

Empreender em Odivelas

C.M ODIVELAS

Um Documento de Apoio a Futuros Empreendedores



Estou convencido de que cerca de metade do que separa os empreendedores de sucesso daqueles mal sucedidos é a pura perseverança.

STEVE JOBS

NOTA DE APRESENTAÇÃO

O Município de Odivelas considera a Reabilitação Urbana como prioridade estratégica no sentido de preservar a cidade que temos, aquela que as gerações passadas edificaram, a que deu origem a comunidades reunidas em torno de um destino comum.

O presente guia está inserido na candidatura do Município de Odivelas ao PORLisboa, programa de ação “Reabilitação do centro Histórico de Odivelas”. Esse programa de ação tem em vista um conjunto integrado de operações de valorização de uma área urbana de excelência da cidade de Odivelas, o seu centro histórico.

A cidade e o território necessitam de mudanças. E as mudanças passam muito pelos cidadãos, pela renovação de atitudes, de comportamentos. Pretende-se que a presente intervenção atue a vários níveis, nomeadamente, na valorização do património cultural, na qualificação do espaço público, na promoção da coesão e inclusão sociais e na revitalização económica.

E é da articulação de várias ações orientadas por objetivos comuns que se pretende chegar a um resultado harmonioso e complementar.

As ações que serão empreendidas de âmbito físico terão necessariamente resultados mais visíveis. No entanto, consideramos que as ações de âmbito social, económico e cultural, apesar de mais difícil concretização, são fulcrais porque crescem, reproduzem-se e garantem a sustentabilidade da intervenção.

O Guia do Empreendedor insere-se no plano da revitalização socioeconómica e pretende assumir-se como uma mais-valia para quem tenha espírito empreendedor.

A Presidente da Câmara Municipal de Odivelas
Susana Amador

ÍNDICE

7	Introdução
9	Perfil Empreendedor
21	Ter a Ideia
29	Projeção e Proteção da Ideia
37	Equipa de Projeto
43	Localização do Negócio
55	Plano de Negócios
77	Financiamento
87	Constituição Legal
93	Start up
98	Bibliografia
99	Glossário

A Câmara Municipal de Odivelas tem em vista impulsionar o desenvolvimento económico e social do seu território, através do estímulo à criação de unidades negócio capazes de gerar emprego e de incrementar riqueza, tendo por isso apostado na criação do guia Empreender em Odivelas.

O guia Empreender em Odivelas surge com a apresentação de uma candidatura da Câmara Municipal de Odivelas ao PorLisboa, operação “Empreendedorismo e Promoção da Economia Local”, da qual o programa de ação “Reabilitação do Centro Histórico de Odivelas” é parte integrante e tem como objetivo a adoção de um conjunto de medidas de estímulo ao comércio local instalado no núcleo histórico de Odivelas.

O guia está estruturado de acordo com as etapas que devem ser seguidas para a criação de um negócio. Cada capítulo tem a sumula das questões mais relevantes sobre cada uma das temáticas, havendo um campo para anotação de novas ideias.

O guia Empreender em Odivelas pretende constituir-se como modelo de referência ou força motriz, junto de potenciais empreendedores, para a implementar negócios no Centro Histórico de Odivelas.

Em cada um dos capítulos encontrará uma parte informativa, seguida de atividades e/ou áreas de trabalho que poderá usar para ir definindo todos os aspetos do seu negócio.

Ao longo do guia encontrará a abreviatura “GI” que corresponde ao Glossário, onde encontrará definidos os conceitos chave que estão associados a este tema.



1. PERFIL EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

PERFIL EMPREENDEDOR

Sou empreendedor?



Empreender - do latim, imprehendere. "intentar; levar a efeito; dar princípio a" (adaptado de Priberam.pt)

O conceito de empreendedorismo

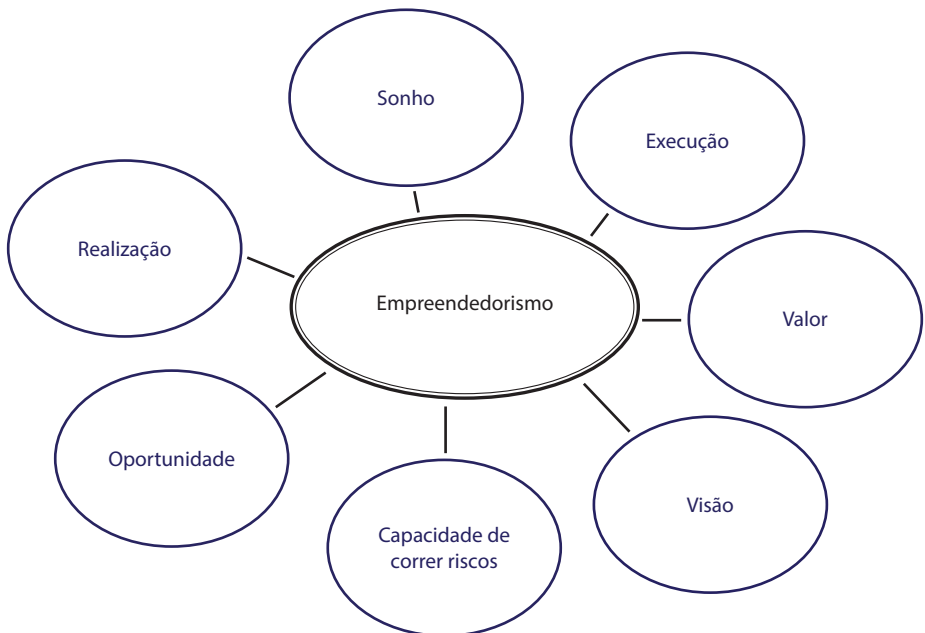
O empreendedorismo é um processo dinâmico, que visa reconhecer e aproveitar oportunidades, gerar ideias e concretizá-las.

Uma pessoa empreendedora gera novos produtos ou serviços, aproveitando novas oportunidades e gerando riqueza.

Nesse sentido, se quiser ser empreendedor, deve dedicar o tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e procurar com isso alcançar a sua satisfação económica e pessoal.

O empreendedorismo possibilita a evolução do mercado, a criação de novas empresas e, consequentemente, a geração de novos postos de trabalho e o desenvolvimento económico.

Mas o que é EMPREENDEDORISMO?



Palavras-chave do Empreendedorismo

Empreendedorismo no contexto atual

Evolução Tecnológica

No mundo globalizado a necessidade de resolver problemas é cada vez maior, pelo que a inovação e invenção têm sido constantes.

Por exemplo, a evolução tecnológica (internet, computadores, robôs, programas e sistemas informáticos) vieram solucionar inúmeros problemas, permitindo um acesso mais rápido ao conhecimento e uma maior aproximação e contato com diferentes realidades e culturas de todo o mundo.

Globalização

À distância de um clique estamos ligados ao mundo, ou seja, vivemos numa aldeia global, onde os processos de comunicação, interação e integração social, económica, cultural e política se interligam entre países. Esta realidade trouxe um vasto mundo de oportunidades para os novos empreendedores.

Crise Económica e Social

As dificuldades atuais do país acabam por refletir em diferentes comportamentos sociais, tais como a diminuição do consumo, por via da redução do rendimento disponível. A dificuldade de acesso ao mercado de trabalho e o desemprego de longa duração são realidades sinónimas da crise que se faz sentir.



Mercado Laboral Atual

Todas estas alterações criaram uma nova realidade laboral. Já não existem empregos para toda a vida e, por isso, deve estar preparado para trabalhar em diversas áreas e sectores. Para além disso, é exigido um novo ritmo de trabalho que obriga que os trabalhadores sejam mais flexíveis, seque adaptem a diferentes realidades e que sejam capazes de desempenhar diferentes papéis e funções. Como tal, o que as organizações de hoje procuram e exigem são indivíduos com espírito empreendedor, empenhados, esforçados e capazes de solucionar problemas.

O empreendedor

Quem são então os empreendedores? O que os caracteriza?

Apesar do que se possa pensar, os empreendedores não são pessoas especiais; ainda que possuam algumas características peculiares, não deixam de ser pessoas comuns. O que os distingue é, no fundo, a forma como potenciam determinadas competências e a forma como decidem aproveitá-las. Contudo, não existe ninguém que não possua algumas características empreendedoras, tal como não existe ninguém que as tenha todas. Para além disso, não existe uma “receita” para se ser empreendedor e por isso não é possível listar ou conseguir identificar todas as características.

Apresentamos de seguida apenas as mais consensuais.

Consegue rever-se em algumas delas?

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Eficácia

Espírito Positivo em
relação à mudança

Iniciativa

Disposição para
aprender

Determinação

Orientação
para o lucro

Criatividade

Flexibilidade

Motivação

Eficiência

Capacidade de
interagir com terceiros

Autoconfiança

Liderança

Necessidade
de realização

Habilidade

Responsabilidade

Competitividade

Capacidade de correr
riscos calculados

Versatilidade

Otimismo

Apesar das dificuldades e adversidades com que se pode deparar, não deve desistir e deve acreditar sempre em si.

Quais as dificuldades que poderá encontrar?

Durante a criação do seu negócio poderá deparar-se com algumas dificuldades, tais como:

Equipa de Gestão

- ♦ Falta de conhecimentos na área de gestão.

Viabilidade

- ♦ Dificuldade em avaliar a viabilidade das suas ideias, construir um projeto e gerir com eficácia o seu negócio.
- ♦ Não conseguir medir o potencial efetivo do projeto

Risco

- ♦ Medo de correr riscos.
- ♦ Os riscos devem ser calculados, pelo que o empreendedor deve sempre dispensar tempo, trabalho, energia e por vezes, algum capital.

Acesso ao Crédito

- ♦ Falta de capital e difícil acesso ao financiamento ou crédito com taxas de juro demasiado elevadas.

Burocracias

- ♦ Burocracias e desconhecimento das obrigações legais necessárias para a criação e legalização dos negócios.

Como vê, as dificuldades existem. Fique desde já com algumas sugestões, que poderão facilitar o seu percurso como empreendedor:

Rede de contactos

- ♦ Para melhorar e desenvolver mais capacidades empreendedoras procure conviver com pessoas empreendedoras. Crie uma boa rede de contactos que o possa ajudar e apoiar.

Ultrapasse as dificuldades

- ♦ Não desista apenas porque é difícil! Enfrente as adversidades, resolva os problemas, aprenda como se resolver e com as falhas tente fazer sempre melhor.

Uma boa ideia e muito empenho

- ♦ É errado pensar que para concretizar o seu projeto precisa de ter uma ideia absolutamente original, genial ou muito dinheiro. Aproveite as oportunidades e crie meios que lhe permitam atingir os seus fins.

Acredite no seu projeto

- ♦ Seja entusiasta e não desista. Lembre-se que um empreendedor não é um solitário ou apenas um executor. Antes de tudo, o empreendedor é o primeiro a acreditar na sua ideia e por natureza o último a desistir.

Formulário de Autoavaliação do Perfil Empreendedor

E AGORA NA PRÁTICA...

Analise agora o seu perfil empreendedor respondendo a este questionário e confirmando a sua pontuação.

Embora não seja possível “medir” o nível de empreendedorismo, queremos que consiga a identificar as suas características e atitudes empreendedoras.

Teste do Empreendedor
<http://www.anje.pt>

Teste de Capacidade
Empreendedora
<http://www.iapmei.pt>

Questões:

Selecione a opção que melhor responde às perguntas colocadas.

1. Considera-se uma pessoa criativa?

A - Procuro ser criativo em tudo o que faço, quer a nível pessoal, quer profissional.

B - Não sinto qualquer necessidade de ser criativo na área em que trabalho.

C - Sou criativo nalgumas situações, mas raramente tenho inspiração para isso.

2. Costuma correr riscos?

A - Prefiro jogar sempre pelo seguro.

B - Assumo alguns riscos, depois de pensar bem nas consequências.

