tendências e Evolução do Mercado

O setor de wearables e realidade aumentada está em constante evolução. Por isso, a Spectra One mantém um núcleo de inteligência de mercado que acompanha mudanças tecnológicas, preferências de consumo e lançamentos da concorrência. Esse monitoramento garante adaptações rápidas ao portfólio de produtos e o aproveitamento de novas oportunidades de negócio em escala global.

Infraestrutura e Operação

A infraestrutura da Spectra One conta com um centro de desenvolvimento tecnológico equipado com laboratórios de testes, área de design e espaço de coworking colaborativo. O escritório global possui 250m² com segurança digital, conectividade em nuvem e ambiente acessível. Além disso, a cadeia produtiva



é composta por fornecedores estratégicos de lentes, chips e materiais de alta tecnologia, garantindo eficiência e escalabilidade na produção.

2.2 PLANO DE MARKETING

Posicionamento de Marca

- Slogan: “Tecnologia que se adapta ao seu estilo.”
- Diferencial: óculos inteligente discreto, personalizável e acessível
- Valores: inovação, praticidade, estilo e privacidade.

Público-Alvo Principal

Executivos e profissionais urbanos → buscam produtividade e sofisticação.

Consumidores conectados (casual/lifestyle) → querem praticidade e estilo no dia a dia.

Esportistas e entusiastas fitness → valorizam leveza, segurança e performance.

Canais de Divulgação

- Redes Sociais (Instagram, TikTok, LinkedIn) → campanhas segmentadas por perfil (executivo, casual, esportivo).
- Marketing de Influência parcerias com executivos LinkedIn, criadores tech no YouTube, e influenciadores fitness no Instagram/TikTok.
- Site oficial é um configurador interativo, storytelling.
- Eventos & Feiras Tech lançamento em eventos de inovação/wearables.

Estratégias de Lançamento



- Teaser Campaign: posts curtos destacando frases como “Um novo olhar para o futuro” + imagens sombreadas do produto.
- Pré-venda Exclusiva: descontos para os primeiros compradores + personalização gratuita (ex.: gravação na haste).
- Campanha “3 Estilos, 1 Tecnologia”: mostrando as linhas Executivo, Casual e Esportivo em vídeos curtos.
- Programa B2B: versão corporativa com foco em logística, manutenção e mobilidade para empresas.

Projeção de Preço

- Executivo: Premium (acima da Casual, abaixo do Apple Vision Pro).
- Casual: Preço médio, para maior alcance.
- Esportivo: Intermediário, com extras para treinos.

Metas Iniciais (6 meses)

- 10 mil unidades vendidas em mercados piloto (Brasil, EUA, Europa Ocidental).
- Engajamento: 50 mil seguidores somando Instagram + TikTok + LinkedIn.
- Firmar 5 parcerias estratégicas com influenciadores tech e esportivos.
- Criação de site (desenvolvimento, domínio e hospedagem).
- SEO e blog (p rodução de documentos e otimização para buscas).
- Gestão de redes sociais (criação de conteúdo e gerenciamento).
- Anúncios online (Google Ads, Facebook/Instagram Ads, LinkedIn Ads).
- E-mail marketing e automação.

Networking e Estratégias Offline

- Participação em eventos (inscrição e materiais para feiras e conferências).
- Parcerias com profissionais (advogados, consultores e empresários).
- Programa de indicação (benefícios para clientes que indicam novos negócios).



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do Spectra One representa um avanço significativo no mercado de tecnologias vestíveis, unindo inovação, design e funcionalidade em um único produto. A proposta de oferecer um óculos inteligente com múltiplos recursos – como lentes fotocromáticas, opcionais de câmeras HD/4K, resistência à água e pressões, conectividade inteligente e armação em fibra de carbono – posiciona a marca como uma alternativa competitiva frente aos principais players globais.