C - Normalmente quando vejo uma boa oportunidade ou desafio “atiro-me de cabeça”.

3. Quais as razões pelas quais trabalha com outras pessoas?

A - Mesmo quando não é necessário, gosto de discutir e partilhar ideias e opiniões com a minha rede de colegas e pessoas amigas.

B - Prefiro sempre fazer o meu trabalho sozinho.

C - Só trabalho com outras pessoas quando isso é obrigatório.

4. Como lida com os problemas?

A - Sempre que tenho um problema não desisto enquanto não o conseguir resolver.

B - Fico normalmente assustado(a) ou em pânico e não o consigo resolver.

C - Habitualmente procuro ajuda de outras pessoas para que o problema fique resolvido.

5. Escolha 3 razões que o motivam a criar o seu próprio negócio?

A	☐	Dinheiro
B	☐	Independência
C	☐	Realização pessoal
D	☐	Provar às outras pessoas que sou capaz
E	☐	Gosto pelo risco
F	☐	Realização de um sonho
G	☐	Estou desempregado

6. Escolha 3 motivos que poderão dificultar o seu negócio?

A	☐	Julgo que não serei empreendedor o suficiente
B	☐	Tenho medo de perder dinheiro
C	☐	Acho que dará demasiado trabalho
D	☐	Poderei não conseguir dinheiro para investir
E	☐	Falta de pessoas que acreditem em mim
F	☐	Medo de não corresponder às expetativas
G	☐	Receio da mudança

Resultados:

Verifique os pontos referentes às alíneas que selecionou:

1.	5.
A - 2	A - 1
B - 0	B - 2
C - 1	C - 2
2.	D - 1
A - 0	E - 1
B - 2	F - 1
C - 1	G - 2
3.	6.
A - 2	A - 0
B - 0	B - 1
C - 1	C - 0
4.	D - 1
A - 2	E - 0
B - 0	F - 1
C - 1	G - 1

Analise a sua pontuação:

Se tiver obtido entre 6 e 11 pontos | Possui potencial empreendedor por descobrir e desenvolver.

Embora possua algumas características empreendedoras e realize algumas atividades que já denotam o seu potencial empreendedor, precisa de melhorar determinadas características. Para tal, verifique quais as características e atividades em que obteve menos pontos e procure melhorá-las e aprofundá-las.

É importante perceber que todas as pessoas são capazes de ser empreendedoras e que existem formações e vários exercícios ou atividades que poderemos fazer para melhorar algumas competências pessoais. Mas acima de tudo essa mudança deve partir de si e da sua predisposição e vontade de mudar.

Se tiver obtido entre 12 e 16 pontos | Tem atitude e vontade de ser empreendedor, mas poderá ainda mudar e aprender algo.

As pessoas empreendedoras são ambiciosas e acreditam que poderão fazer sempre mais e melhor e por isso apostam na aprendizagem e no desenvolvimento de novas atitudes e competências.

Esperamos que neste guia possa encontrar algo que o ajude a potencializar as suas características e ser mais bem sucedido.

Se tiver obtido 17 pontos | Tem tudo para ser empreendedor, falta-lhe apenas apostar num projeto seu.

Possui as características e um espírito empreendedor, apenas lhe falta utilizar essas competências e investir num projeto seu.

Neste guia daremos algumas orientações sobre a forma como deve iniciar esse projeto e o que precisa de saber para ser bem-sucedido.

Deste modo, indicaremos alguns passos para criar a sua empresa e algumas dicas para elaborar um bom plano de negócios.

“A maior habilidade de um líder é desenvolver habilidades extraordinárias em pessoas comuns.”

Abraham Lincoln

PERFIL EMPREENDEDOR

Como me posso tornar mais empreendedor?

Para se tornar mais empreendedor existem algumas estratégias ou métodos que pode adotar e que lhe permitirão melhorar o seu desempenho no dia-a-dia.

Orientação/ Coaching

A orientação de um mentor, que tenha experiência em empreendedorismo, poderá servir-lhe como referência ajudando-o a antecipar eventuais dificuldades.

Ajuda entre pares

É importante existir uma rede de apoio e de suporte que permita partilhar conhecimentos, experiências, dúvidas e receios com pessoas que estão na mesma fase de vida ou projeto – construção social do conhecimento.

Experiencial

Enfrentar desafios e experienciar diferentes atividades e situações permitir-lhe-á aprender com os sucessos e insucessos. Os erros devem ser sempre encarados como uma forma de aprender e melhorar. Cada experiência é uma nova oportunidade de aprendizagem.

Conhecimento

Em qualquer campo o conhecimento é essencial, como tal, o empreendedor deve ser uma pessoa que se mantém atualizada e tem a preocupação de estar sempre a aprender, possuindo uma humildade suficiente para procurar aquilo que não sabe e aprender com os conhecimentos de quem necessita para os seus negócios ou projetos.

Planeamento

Esta é uma fase essencial, pois deve ser capaz de prever a viabilidade do negócio e assegurar-se de que consegue concretizar a sua ideia e vendê-la. Planear não consiste só em organizar e prever o que se quer e se vai fazer, mas também, de perceber tudo o que precisa de ser feito para concretizar o projeto.

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

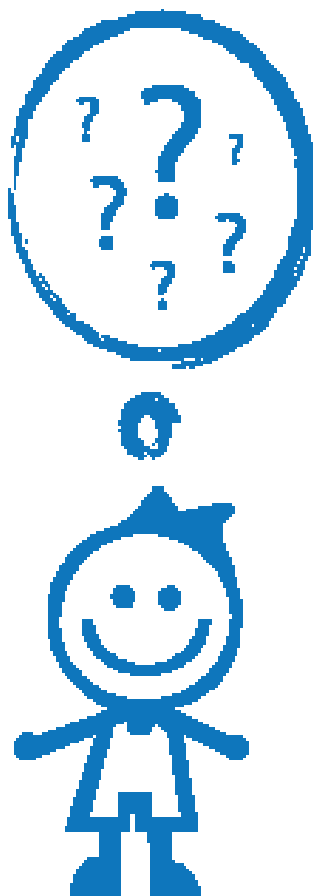
7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

TER A IDEIA

Como posso ter uma ideia?



“As boas ideias não têm idade, apenas têm futuro”

Robert Mallet

As boas ideias decorrem normalmente de uma oportunidade interessante porque detetámos a necessidade ou falta de algo. Poderá também dar-se o caso de ter a vontade de ser empreendedor mas não saber como encontrar a ideia ideal. E é nisso que pretendemos ajudá-lo.

Importa que perceba não só, como pode surgir a ideia, mas também como poderá ter sucesso com a mesma.



A melhor forma de ter uma ideia é fazendo perguntas aos seus botões. As suas ideias poderão surgir através de reflexões suas no cotidiano:

"O que não existe?"	Identificação de necessidades	Mediante a pesquisa de necessidades não satisfeitas e da concepção de produtos e/ou serviços para as satisfazer;
---------------------	--------------------------------------	--

"O que falta fazer?"	Observação de deficiências	Preste atenção aos produtos/ serviços que possam sofrer alterações e melhorias (design de embalagens, serviço ao cliente, preço, espaços físicos..), ou seja, pense nas melhorias que pode fazer se pretender abrir uma empresa que faça concorrência a outras;
----------------------	-----------------------------------	---

"O que está a acontecer?"	Observação de tendências	Análise de perto o mercado e observe tendências locais, regionais, nacionais ou internacionais nas suas diversas dimensões (padrões de consumo, alteração de gostos e preferências, entre outras). Se seguir estas tendências, pode aproveitar oportunidades emergentes!
---------------------------	---------------------------------	--

"O que aprendi com a minha experiência?"	Experiência profissional	Se esteve empregado e está a iniciar a sua própria atividade, pode pensar nas lacunas e nas falhas que detetou na(s) organização(ões) em que esteve a trabalhar.
--	---------------------------------	--

"O que posso fazer diferente/melhor?"

Procura de novas aplicações

A procura de novas formas de utilização de produtos/serviços que já existem, através da análise e monitorização dos produtos/serviços de empresas concorrentes, pode ajudá-lo a detetar possíveis melhorias ou adaptações dos produtos e serviços já disponíveis no mercado, criando uma nova oferta.

"Que ideias achei interessantes?"

Benchmarking (imitação do sucesso de outro)

São poucas as pessoas empreendedoras que criam empresas verdadeiramente inovadoras, contudo, para ter sucesso, é essencial que analise de perto os motivos pelos quais a empresa-modelo está a ser bem-sucedida e onde se poderá incluir alguma forma de diferenciação.

Que produtos e serviços posso fazer chegar a e sair de Odivelas?

Canais de distribuição

Meios e canais através dos quais os produtos/serviços são vendidos e chegam até ao cliente (venda direta, venda porta a porta, venda por catálogo, venda por telefone, venda por internet...)

O que pode mudar com esta nova lei?

Adaptação e resposta a regulamentações governamentais

Sempre que ocorrem alterações na legislação, poderão surgir novas oportunidades de negócio que deverá aproveitar. Por exemplo, com a obrigatoriedade das atividades de enriquecimento curricular, houve muitas empresas que encontraram uma oportunidade de negócio, fornecendo esses serviços às escolas.

E, por fim, questione ainda mais!

Investigação e Desenvolvimento (I&D)

A investigação e desenvolvimento são importantes, não só na fase de criação da empresa, mas também para sustentar os negócios que existem.

Em síntese, existem fontes de ideias muito distintas. No entanto, a sua eficácia e qualidade dependerão sempre da sua atitude e da forma como as utilizará.

Se não tiver ainda uma boa ideia, pode optar por uma forma alternativa de negócio: o Franchising.

Franchising^{GI}

Com esta atividade pode aproveitar a experiência, o prestígio e o know-how acumulado por terceiros. O franchising é feito através da negociação de contratos entre o Franchisador (quem disponibiliza a marca) e Franchisado (aquele que está disposto a adquirir determinados direitos que lhe permitem usar a marca), no qual definem a zona de exclusividade do negócio.

Poderá consultar mais informações em:

<http://www.apf.org.pt>

<http://www.concorrenca.pt>

<http://www.infofranchising.pt>

Quanto maior for o montante investido pelo franchisado, maior a proteção territorial e apoio do franchisador, de forma a garantir a recuperação do investimento.

A tabela seguinte apresenta, de forma sintetizada, quais as principais vantagens e desvantagens de se recorrer ao franchising. ^{GI}

	Vantagens	Desvantagens
Franchisador	♦ Rapidez de expansão; ♦ Redução de custos; ♦ Maior participação no mercado; ♦ Maior cobertura geográfica; ♦ Possibilidade de encontrar franchisados.	♦ Alguma perda do controlo; ♦ Criação de potencial concorrência; ♦ Insuficiência nos serviços; ♦ Risco na seleção dos franchisados, que pode revelar-se inadequada; ♦ Necessidade de partilhar lucros.
Franchisado	♦ Maior probabilidade de sucesso; ♦ Apoio continuado do franchisador; ♦ Potencia maiores lucros; ♦ Proteção da concorrência; ♦ Permite aprender com as experiências de outros franchisados.	♦ Está dependente da marca, o que o pode inibir de tomar decisões ou de inovar no seu negócio.

E AGORA NA PRÁTICA...

Processo de Geração de Ideias

Faça o seguinte exercício: enumere o maior número possível de ideias originais que possam funcionar para resolver um determinado problema:

- ◆ Expresse todo o tipo de ideias - quanto mais ousadas / radicais melhor!
- ◆ Qualquer ideia é válida, mesmo que pareça absurda, impossível ou irrelevante.
- ◆ A quantidade de ideias é mais importante que a qualidade das mesmas.
- ◆ Tome atenção às ideias que vão surgindo e construa outras a partir dessas.

Liste o maior número de ideias possível:

[illegible]

Selecione agora, da lista que elaborou, as 3 ideias mais viáveis e que resolvam o problema que identificou anteriormente.

■	
■	
■	

Qual será a ideia em que está disposto a investir?

No capítulo seguinte poderá perceber melhor qual será a ideia mais viável!

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

PROJEÇÃO E PROTEÇÃO DA IDEIA

Que oportunidades existem para a minha ideia?
Como posso proteger a minha ideia?



“O general que conta como vencerá a batalha perde antes.”

Ozires Silva

Depois de ter a ideia deve trabalhá-la e desenvolvê-la de modo a aproximá-la de um anteprojeto de criação da empresa, amadurecendo o seu sonho. Esta é a altura de começar a adicionar à sua visão outros dados importantes, observando e analisando o que está a ser feito por outras empresas.

Deve dedicar muito tempo a este passo, realizando pesquisas sobre a sua área de atuação, nomeadamente, estudos e estatísticas.

Investigue casos práticos de outras organizações, fale com pessoas empreendedoras e esteja atento às tendências.

Poderá solicitar o apoio de consultores nesta fase, nomeadamente ao nível do potencial e exequibilidade do projeto.

No fundo, o que se pretende é que depois de ter selecionado a sua ideia, perceba se existe uma boa oportunidade de negócio para a mesma. O autor Pedro Saraiva (2011)¹ refere no seu livro que uma ideia deve reunir as seguintes características:

- ♦ “Aparecer no timing adequado;
- ♦ Resolver de forma exequível um verdadeiro problema;
- ♦ Satisfazer uma necessidade relevante;
- ♦ Garantir rentabilidade;
- ♦ Corresponder a um contexto legal/regulamentar favorável.”

Um projeto recente (T-shirt’s Lover) foi criado para aproveitar o potencial criativo dos designers portugueses, sobretudo, os que estão em situação de desemprego, através de uma plataforma que permite a criação e divulgação de t-shirts por eles criadas.

(In:<http://p3.publico.pt/actualidade/economia/4001/t-shirt-lovers-quer-tirar-criatividade-do-desemprego>)

Uma boa ideia não é necessariamente a mais diferente e irreverente. É sempre preciso aliar uma ideia a uma oportunidade real de um determinado produto ou serviço.



Antes de passar à ação é importante conhecer a envolvente legal e socioeconómica.

Para poder criar a sua empresa assegure-se de que regista a sua ideia e formaliza o seu negócio.”

Entidades e Espaços que pode contactar:

- Balcão do Empreendedor;
- Registo Nacional de Pessoas Coletivas – RNPC
- Cartórios Notariais, Conservatórias do Registo Comercial;
- Repartições de Finanças;
- Autoridade para as Condições de Trabalho;
- Centros Regionais de Segurança Social;
- Associativismo Empresarial.

Proteção da Ideia

Como pode proteger a sua ideia?

Legalmente, uma ideia, per si, não pode ser protegida. As ideias circulam, colidem, fundem-se, enfim, interagem no espaço da criatividade humana sem barreiras! Todavia, existem certas concepções de produtos e processos que, pela sua originalidade e grau de inovação, podem e devem ser patenteados.

Consulte o portal do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial (<http://www.marcasepatentes.pt>), para obter mais informações sobre o registo e proteção da marca, patente, design e invenções.

A Propriedade Industrial (PI), em conjunto com os Direitos de Autor e os Direitos Conexos, constituem a Propriedade Intelectual que têm como objetivo proteger os autores de projetos, ideias, conceitos e tecnologias inovadoras.

De seguida apresentamos uma tabela explicativa com os diferentes tipos de proteção de uma ideia.

Tipos de proteção de ideia		
Propriedade Intelectual Proteção dos autores dos projetos, ideias, conceitos e tecnologias inovadoras, assegurando o seu uso exclusivo.	Propriedade Industrial Proteção das invenções e das criações estéticas (design).	Patentes Permite patentear invenções em todos os domínios da tecnologia, tanto em produtos, processos antigos ou novos para se obter novos produtos, substâncias, ou composições.
		Modelos de utilidade Proteger invenções que incidam sobre matéria biológica ou sobre substâncias ou processos químicos ou farmacêuticos.
		Design O desenho/modelo protege as características da aparência da totalidade, ou de parte, de um produto, tais como: aspetos, linhas, contornos, cores, forma, textura ou os materiais do próprio produto ou da sua ornamentação.
Marca O registo não é obrigatório, mas valoriza o esforço financeiro e o investimento intelectual e impede que outros a possam utilizar.	Direitos de autor	Proteção das obras literárias e artísticas (incluindo as criações originais da literatura e das artes).
		Sinal que identifica no mercado os produtos ou serviços de uma empresa, distinguindo-os dos de outras empresas.

Marca

O registo da marca é um processo realizado online, mas que leva algum tempo, uma vez que depois de apresentado o pedido é preciso assegurar que todas as regras são cumpridas.

(In: http://www.marcasepatentes.pt/files/collections/pt_PT/49/Regras_Pedidos_Electronicos.pdf).

Patentes

A proteção das invenções, consiste em solicitar atos de propriedade industrial e implicam que sejam cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos:

- a) A invenção tem que ser nova;
- b) A invenção deve possuir atividade inventiva;
- c) A invenção deve ter aplicação industrial.

Design

O desenho ou modelo é a modalidade de propriedade industrial para se obter direito exclusivo sobre o design, ou seja, protege as características da aparência na totalidade, ou apenas de parte de um produto. Essas características poderão ser as linhas, contornos, cores, forma, textura ou os materiais do próprio produto.

A proteção do desenho ou modelo requer o seguinte:

a) O desenho ou modelo tem que ser novo

Um desenho ou modelo é considerado novo se antes da data do pedido de registo nenhum desenho ou modelo idêntico tiver sido divulgado ao público.

É necessário que estejam preenchidas três condições para que a divulgação não obste ao registo:

- ♦ Tem que ser efetuada pelo próprio criador do desenho ou modelo;
- ♦ Tem que ser efetuada no prazo improrrogável de 12 meses que antecede o pedido de registo;
- ♦ Tem que ser indicada no requerimento do pedido.

b) O desenho ou modelo tem que ter um carácter singular

Para que um desenho ou modelo possa ser registado não pode ser confundível com qualquer outro produto anterior.

Para obter mais informações sobre o registo e proteção da marca, patente, design e invenções, consulte o portal do INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial (<http://www.marcaspatentes.pt>).



E AGORA NA PRÁTICA...

Para identificar a oportunidade da sua ideia de negócio deve avaliar diferentes aspetos, que Saraiva (2011) identificou numa matriz de avaliação multicritério.

Comece por escrever as 3 ideias que identificou anteriormente e depois avalie cada uma delas atendendo aos critérios estabelecidos na matriz, utilizando uma escala de 1 a 5, em que 1 é o nível mais baixo da escala e 5 é nível mais alto da mesma.

	Ideias		
Critérios	Pontuação		
Viabilidade de Produção			
Vantagens Competitivas			
Dimensão do Mercado			
Risco e incertezas			
Perspetivas de Rentabilidade			
Dimensão do Investimento			
Impactos ambientais			
Velocidade de Implementação			
Total			

Pode agora optar por concretizar a ideia que tiver obtido uma pontuação mais elevada, uma vez que, à partida, essa será a ideia mais sustentável, rentável e com maiores vantagens competitivas.

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

EQUIPA DO PROJETO

Que pessoas são precisas para
colocar a ideia em prática?



“Unir-se é um bom começo, manter a união é um progresso e trabalhar em conjunto é a vitória”

Henry Ford

Numa primeira fase, coincidente com a fase inicial do processo de criação de uma empresa, a força de trabalho existente é a da própria pessoa empreendedora, eventualmente apoiado por um número reduzido de pessoas.

A diversidade e complexidade de tarefas inerentes à consolidação da empresa depressa o farão aperceber-se da necessidade de constituir uma equipa, o que poderá ser feito constituindo uma sociedade ou contratando colaboradores.

Por que razão é tão importante constituir uma equipa de projeto? Dirigir uma empresa implica a existência de um conjunto de conhecimentos e de competências que raramente se encontram numa única pessoa. Como tal, é importante que crie uma equipa polivalente e multifacetada, em que os colaboradores possuam competências complementares às do mentor do projeto, assegurando as diversas áreas funcionais da empresa.

Qualquer que seja a proveniência dos elementos que se vão associar a si (família, círculo de amigos ou outras) existe um conjunto de condições prévias que devem ser verificadas para que a equipa resulte, tais como:

- ♦ Confiança total entre os associados, traduzida em relações profissionais francas e autênticas;
- ♦ Respeito mútuo e reconhecimento das competências específicas;
- ♦ Consenso quanto aos objetivos a atingir, precisando-os desde o início;
- ♦ Repartição de tarefas de acordo com as capacidades de cada um e assegurando todas as funções da empresa.



Ter estes considerandos em conta, fará com que evite o primeiro erro dos dez mais comuns cometidos pelas pessoas empreendedoras.

In:<http://laqiblog-pt.blogspot.pt/2011/01/os-10-erros-mais-cometidos-pelos.html>

Não empreenda sozinho! - é muito difícil um negócio ter sucesso quando existe apenas uma pessoa envolvida. A assumpção de demasiadas responsabilidades por uma só pessoa reduz as capacidades de êxito, pois será difícil para o empreendedor focar-se numa estratégia previamente definida, uma vez que terá de assumir diversos papéis.

O IEFP tem diversos programas que o podem ajudar a minimizar os encargos com recursos humanos nos primeiros meses. Estes programas são objecto de frequentes remodelações pelo que o convidamos a visitar o seguinte link (<http://www.iefp.pt/apoios/empresas/estágios/EstagiosProfissionais/Paginas/EstagiosProfissionais.aspx> e <http://laqiblog-pt.blogspot.pt/2011/01/os-10-erros-mais-cometidos-pelos.html>) onde poderá ver diversas formas de apoio.

Alertamos no entanto que estes incentivos são temporários, pelo que será importante analisar no seu negócio o impacto dos encargos com recursos humanos, descontando o efeito dos benefícios. Se o seu negócio só for viável com estes incentivos, então provavelmente terá de redefinir alguns pressupostos se quiser mesmo avançar com ele.

Um outro programa existente é o Impulso Jovem 2012, que consiste num conjunto alargado de medidas de combate ao desemprego que assentam em três pilares: estágios profissionais; formação profissional e empreendedorismo e apoios ao investimento.

Neste capítulo focar-nos-emos nos dois primeiros eixos.

- ♦ Passaporte Emprego - Estágios remunerados (100% da bolsa paga por entidades empregadoras com 10 ou menos colaboradores e 70% para entidades com mais de 10 colaboradores) com a duração de 6 meses e com prémio de integração.
- ♦ Passaporte Emprego Industrialização - Programa semelhante ao anterior mas mais vocacionado para a área industrial.
- ♦ Passaporte Emprego Inovação - Semelhante aos anteriores, mas destina-se a entidades que querem apostar na inovação.

- ♦ Passaporte Emprego Internacionalização - Idêntico aos anteriores, mas focalizado para empresas que estão num processo de internacionalização.
- ♦ Passaporte Emprego Economia Social - Destinado a organizações da economia social.
- ♦ Passaporte Emprego - Associações/Federações Juvenis ou Desportivas semelhante aos anteriores mas com a duração de um ano e destinado a este setor específico.
- ♦ Passaporte Emprego Agricultura - Destina-se ao setor agrícola.

Existe ainda uma outra medida que se destina a facilitar o processo de contratação: Apoio à contratação via reembolso das contribuições para a Segurança Social, consiste no Reembolso de contribuições patronais para a Segurança Social através de contratos de trabalho a termo e destina-se a desempregados inscritos há pelo menos doze meses num Centro de Emprego, com idade entre os 18 e os 30 anos.