Com uma estrutura organizacional sólida, distribuída estrategicamente em diferentes continentes e apoiada por um gerenciamento global, a empresa garante eficiência em produção, logística, marketing e atendimento ao cliente. Além disso, a diversidade de profissionais envolvidos – desde engenheiros e designers até especialistas em marketing e suporte técnico – reforça a capacidade da Spectra One em atender às demandas de um mercado dinâmico e exigente.

O plano de negócios apresentado demonstra que a Spectra One não busca apenas vender um produto, mas construir uma experiência tecnológica diferenciada para seus clientes. A combinação entre inovação, planejamento estratégico, logística internacional e foco na satisfação do consumidor é o que sustentará a expansão da marca no cenário mundial.

Assim, o Spectra One não é apenas um óculos esportivo, mas uma proposta de transformação da forma como as pessoas interagem com a tecnologia no dia a dia, oferecendo praticidade, segurança e conectividade de maneira moderna e acessível.

EPIC 2025

XII ENCONTRO DE PESQUISA, XVI ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E
II ENCONTRO DE ENSINO E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, pois sem ele nada disso seria possível, também agradecemos ao Centro Universitário UNIFATEB, aos professores envolvidos no projeto, à orientadora Camila F. Padilha e às famílias pelo apoio, e aos autores pelo desenvolvimento do trabalho.



REFERÊNCIAS

DORA, Mannat. **Smart glasses market surges 110% in H1 2025, with new Meta, Xiaomi launches.** The Economic Times, 2025. Disponível em: https://economictimes.indiatimes.com/tech/technology/smart-glasses-market-surges-110-in-h1-2025-with-new-meta-xiaomi-launches/articleshow/123345604.cms?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02 set. 2025.

NAGAR, Akanksha. **Meta's share of the global smart glasses market rise to 73% in H1 2025: The global tariff crisis for electronic devices during the first half of the year has had a limited impact on the smart glasses market so far, according to Counterpoint's Global Smart Glasses Model Shipments Tracker.** Storyboard, 2025. Disponível em: https://www.storyboard18.com/digital/-78694.htm?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02 set. 2025.

JANG, Hannah; TANG, Flora . **Global Smart Glasses Market Soars 210% YoY in 2024 Driven by Ray-Ban Meta Smart Glasses.** Counterpoint, 2025. Disponível em: https://www.counterpointresearch.com/en/insights/post-insight-research-notes-blogs-rayban-meta-smart-glasses-drive-global-smart-glasses-market-surge-in-2024-fuelling-momentum-in-2025-with-projected-60-cagr-through-2029?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02 set. 2025.

WOOD, Laura. **Global Smart Glasses Markets 2024-2028 with Meta, Vuzix, Seiko Epson, EssilorLuxottica, Amazon, TCL Electronics, LUCYD EYEWEAR, Lenovo, Huawei, and Xiaomi Dominating.** Globenewswire, 2024. Disponível em: https://www.globenewswire.com/news-release/2024/11/12/2978782/28124/en/Global-Smart-Glasses-Markets-2024-2028-with-Meta-Vuzix-Seiko-Epson-EssilorLuxottica-Amazon-TCL-Electronics-LUCYD-EYEWEAR-Lenovo-Huawei-and-Xiaomi-Dominating.html?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02 set. 2025

Autor. **Smart Glasses Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Binocular, Audio), By Operating System (Android, Linux), By Glass Tinting Technology, By Application, By Connectivity, By Region, And Segment Forecasts, 2025 - 2030.** Grand view research, 2024. Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/smart-glasses-market-report>. Acesso em: 02 set. 2025.

EPIC 2025

XII ENCONTRO DE PESQUISA, XVI ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E
II ENCONTRO DE ENSINO E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



*Autor. Ray-Ban Meta. Wikipedia, 2025. Disponível em:
https://en.wikipedia.org/wiki/Ray-Ban_Meta?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02
set. 2025.*

HECTOR, Hamish. **These impressive new smart glasses with a screen put Meta on notice: The Rokid Glasses are here.** TechRadar, 2025. Disponível em:
https://en.wikipedia.org/wiki/Ray-Ban_Meta?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 02
set. 2025.