Poderá consultar mais informações em:

http://www.iefp.pt/noticias/Documents/Programa_Impulso_Jovem/Impulso_Jovem.pdf

Uma outra medida do IEFP é o “Estímulo Jovem 2012” que tem por objetivo também o combate ao desemprego, destinando-se por isso a desempregados com dificuldades de inserção no mercado de trabalho e consiste no apoio financeiro a entidades empregadoras que contratem desempregados pelo menos por 6 meses, sendo que o IEFP paga metade da bolsa.

In: <http://www.iefp.pt/apoios/empresas/Paginas/MedidaEstimulo2012.aspx>

Referências que pode consultar:

- <http://cdp.portodigital.pt/estagios/programa-de-estagios-nacionais>
- http://www.iefp.pt/noticias/Documents/Programa_Impulso_Jovem/Impulso_Jovem.pdf
- <http://www.iefp.pt/apoios/empresas/Paginas/MedidaEstimulo2012.aspx>

E AGORA NA PRÁTICA...

Como viu, é muito importante ter uma equipa de projeto, ou seja, pessoas que colaboram consigo com vista ao sucesso do seu negócio.

Pense quais as áreas de negócio em que poderá necessitar de mais apoio, por exemplo: Comunicação, Marketing, Web Design, Contabilidade, Gestão, entre outras.

Liste agora essas áreas e indique como conseguirá encontrar quem colabore consigo nas mesmas, ou seja, se pretende recorrer a algum programa de estágio ou incentivo de contratação. Identifique também possíveis parcerias que possam vir a ser estabelecidas e as vantagens que a parceria representaria não apenas para si mas também para a entidade parceira.

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

O Município de Odivelas como uma
opção vantajosa para si



Depois de já ter ideia e equipa para o seu negócio, deve decidir onde o quer localizar. Embora existam vários aspetos a considerar até estar em condições de tomar essa decisão, o Concelho de Odivelas possui várias características que o poderão tornar numa boa localização para qualquer negócio, nomeadamente pela sua história, pelas suas acessibilidades, pelos seus exemplos de empreendedorismo e, particularmente, pelo empenhamento que o Município e os seus parceiros canalizam para a revitalização do centro histórico.

O Concelho de Odivelas

Como reza a lenda, o nome “Odivelas” tem origem na expressão “Ide vê las Senhor...”, usada pela rainha D. Isabel, esposa de D. Dinis, quando esta o interpelou numa das suas incursões noturnas.

O desenvolvimento do Concelho ocorreu quando o rei D. Dinis, proprietário de várias terras na região, mandou erguer em 1295 o Mosteiro de D. Dinis e S. Bernardo, que se tornou um ícone. A existência deste Mosteiro veio dinamizar e desenvolver a região.



Odivelas é um dos concelhos mais novos de Portugal!

- População

5484,3 habitantes/km

Densidade populacional 46 vezes superior à do Continente e
5 vezes superior à da Área Metropolitana de Lisboa

- Território

26,8 km²

69.234 alojamentos

Várias acessibilidades: CREL, CRIL e Eixo Norte-Sul

- Economia

Elevada densidade empresarial em Odivelas

O setor terciário é o principal setor de atividade

O comércio é a principal atividade económica

- Educação

17% de pessoas não escolarizadas

52% de pessoas com o Ensino Básico

32% de pessoas possuem acima do Ensino Secundário

No que respeita à educação, no ano letivo de 2011/2012 o município de Odivelas promoveu um projeto que se intitulou “Empreender com História” e visava a promoção do empreendedorismo junto dos professores e alunos do ensino secundário.

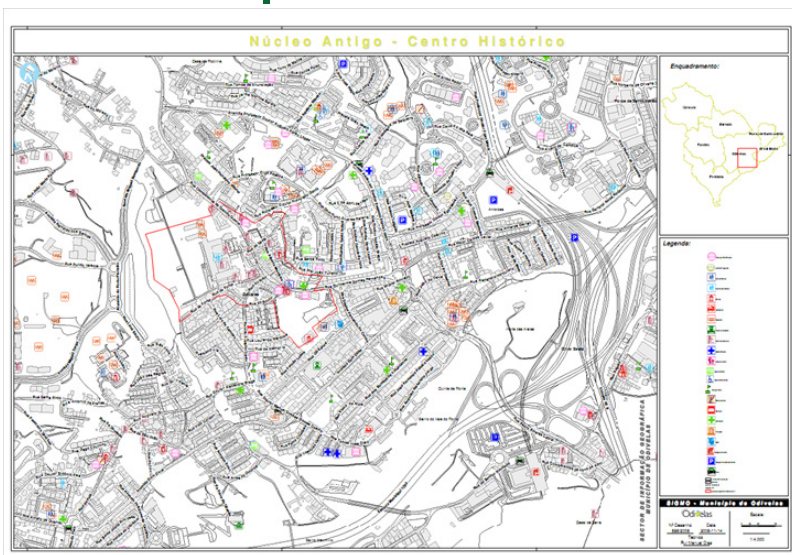
Nesse sentido o projeto envolveu 5 escolas, 13 turmas, 18 professores e 245 alunos, o que permitiu preparar os jovens para a realidade atual, capacitando-os e dando-lhes ferramentas que lhes permitam vir a ser empreendedores. Por outro lado, a realização deste projeto trouxe novas ideias e projetos de alunos para a requalificação do centro histórico de Odivelas.

O Centro Histórico de Odivelas

O Centro Histórico de Odivelas situa-se, compreensivelmente, no centro geográfico da cidade de Odivelas e representa a parte antiga da localidade, em torno da qual a cidade se tem vindo a desenvolver.

Em seguida apresentam-se alguns dados sobre o Centro Histórico (segundo o “Diagnóstico do Comércio Tradicional no Centro Histórico de Odivelas” Divisão de Apoio ao Desenvolvimento Económico e Projetos Comparticipados / Câmara Municipal de Odivelas).

Superfície total	191.860,70 m ² (121.397,20 m ² são espaço urbanizado e 70.463,5 m ² é estrutura ecológica) (100.748,15 m ² constitui área de interesse público)
Residentes	1.141 habitantes (correspondendo a 507 famílias)
Alojamento	609 alojamentos
Edifícios	239 edifícios



Deste modo verifica-se que:

Pouca oferta

- ♦ Há pouca diversidade de atividades comerciais, tendo maior destaque a restauração (17,78% são restaurantes e 13,33% são cafés).

Negócios antigos

- ♦ Os negócios existentes na zona têm mais de 21 anos, havendo apenas 12% de negócios novos.

Pouca interligação

- ♦ Existe pouca integração de redes de lojas, verificando-se cerca de 81,4% de estabelecimentos únicos e com pouca dimensão.

Últimos investimentos realizados

- ♦ Os últimos investimentos realizados pelos empresários visaram a modernização do espaço comercial (52,08%) e a aquisição de novos equipamentos (37,05%).

O grande objetivo é percebermos de que forma se poderá inverter esta situação e transformar as adversidades em oportunidades.

Análise SWOT dos negócios no Centro Histórico de Odivelas

A análise SWOT ^{GI} (acrónimo em Inglês para Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) é uma ferramenta útil nesta identificação, como podemos constatar de seguida:

Pontos fortes	Pontos fracos
♦ Crescentes níveis de exigência por parte do consumidor ♦ Atendimento personalizado ♦ Localização central ♦ Predomínio de microempresas de comércio tradicional de cariz familiar	♦ Mão de obra pouco qualificada ♦ Pouca inovação nos negócios ♦ Reduzido volume de vendas ♦ Baixa formação profissional dos empreendedores ♦ Resistência à mudança por parte de microempresas de comércio tradicional

Oportunidades	Ameaças
♦ Espaço para novos negócios empreendedores ♦ Diversificação e melhoria dos negócios ♦ Dinamização e rentabilização dos monumentos históricos de Odivelas ♦ Revitalização do Centro Histórico ♦ Apoios (Câmara Municipal de Odivelas e outras entidades)	♦ Concorrência ♦ Pouca competitividade ♦ Degradação de alguns dos edifícios ♦ Envelhecimento da população ♦ Existência de grandes superfícies comerciais

No centro histórico de Odivelas existem vários recursos que poderão ser aproveitados.

De acordo com o diagnóstico realizado, a revitalização do centro histórico passa por:

- ♦ Potenciar a inovação, modernização e criação de novos negócios;
- ♦ Fomentar valores empreendedores no território do centro histórico;
- ♦ Criar condições para a instalação de novos negócios;
- ♦ Diversificar negócios (por exemplo: apostar na área de hotelaria, saúde, meio ambiente, serviços de proximidade e com valor acrescentado);
- ♦ Desenvolver negócios de proximidade e diferenciadores dos existentes;
- ♦ Conceber uma marca comum ao centro histórico (negócios certificados);
- ♦ Apostar na formação do capital humano;
- ♦ Dotar os estabelecimentos de ferramentas/infraestruturas que os tornem atuais e competitivos (design, acesso às novas tecnologias de informação e comunicação, ...);

Já se lembrou de algum negócio que possa ajudar a revitalizar o Centro Histórico?



Casos Reais em Odivelas

Para que perceba que ser empreendedor é também uma possibilidade para si, apresentamos em seguida 5 testemunhos de empreendedores de sucesso no Concelho de Odivelas, que conseguiram colocar a sua ideia em prática e tornar um sonho realidade (testemunhos recolhidos entre o final de 2011 e início de 2012).

Sabores das Colinas



Carlos Pinheiro ficou desempregado porque a empresa em que trabalhava abriu falência, mas o seu perfil empreendedor (capacidade de iniciativa, autoconfiança, capacidade de correr riscos e determinação) não lhe permitiram ficar parado e motivaram-no a criar uma empresa com produtos diferenciados e um serviço de excelência. O espaço chama-se Sabores das Colinas e foi criado em maio de 2010.

O Sabor das Colinas situa-se num novo espaço urbano em Odivelas (Urbanização Colinas do Cruzeiro).

Esta é uma zona muito dinâmica do concelho de Odivelas e que tem atraído muitos novos moradores, sendo que muitos destes são jovens.

O seu projeto teve o apoio técnico do Município de Odivelas e o apoio financeiro do IEFP.

Este estabelecimento está dividido em duas áreas: um espaço gourmet, de produtos exclusivos, como os chás, massas, queijos, vinhos, molhos, patés; e um outro espaço de mercearia tradicional e de proximidade, onde estão disponíveis alguns dos produtos de primeira necessidade, como o leite, os iogurtes, os cereais, entre outros.

Para este empreendedor o sucesso só é possível com uma grande paixão pelo que se está a fazer. O segredo e o fator distintivo deste espaço são a empatia e proximidade com o cliente. Neste espaço cada cliente é um amigo e um parceiro.



A experiência profissional de Nuno Freitas é muito vasta, abrangendo áreas como o jornalismo, design e artes

gráficas. Contudo, o advento das novas tecnologias gerou algumas alterações no jornalismo e o Nuno acabou por ficar desempregado. Para evitar todas as burocracias e alterar esta situação decidiu utilizar todo o seu conhecimento e as suas redes de contactos para criar a Red Pixel, que já existe há mais de 2 anos e possui 6 colaboradores.

Esta iniciativa teve o apoio financeiro do IEFP e o apoio técnico da Câmara Municipal de Odivelas na elaboração do Plano de Negócios.

A Red Pixel é uma empresa que atua na área multimédia, design gráfico e publicidade e que acredita que a comunicação das empresas é essencial para o sucesso de uma organização.

Por todos os papéis que o empreendedor tem que assumir, pelos compromissos e responsabilidades, o Nuno Freitas conclui “que ser empreendedor é muito mais duro e abrangente do que trabalhar por conta de outrem”; só a paixão, o acreditar no projeto, na sua filosofia e saber que está a criar algo único é o que o motiva a não desistir e enfrentar todos os obstáculos e dificuldades do mercado.



Triângulo d'ideias



A Triângulo d'Ideias resultou da iniciativa de três colaboradores de trabalho. O que os motivou a criar este projeto foi a pouca perspetiva de crescimento profissional na empresa onde trabalhavam.

Por esta razão, desvincularam-se da empresa e juntaram o know-how que detinham e criaram a Triângulo d'Ideias.

Como em todos os negócios recentes, o risco e a incerteza são muito acentuados e a Triângulo d'Ideias só conseguiu crescer porque os empreendedores não desistiram e tiveram confiança, espírito de sacrifício e, sobretudo, conheciam o mercado, onde “há muitas oportunidades para serem ganhas”, segundo eles.

Neste ambiente de incerteza e pessimismo em que vivemos a organização vai procurar manter uma postura ativa na procura de novos clientes e novos projetos e perspetiva também alargar os seus serviços, nomeadamente, na criação de sites.



E AGORA NA PRÁTICA...

Agora que já conhece o Município de Odivelas e o seu centro histórico, sugerimos que realize um passeio pela cidade e procure identificar possíveis localizações para o seu negócio, atendendo a alguns critérios:

- ♦ Localização dos negócios concorrentes;
- ♦ Identificação de sítios mais movimentados;
- ♦ Sinalização dos sítios com melhores acessos.

Escreva agora as possíveis localizações para o seu negócio:

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

PLANO DE NEGÓCIOS

Como devo organizar e apresentar a minha ideia?

*Negócios...
e mais
negócios...*



“Sem um planeamento estratégico competente, ninguém sobreviverá nestes tempos globalizados”

Michael Porter

O que é um Plano de Negócios?

O plano de negócios é um documento que apresenta e descreve um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado. Poderá ser utilizado para tomar a decisão de avançar ou não com o seu negócio ou utilizá-lo como apresentação, para convencer possíveis investidores.

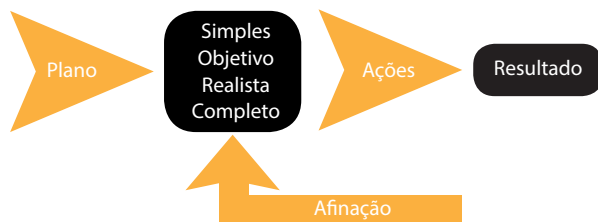
O Plano de Negócios permitir-lhe-á:

- Validar a sua ideia;
- Analisar e avaliar o seu negócio;
- Comprovar a viabilidade do seu negócio;
- Apresentar a sua ideia a possíveis investidores;
- Determinar objetivos, estratégias, ações, gerir e controlar a sua organização;
- Prever e antecipar mudanças da envolvente externa e interna da organização;
- Identificar riscos, minimizando-os e solucionando-os antecipadamente;
- Caracterizar e conhecer em detalhe o seu negócio;
- Definir estratégias de marketing;

GI

O plano de negócios nunca está terminado, na medida em que deve ser constantemente atualizado e ajustado para que seja útil e possa ir acompanhando a realidade do negócio.

Um bom plano de negócios deve ter os seguintes moldes:



O empreendedor, ao iniciar um novo projeto, deve ter a preocupação de construir um plano que seja exequível e realista. Naturalmente, a realidade é sempre diferente daquilo que foi projetado, pelo que o plano de negócios deve ser entendido como um documento dinâmico e em constante alteração.

Importa ainda perceber que o plano de negócios deve ser exequível e realista, devendo ser constantemente alterado e atualizado sempre que necessário, de modo a responder da melhor maneira.

Por outro lado, em Economia e principalmente no mundo em que vivemos, informação completa é um conceito que não existe. Assim sendo, o importante quando estamos a conceber um plano de negócios não é fazê-lo perfeito, com pressupostos de vendas impossíveis de alcançar para que a rentabilidade mínima seja assegurada, mas sim torná-lo exequível, principalmente ao nível da assunção dos custos. Onerar um projeto com demasiados custos fixos é meio caminho andado para o insucesso, pelo que mesmo estes devem ser planeados para serem incorridos de forma faseada, para que se possa mitigar o risco.

ERROS COMUNS

Pedir conselho a muitas pessoas - A opinião de pessoas experientes é sempre muito útil, mas devemos sempre ter em conta o nosso “instinto” sobre a oportunidade de negócio que temos.

Assim, é importante o balanço entre pessoas experientes no mundo dos negócios e entre potenciais consumidores dos nossos produtos / serviços, pois serão estes em última análise a determinar o sucesso / insucesso do projeto.

Conceção de um Plano de Negócios

Agora que já percebeu o que é um plano de negócios, é importante que compreenda exatamente como o deve construir. Acredita-se que um bom plano de negócios deve mostrar com clareza os chamados 4 “M’s”:



Esquema da autoria de Francisco Banha

Estrutura do Plano de Negócios

O processo de elaboração de um plano de negócios não responde necessariamente a um único modelo, podendo ser desenvolvido de várias maneiras. O que importa ter em conta é a forma de o apresentar a potenciais clientes e aqui a originalidade e o poder de síntese são fatores importantes. Para o auxiliar no seu exercício de construção, deixamos em seguida um modelo possível onde se poderá basear e adaptar ao seu caso em concreto:



De seguida, encontram-se indicações para redigir cada parte do seu plano de negócios, as quais têm algumas questões orientadoras para o ajudar a perceber como pode responder em cada capítulo.

1. Sumário Executivo

Em que consiste o projeto?

O sumário executivo, sendo o primeiro capítulo do Plano de Negócios, deve ser claro e simples, devendo ser capaz de captar a atenção de quem o ler e criar curiosidade a quem quiser conhecer o projeto.

Assim, faça uma breve apresentação do seu negócio, focando os pontos essenciais (forma de o desenvolver, a estratégia a utilizar, as valências de que a sua equipa é munida para o implementar, os objetivos a atingir, as formas de financiamento de que dispõe).

Ao longo da apresentação não prescinda de uma postura confiante e motivada, de modo a cativar a audiência. Afinal, a ideia é o seu sonho!

2. Produto

Qual o produto ou serviço?

Neste capítulo deve explicitar qual a ideia do seu negócio, ou seja, quais os produtos que vai vender ou os serviços que vai prestar. Assim, deverá ter atenção ao seguinte:

- O produto ou serviço devem responder a uma necessidade ou oportunidade existentes;
- Explicar as vantagens competitivas do produto / serviço que escolheu, assim como o modelo de negócio para gerar dinheiro com ele
- Referir o tipo de tecnologia a usar e os custos da mesma;
- Qual o factor de diferenciação do nosso produto / serviço em relação aos existentes no mercado.

Quais as formas de comercialização do produto / serviço?

Deverá definir uma boa estratégia de marketing^{GI} para estabelecer o modo como irá vender o produto/serviço aos seus clientes: poderá ser por venda direta, numa loja, pela internet, por parceiros intermediários ou por telefone (telemarketing).

Além disso, uma boa comunicação para divulgar o seu produto/ serviço é fundamental para o dar a conhecer aos seus clientes. Para tal, deve usar a publicidade e todas as suas técnicas, como: afixar cartazes na rua (outdoors), distribuição de flyers, anúncios na rádio, no jornal, na TV, na Internet, nas redes sociais, entre outros.

Qual a análise SWOT^{GI} do negócio?

O termo SWOT, como já vimos, provém das palavras inglesas Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats e representa uma ferramenta de gestão muito utilizada pelas empresas para efetuarem o respetivo diagnóstico estratégico.

Neste sentido, a análise SWOT permite à empresa identificar os elementos-chave para a gestão da mesma, permitindo estabelecer prioridades de atuação. Além disso, esta análise permite também identificar quais os riscos que o negócio corre, quais os problemas que tem de resolver e quais as vantagens / oportunidades que podem ser exploradas.

		Ajuda	Atrapalha
Interna (organização)		S Forças	W Fraquezas
	Externa (ambiente)	O Oportunidades	T Ameaças



Por exemplo, as forças de um negócio poderão ser o facto de o empreendedor possuir formação na área em que vai desenvolver o negócio; fraquezas poderão ser a falta de capital para investir ou inexperiência nos negócios; oportunidades: ser um negócio inovador e inexistente e ameaças: existência de concorrência ou atual conjuntura económica.

ERROS COMUNS

Dedicar muito tempo ao desenvolvimento de produtos e não o tempo suficiente às vendas - O terceiro erro mais comum entre os empreendedores consiste numa pouca dedicação às vendas vs às oportunidades de colocação dos produtos / serviços, uma vez que estão "obcecados" com o seu desenvolvimento. Um produto perfeito com zero vendas resultará num mau projecto. É preferível procurar desde o início efectuar pequenas vendas que originarão entradas de capital ao mesmo tempo que poderemos ter feedback importante dos clientes que ajudarão a aperfeiçoar o produto / serviço, na óptica do consumidor.

Assim, o ambiente interno pode ser controlado pela empresa, uma vez que este é o resultado das estratégias de atuação definidas pelos próprios empreendedores.

O ambiente externo está totalmente fora do controlo da empresa. Mas apesar de não o poder controlar, a empresa pode conhecê-lo, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças (ou pelo menos tentar minimizar os seus efeitos).

Neste ponto do plano de negócios é importante que efetue um balanço de todo o negócio, preenchendo uma matriz que identifica as forças e fraquezas do mesmo, assim como as oportunidades e ameaças inerentes ao negócio.

Para conceber este instrumento poderá ter a necessidade de solicitar conselhos e opiniões de outras pessoas.

3. Mercado

Quem são os clientes?

Deverá definir o público-alvo do seu negócio, ou seja, os seus potenciais clientes, procurando identificar a faixa etária, o sexo, o seu poder de compra e outros aspetos que considere relevantes. Importa perceber que, por vezes, existem produtos / serviços que são muito específicos e que por isso, se destinam a um determinado público em particular, como: alguns produtos específicos para atletas ou alguns serviços de estética dirigidos para o público feminino.

Este aspeto fará toda a diferença quando quiser determinar quantas vendas será capaz de fazer e determinar a dimensão do mercado onde pretende atuar.

Quem são os concorrentes?

O conhecimento da concorrência é um elemento-chave para a sobrevivência no mercado, pelo que deverá identificar os seus potenciais concorrentes (diretos ou indiretos), apresentando dados credíveis (estes dados devem ser pesquisados).

Os concorrentes diretos são aqueles que apresentam negócios semelhantes, enquanto que os indiretos são aqueles que não sendo idênticos, podem satisfazer a mesma necessidade para o cliente.

Nesta análise deverá estudar os concorrentes, nomeadamente os bens ou serviços que oferece, as vendas efetuadas, os preços que pratica, as suas maiores forças e as suas fraquezas. Com isto, será possível analisar os passos dados pela concorrência e aprender com os erros por eles cometidos, ganhando tempo para amadurecer o projeto e aumentando as probabilidades de sucesso do mesmo.

É também importante que caracterize as suas vantagens competitivas, isto é, que defina os aspetos que o diferenciam dos restantes negócios existentes no mercado.

Deve procurar estudar estes fatores respondendo a diferentes questões: Como poderei enfrentar a concorrência? Como poderá o meu negócio distinguir-se e destacar-se em relação aos seus concorrentes? O que poderei oferecer de diferente?

Porque é que os clientes irão comprar os seus produtos / serviços?

Apresente um produto/serviço que realmente satisfaça o público-alvo, daí que seja tão importante defini-lo, para perceber as suas necessidades ou como poderá chegar até aos clientes.

Nem sempre precisamos de sentir necessidade de uma coisa para a comprar. Foi o caso da internet e dos telemóveis, vivíamos sem eles até essa necessidade nos ter sido incutida. Poderá então fazer o mesmo com o seu negócio. Crie nos seus potenciais clientes a necessidade de comprar o seu produto/serviço e estude o mercado para perceber como o fazer. Procure perceber se as pessoas comprariam aquilo que quer desenvolver, e, se sim, quanto é que estariam dispostas a pagar por isso.

Neste ponto do plano de negócios deve apresentar as informações que recolheu e justificar por que razão é que os clientes comprarão o seu produto / serviço e estipular um preço para o mesmo, com base nos custos que terá e no valor acrescentado que irá oferecer ao consumidor. A este propósito, importa referir mais três erros comuns dos empreendedores.

ERROS COMUNS

Direcionar-se a um mercado muito pequeno - Embora os empreendedores desejem liderar o mercado, se este for demasiado pequeno, será difícil alcançar a sustentabilidade do projeto.

Lembre-se que apesar de ter o seu negócio sediado em Odivelas, que o seu mercado é mais lato e que deverá estar atento a todas as possibilidades de venda.

Entrar no mercado sem um parceiro distribuidor - É preferível partilhar os ganhos e recorrer a distribuidores que lhe possam trazer clientes, pois vendas regulares originam maior diversificação do risco e podemos-nos assim focar no desenvolvimento de novos produtos / serviços.

Pagar demasiado pelos clientes - Deve apostar-se em publicidade mas não excessivamente.

A solução passa por estudar bem o mercado, testar e conhecer o perfil dos seus clientes com o intuito de os fidelizar.

Localização do negócio

Como vimos anteriormente este aspeto é essencial para o sucesso do negócio e deve ser estratégico, de modo a que se localize próximo dos seus potenciais clientes.

O Plano de Negócios deve justificar muito bem porque razão escolheu o local, neste caso o centro histórico de Odivelas e de que forma é que este influenciará o sucesso do seu projeto.

4. Plano de Ações

Quais os passos que deve dar para desenvolver um negócio?

O sucesso nos negócios depende de duas coisas: de uma boa estratégia e de uma boa tática.

Definir uma tática é fundamental para direccionar um negócio.

Essa tática pode ser alcançada através de um controlo efetivo dos custos, da definição do preço, de um diferencial no que toca à qualidade dos produtos/serviços, atendimento, tecnologia, marketing, etc.

- Quem contratar? (Recursos Humanos)
- Como produzir o meu produto/serviço?
- Como fazer publicidade?
- Como escolher os canais de comunicação?
- Que fornecedores escolher?
- Que máquinas comprar (computadores, etc)?

Neste ponto deve elencar como vai organizar o seu negócio, ou seja, como se vai dividir a equipa para a implementação do negócio, como vai prestar os seus serviços ou fabricar/comprar os produtos que vai vender e como vai calcular o montante do investimento de que necessita para prosseguir com os seus objetivos.

5. Equipe

Que elementos constituem a equipe do seu projeto?

Convença o investidor de que a sua equipe é competente e capaz de assegurar todas as funções do negócio em questão.

No caso de não possuir as competências necessárias em todas as áreas, deverá indicar quem são os seus colaboradores e o seu grau de envolvimento (sócios, empregados, familiares, etc.).

Indique a motivação da equipe bem como as suas experiências profissionais anteriores e outras qualificações, como habilitações literárias, principais projetos realizados, hobbies e interesses e outras informações relevantes.

Antes de avançar para a constituição da sua equipe, importa saber se está preparado para avançar, pois o empreendedor é por natureza o líder do projeto. Assim, procure responder às questões que se seguem:

- Qual é a sua dedicação ao projeto?
- Essa dedicação é suficiente para arriscar?
- Está consciente dos riscos que pode correr?
- A sua personalidade é suficientemente forte para aguentar este desafio?
- Está disposto a aprender?
- É corajoso o suficiente para alterar o rumo do projeto, se for esse o caminho certo?
- Tem receio de falhar?

6. Investimento

Qual será o investimento inicial necessário?

No investimento deve considerar todos os equipamentos, viaturas e mobiliário necessários para o arranque do negócio.

A lista a elaborar, para uma maior simplificação, poderá ser agrupada em torno de diferentes rubricas, tais como: computadores, viaturas, mobiliário, impressoras e fotocopiadoras, edifícios ou lojas, etc.

Poderá considerar o investimento a realizar como devendo acontecer todo no primeiro ano ou, se prevê que a empresa vá crescendo, poderá estipular algum investimento nos anos seguintes.

O montante do investimento pode ditar o sucesso ou insucesso do negócio, pelo que deverá avaliar muito bem o rácio custo-benefício,^{GI} já que muitos negócios falham devido aos inúmeros investimentos que se fazem, sem que depois se consiga gerar dinheiro suficiente para os pagar.

7. Análise Económico-Financeira ^{GI}

Quais os Pressupostos?

Para efetuar as contas previsionais ^{GI} com maior rigor é necessário estabelecer um número elevado de pressupostos, como os que se seguem:

- Vendas anuais do produto/serviço;
- Custo dos salários dos empregados e evolução do número dos mesmos;
- Custos gerais da empresa (eletricidade, combustíveis, contabilidade, etc.);
- Custo dos investimentos.

Quais os resultados que as Demonstrações Financeiras Previsionais mostram?

Elabore alguns documentos que se mostram essenciais para fazer estimativas sobre o desenvolvimento do negócio nos primeiros anos de vida, tal como a Demonstração dos Resultados e o Balanço, os quais poderão ser calculados automaticamente através de Matrizes Financeiras preparadas para o efeito.

Tem disponível em www.iapmei.pt um exemplo de uma matriz financeira que poderá ser-lhe útil na análise económico-financeira ^{GI} do seu negócio.

Estes documentos têm uma elevada importância, na medida em que são indicadores de análise para quem avaliar os planos de negócio e que permitirão analisar a exequibilidade do seu negócio.

São números sim, mas remetem para a realidade do seu empreendimento e da sua (in)viabilidade.

8. Financiamento

Qual o capital procurado?

Nesta parte deve mencionar qual o montante necessário para o arranque do negócio e onde o vai obter (se vai recorrer a capital próprio ou se vai, por exemplo, pedir dinheiro a familiares ou amigos, pedir um empréstimo ao banco, recorrer ao microcrédito, candidatar-se a programas de incentivo, entre outros).

Assim, nesta parte, deve mencionar qual o capital próprio que possui para investir no negócio, como pretende utilizá-lo e em quê.

Deve procurar identificar também se vai recorrer a financiamento externo (verifique quais as fontes de financiamento existentes no capítulo seguinte deste guia).

9. Motivação

Porquê realizar o investimento?

Nem todos os Planos de Negócios incluem este último ponto, mas é um ponto muito importante, na medida em que deve expressar e identificar claramente qual a sua motivação e desejo, para que se perceba até que ponto está determinado no sucesso do seu negócio.

A motivação que transmitir neste ponto é crucial para demonstrar ao potencial investidor que acredita mesmo neste projeto, na sua viabilidade e exequibilidade.

Seja ousado e assertivo na sua argumentação. Lembre-se de que, nesta fase, já um longo caminho foi percorrido e que tem segurança no plano que apresenta. Pois bem, transmita-a com solidez e o sucesso estará a um passo mais curto!



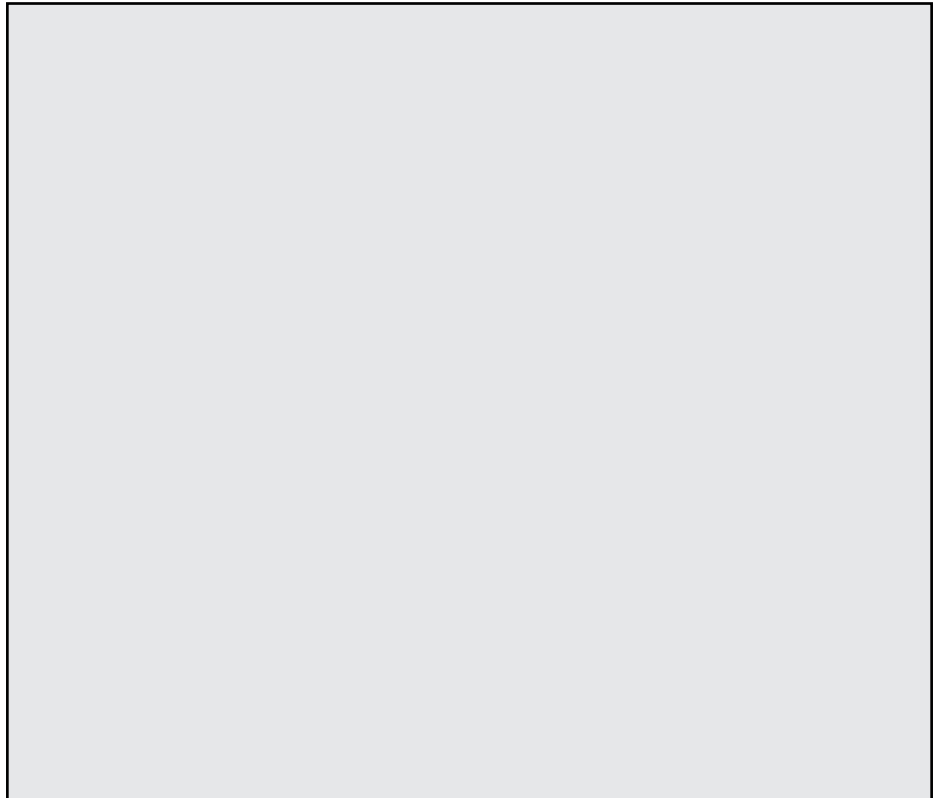
E AGORA NA PRÁTICA...

Agora que estamos quase na fase final do planeamento do seu negócio é importante que tente clarificar as ideias e definir os aspetos que ainda estão em falta.

Relembre-se que uma das possíveis estruturas do Plano de Negócios pode ser a que foi anteriormente apresentada.

1. Sumário Executivo

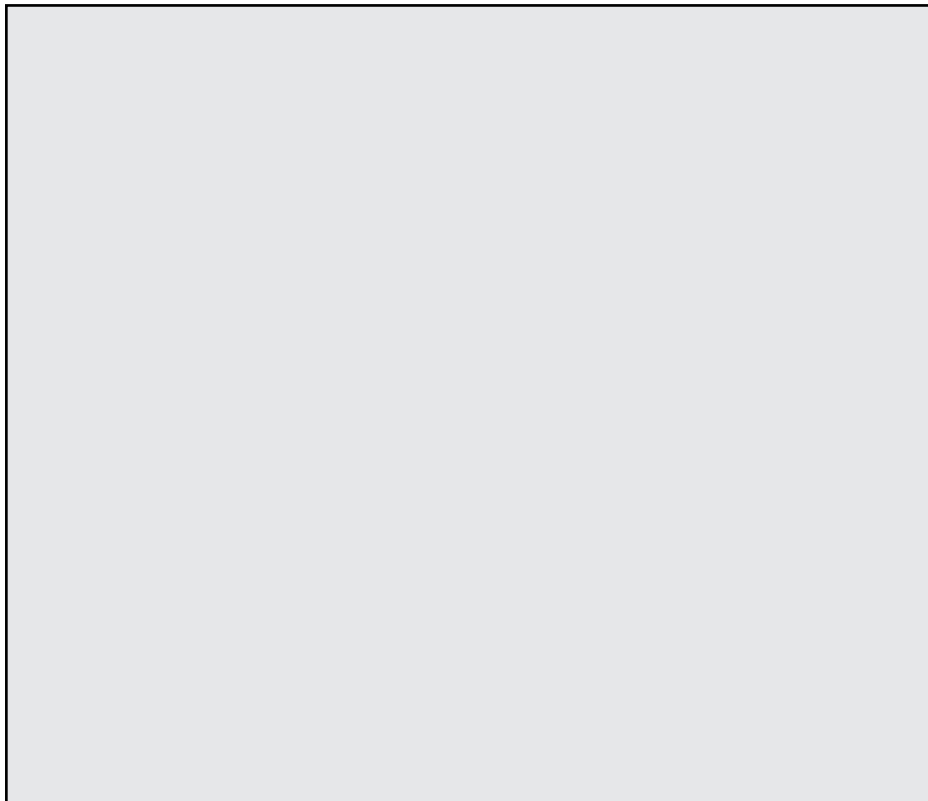
Deve ser claro e simples e apresentar de forma sucinta, apelativa e convincente o negócio que vai realizar, fazendo referências aos principais aspetos e características do mesmo.



2. Produto

Neste ponto deve explicitar qual a sua ideia de negócio (produtos/serviços) e indicar as formas de comercialização dos mesmos.

Como neste momento já definiu qual é a sua ideia de negócio, indique apenas quais as formas de comercialização que vai utilizar.



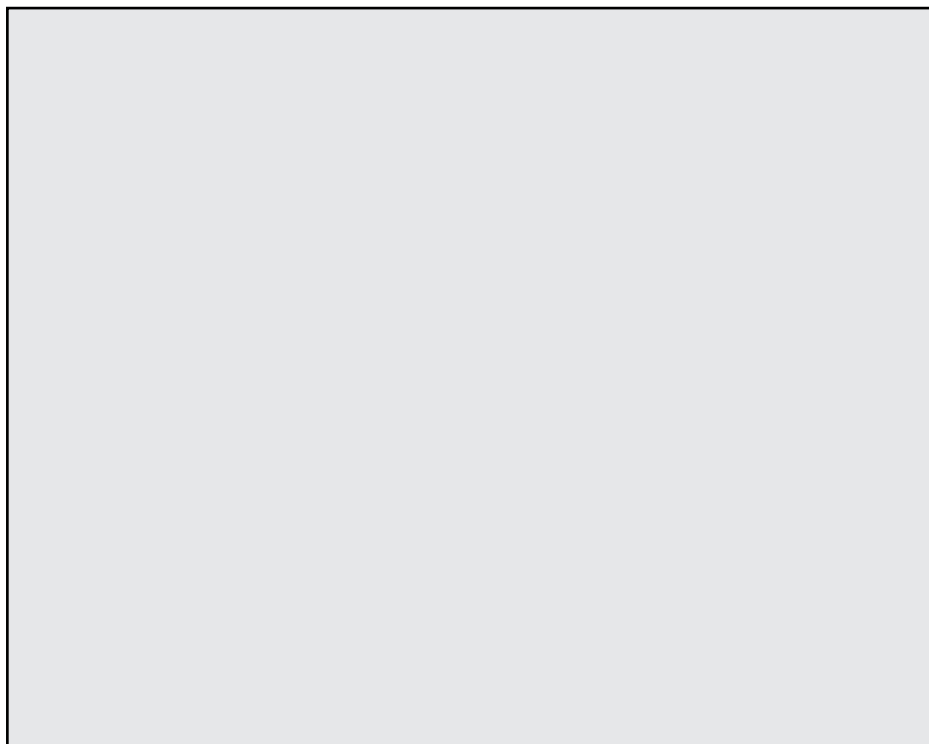
Elabore igualmente uma análise SWOT ^{GI} do seu negócio, analisando os aspetos internos do mesmo e identificando as variáveis externas que o podem afetar, positiva ou negativamente, o seu negócio.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Oportunidades	Ameaças

3. Mercado

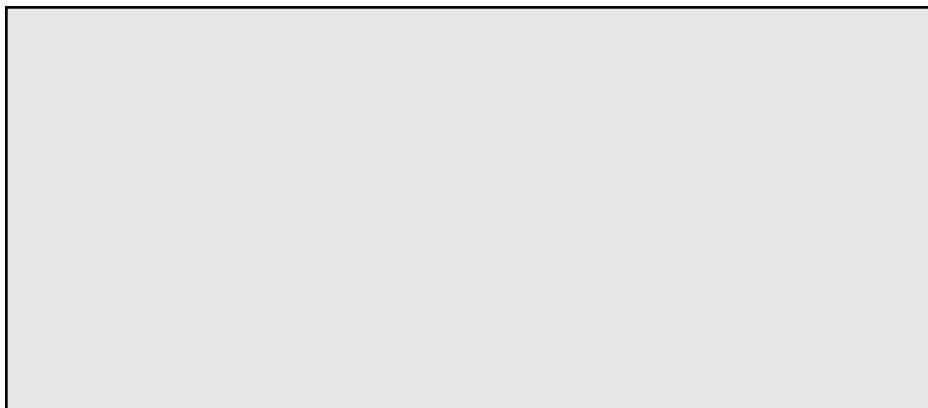
Nesta etapa deve definir quem são os clientes e os potenciais concorrentes do seu negócio, quais os motivos que levarão os clientes a comprar os seus produtos / serviços e onde irá localizar o seu negócio.

Anteriormente já definiu onde pretende localizar o seu negócio, pelo que neste momento deve focar-se na caracterização dos clientes (identificando os principais motivos pelos quais eles comprarão os seus produtos ou serviços) e na identificação dos concorrentes.



4. Plano de Ações

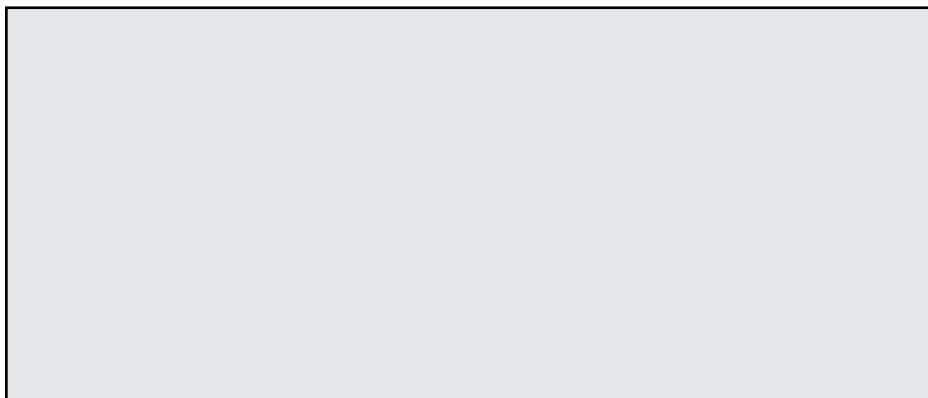
Defina os passos que devem ser cumpridos para colocar o seu negócio em prática, nomeadamente quem vai contratar, quem vai produzir o seu produto/serviço, qual a publicidade a realizar, entre outros.



5. Equipa

Refere-se à constituição da equipa e quais as suas características e motivações.

Anote agora as principais características e motivações dos diferentes elementos, o que contribuirá para transformar o seu negócio num sucesso.



6. Investimento

Pense em todos os recursos materiais, espaços e condições de que necessita para iniciar o seu negócio, para definir qual o investimento inicial do mesmo.

7. Análise Económico-Financeira

Neste momento indique quais os principais pressupostos que irá considerar para efetuar os cálculos previsionais do negócio (qual o número de vendas anuais do produto/serviço, quais os custos que terá, qual o valor dos salários, entre outros).

Indique também quais os resultados das demonstrações financeiras previsionais.

8. Financiamento

Nesta fase deve mencionar se possui capital próprio para investir no negócio ou se pretende recorrer a financiamentos externos.

9. Motivação

Indique qual a sua motivação e desejo para realizar o seu negócio, de forma a convencer quem ler o seu plano de que deve investir no seu projeto.

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

FINANCIAMENTO

Como obter o capital necessário?



“O capital é como água. Flui sempre por onde encontra menos obstáculos.”

Delfim Neto

Qualquer negócio antes de arrancar necessita de financiamento. E, numa primeira fase, deverá perceber qual será a parte de capitais próprios que irá aportar ao seu projeto. Lembre-se que, apesar de existirem diversas fontes de financiamento alheias, quanto maior for a entrada de capitais próprios, maior será a probabilidade de conseguir capital alheio (seja bancário ou outra fonte de financiamento). Por outro lado, é importante escalonar as necessidades de investimento e efetuar o mesmo após a concretização de objetivos operacionais previamente definidos. Por exemplo, se tiver alguma incerteza sobre se conseguirá pagar a aquisição de uma viatura, mesmo que a prestações, opte pelo seu aluguer numa fase inicial (chamada de prova de conceito ou seja se os consumidores realmente estão a adquirir os nossos produtos / serviços como havíamos percebido).

Da composição dos capitais necessários para fazer face às despesas de investimento poderão fazer parte os capitais próprios e os capitais alheios.

Os capitais próprios (que se destinam a assegurar o funcionamento da empresa com uma margem de segurança) são o capital social, as prestações suplementares de capital, o autofinanciamento e o capital de risco.

De referir que não é esperado que consiga cobrir todas as necessidades de financiamento com capitais próprios, pelo que poderá precisar de recorrer a capitais alheios cuja proveniência pode resultar de crédito de fornecedores, empréstimos bancários, empréstimos obrigacionistas, empréstimos dos sócios ou de locação financeira mobiliária e imobiliária.

De seguida, mostramos alguns exemplos de fontes de financiamento a que poderá recorrer.

Fontes de Financiamento

1. Programa FINICIA

O FINICIA é um programa do IAPMEI que facilita o acesso a soluções de financiamento e assistência técnica na criação de empresas, ou em empresas na fase inicial do seu ciclo de vida, com projetos empresariais diferenciadores, próximos do mercado ou com potencial de valorização económica.

O FINICIA Jovem, resultante de uma parceria com o Instituto Português da Juventude, apresenta condições especiais para jovens até aos 35 anos (mais informação em www.ipj.pt) essenciais ao desenvolvimento da atividade na fase inicial do seu ciclo de vida.

O programa destina-se à aplicação de projetos de investimento nos setores da Indústria, Turismo, Construção e Serviços.

O Programa tem 4 eixos de intervenção, vocacionados para apoiar:

- Eixo “Zero” - Destinado a resultados de investigação ou projetos em fase de prova de conceito de alta e média tecnologia para passar ao mercado.
- Eixo I - Projetos de forte conteúdo inovador;
- Eixo II - Negócios emergentes de pequena escala;
- Eixo III - Iniciativas empresariais de interesse regional e/ou municipal.

2. PME Crescimento

As Linhas de Crédito PME Crescimento pretendem facilitar o acesso das pequenas e médias empresas ao crédito bancário destinado a investimento novo ou ao reforço do fundo de maneo ou dos capitais permanentes.

Tipo de Operações:

- Empréstimos de médio e longo prazo, locação financeira imobiliária e locação financeira de equipamentos.

Neste âmbito, foram disponibilizados 2.500 milhões de euros em duas Linhas Específicas:

a) Linha Específica “Micro e Pequenas Empresas”:

- 500 milhões de euros;

b) Linha Específica “Geral”:

- 2.000 milhões de euros. Na Linha Específica “Geral” é criada uma “Dotação Geral” no valor de 1.150 milhões de euros e uma “Dotação Específica Empresas Exportadoras” no valor de 850 milhões de euros.

Nota: Consulte este endereço para obter mais informação sobre esta medida de financiamento.

c) Linha “Geral Dotação Específica Empresas Exportadoras”

- Exportação de pelo menos 10% do volume de negócios da empresa ou um valor superior a 150.000 euros;
- Montante disponível: 500 milhões de euros.

Tipo de Operações:

- Empréstimos de médio e longo prazo, locação financeira imobiliária e locação financeira de equipamentos.

Garantia Mútua:

- As operações de crédito a celebrar beneficiam de uma garantia autónoma à primeira solicitação prestada pelas Sociedades de Garantia Mútua, destinada a garantir até 50 e 75% do capital em dívida em cada momento do tempo, respetivamente, nas Linhas Específicas “Geral” e na Linha Específica “Micro e Pequenas Empresas”.

3. QREN

No âmbito do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), os sistemas de incentivos ao investimento empresarial da Agenda da Competitividade foram flexibilizados pela introdução de medidas destinadas a dar resposta à atual crise económica e financeira.

O Sistema de Incentivos ao Investimento das Empresas do QREN é um dos instrumentos fundamentais das políticas públicas de dinamização económica, designadamente em matéria da promoção da inovação e do desenvolvimento regional.

A gestão dos Sistemas de Incentivos envolve a articulação entre entidades nacionais e regionais, repartida em Gestão Nacional (projetos promovidos por médias e grandes empresas) e Gestões Regionais (projetos promovidos por micro e pequenas empresas). Reveste-se de particular interesse para o concelho de Odivelas dois tipos de programas:

- Programa Operacional Factores de Competitividade (Gestão Nacional);

Inseridos dentro destes dois programas existem vários instrumentos de financiamento, que se denominam globalmente Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico nas Empresas. Entre esses instrumentos destacam-se os seguintes:

- a) SI I&DT - Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico nas Empresas

Projetos de investigação e desenvolvimento tecnológico (I&DT) e de demonstração tecnológica, individuais ou em copromoção, liderados por empresas ou, no caso de projetos de I&DT Coletiva, promovidos por associações empresariais, representando os interesses e necessidades de um conjunto significativo de empresas.

- b) SI Inovação - Sistema de Incentivos à Inovação

Apoio a projetos de investimento de inovação produtiva promovidos por empresas, a título individual ou em cooperação.

- c) SI Qualificação PME - Sistema de Incentivos à Qualificação e Internacionalização de PME

O apoio a projetos de investimento promovidos por empresas, a título individual ou em cooperação, bem como por entidades públicas, associações empresariais ou entidades do Sistema Científico e Tecnológico, direcionados para a intervenção nas PME, tendo em vista a inovação, modernização e internacionalização, através da utilização de fatores dinâmicos da competitividade.

4. Programa Jessica

A iniciativa JESSICA (Joint European Support for Sustainable Investment in CityAreas) é um instrumento financeiro promovido pela Comissão Europeia e desenvolvido pelo Banco Europeu de Investimento (BEI) com o apoio do Council of Europe Development Bank. O BEI tem o papel de promover e implementar a iniciativa através do espaço Europeu.

Esta iniciativa é uma forma inovadora de aplicar os fundos estruturais comunitários em projetos de desenvolvimento urbano.

5. Microcrédito

O Microcrédito tem como objetivo financiar projetos de micro empreendedores, permitindo a criação de autoemprego e/ou negócio próprio e impulsionar a inclusão social.

Quem pode solicitar o Microcrédito?

- Quem não tem acesso ao crédito bancário normal;
- Quem não possui incidentes ativos bancários;
- Está desempregado, em riscos de o poder vir a estar ou sem ocupação estável;
- Tem uma boa ideia que justifica o desenvolvimento de um negócio com perspetivas de sucesso;
- Pretende criar o seu próprio emprego, para o que possui formação e competências adequadas;
- Revela uma forte vontade e capacidade de iniciativa para se envolver no negócio.

O montante máximo que pode solicitar nas condições atuais, de € 10.000. Todo o tipo de negócios são admissíveis, mas a iniciativa de investimento tem que ter potencialidades de se poder vir a transformar numa atividade sustentável, capaz de gerar um excedente de rendimento e garantir o reembolso do capital emprestado.

Nota: Consulte este endereço, para obter mais informação sobre esta medida de financiamento.

<http://www.microcredito.com.pt/#conteudos/home.htm>

6. IEFP

Desde que esteja desempregado involuntariamente, o IEFP dispõe de um conjunto de medidas que o ajudarão a obter os apoios financeiros de que necessita para criar o seu próprio emprego e outros que julgar necessário.

Através do PAECPE Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego poderá obter financiamento para a criação do seu próprio emprego. Dentro deste programa existem três tipos de apoios:

a) Apoios à Criação de Empresas através de linhas de crédito

- Medida de apoio a projetos de criação de empresas que originem a criação de emprego, através de linhas de crédito disponíveis junto dos bancos aderentes, entre os quais constam os principais bancos nacionais.

b) Plano Nacional de Microcrédito

- Medida de apoio a projetos de investimento viáveis que criem e consolidem postos de trabalho sustentáveis, através da linha de crédito MICROINVEST disponível junto dos bancos aderentes, entre os quais constam os principais bancos nacionais.

b) Plano Nacional de Microcrédito

- Medida de apoio a projetos de investimento viáveis que criem e consolidem postos de trabalho sustentáveis, através da linha de crédito MICROINVEST disponível junto dos bancos aderentes, entre os quais constam os principais bancos nacionais.

c) Apoios à Criação do Próprio Emprego por Beneficiários de Prestações de Desemprego

- Medida de apoio a projetos de emprego promovidos por beneficiários das prestações de desemprego, desde que os mesmos assegurem o emprego, a tempo inteiro, dos promotores do projeto.

Impulso Jovem - Passaporte do Empreendedorismo

Este eixo visa apoiar os jovens que desenvolvem o seu projeto, fornecendo-lhes apoio e alguns instrumentos que os apoiarão neste processo. Consiste então nas seguintes medidas: “formação na área do empreendedorismo”, “apoio técnico na elaboração do plano de negócios e estabelecimento da atividade”, “antecipação do subsídio de desemprego, pago de forma acumulada”, “acesso a microcrédito, concedido mediante aprovação do projeto” e, no caso de recém-licenciados, “apoio de subsistência para desenvolvimento do projeto”.

7. Business Angels

Os Business Angels são investidores individuais que investem, diretamente ou através de sociedades veículo, no capital de empresas com potencial de crescimento e valorização. Além do investimento monetário, aportam também aos projetos empresariais conhecimentos técnicos ou de gestão, bem como redes de contactos.

Estes investidores atuam preferencialmente em empresas que estão numa fase inicial de vida, aportando capital, mas essencialmente know-how, seja em termos técnicos seja ao nível do mercado onde

poderão facilmente desbloquear uma série de contactos, permitindo assim a um projeto ultrapassar mais rapidamente alguns constrangimentos atuais. Normalmente a sua área ou sector de investimentos está relacionada com o seu background profissional e/ou empresarial. Por exemplo, se o seu projeto estiver relacionado com tecnologias de informação, um business angel desta área poderá facilitar-lhe o acesso a potenciais clientes, uma vez que detém um networking elevado. Assim, em poucos dias poderá ter acesso a uma reunião que poderá mudar todo o cariz do seu projeto, enquanto que sozinho muitas vezes irá deparar-se com sucessivos não's que o irão desmoralizar.

Para mais informações, procure a Federação Nacional das Associações de Business Angels em www.fnaba.org.

8. Portal para o Empreendedorismo e Inovação

No âmbito do Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação, foi lançado pelo Governo um portal de apoio aos empreendedores nacionais, disponível em www.ei.gov.pt.

Este Programa tem como pilares fundamentais: o alargamento das competências da população, a dinamização da inovação, o estímulo ao empreendedorismo, através de adequados instrumentos de financiamento, com uma repartição justa dos fundos disponíveis pelas iniciativas de excelência.

Importa aqui alertar para mais dois erros comuns dos empreendedores.

ERROS COMUNS

Dispor de pouco capital - O investimento necessário deve considerar diferentes fatores, para além disso, deve considerar tudo aquilo que não conseguimos prever, pois será impossível não ter desvios.

É fulcral minimizar os dispêndios de capital ao início para que possamos ter uma almofada que permita sobreviver nos primeiros tempos.

9. Programa de Inovação Financeira para o Turismo

Este programa visa melhorar as condições de financiamento às empresas na área do turismo, criando e reforçando os mecanismos financeiros e partilhando os riscos complementares e/ou alternativos aos sistemas de incentivos diretos. O programa procura ainda articular as políticas públicas do Turismo de Portugal e as condições de financiamento oferecidas pelas sociedades gestoras de fundos e instituições de crédito, com vista a criar um sistema financeiro à medida das necessidades das empresas do turismo.

Esta atuação assenta em três vetores: financiamento, dinamização empresarial e assistência técnica especializada.

In: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/inovacaofinanceira/Pages/InovacaoFinanceira.aspx>

ERROS COMUNS

Ter lucros elevados - Pode parecer estranho, mas este é um problema frequente em muitas realidades. O excesso de sucesso provoca uma ilusão aos empreendedores que oneram depois a estrutura de custos fixos da empresa e quando passamos por uma altura menos boa, não temos flexibilidade suficiente para fazer os ajustamentos necessários.

E AGORA NA PRÁTICA...

No espaço seguinte indique qual o montante que necessita para o arranque do seu negócio.

E indique agora quais as fontes de financiamento a que vai recorrer.

1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

CONSTITUIÇÃO LEGAL

Como devo constituir a minha empresa?



“A empresa tornou-se, pela sua dimensão e alcance, uma instituição mais pública que privada.”

Arthur Nevill Chamberlain

A passagem da ideia à prática implica, necessariamente, o conhecimento das formalidades associadas à legalização da sua atividade e o contato com um conjunto de entidades cujas atribuições e atividades se enquadram no, por vezes longo, processo de criação / constituição legal de uma empresa.

Nesta etapa chama-se a atenção para os aspetos mais significativos relacionados com a tramitação, documentação e custos associados; que são importantes quando a forma jurídica da empresa está em Nome Individual, como no caso da Sociedade.

Tipos de Sociedades

Para criar o seu negócio deve prosseguir para a constituição formal da empresa e indicar inicialmente o seu estatuto jurídico: Empresário(a) em nome individual, Sociedade unipessoal por Quotas, Sociedade por Quotas, Sociedade Anónima ou outro.

No quadro seguinte apresentamos as principais características.

Vantagens		Desvantagens
Empresário em nome individual	♦ O indivíduo é o único titular da empresa e tem o controlo total sobre a mesma, não tendo que passar pelos trâmites legais de uma sociedade comercial. ♦ Não tem limite de capital pois responde ilimitadamente pelas dívidas da empresa em todos os aspetos.	♦ Não terá com quem partilhar os riscos (dívidas), as experiências e outros aspetos.

Estabelecimento individual de responsabilidade limitada	♦ Inicialmente o capital mínimo é de 5000 euros, podendo ser representado por recursos ou direitos suscetíveis de penhora e por numerários. ♦ O montante do capital social é limitado e está a cargo do proprietário.	♦ Em caso de falência do empreendedor, e caso se prove que não decorria uma separação total dos bens, o falido responde com todo o seu património pelas dívidas contraídas.
Sociedade por quotas	♦ Os sócios dividem o capital da empresa em quotas e responsabilizam-se por todas as entradas convencionais no contrato social, sendo o património social responsável pelas dívidas dos credores e da empresa. ♦ O capital social é livremente fixado pelos sócios, exceto nos casos em que a Lei prevê o contrário, mas o valor da quota não pode ser inferior a 1€. ♦ O número de sócios facilita a partilha de experiências e a tomada de decisões. ♦ Tem um único sócio que pode ser uma pessoa singular ou coletiva, que é titular da totalidade do capital social; A responsabilidade do sócio encontra-se limitada ao montante do capital social; O capital social é livremente fixado no contrato de sociedade, exceto nos casos em que a Lei prevê o contrário, mas o valor da quota não pode ser inferior a 1.	♦ O controlo da empresa é partilhado entre os sócios e todos os sócios são obrigados a contribuir. ♦ Exige procedimentos mais complexos no âmbito da manutenção da sociedade, à semelhança de uma sociedade por quotas que não seja unipessoal.

Sociedade anónima	♦ O capital está dividido em ações, o que limita a responsabilidade de cada sócio ao valor das ações que subscreveu. ♦ A sociedade pode ser feita por 5 pessoas no mínimo e o capital mínimo é de 50.000 euros. ♦ Confere mais facilidade à: transmissão dos títulos representativos da sociedade, obtenção de montantes de capital elevado e à emissão e venda de ações.	♦ Exige procedimentos burocráticos complexos no que diz respeito à sua constituição e dissolução e pode estar sujeita a uma fiscalização rigorosa.
-------------------	---	--

Constituição da Empresa

Para poder constituir formalmente a sua empresa deve executar algumas tarefas que especificamos em seguida para cada tipo de sociedade.



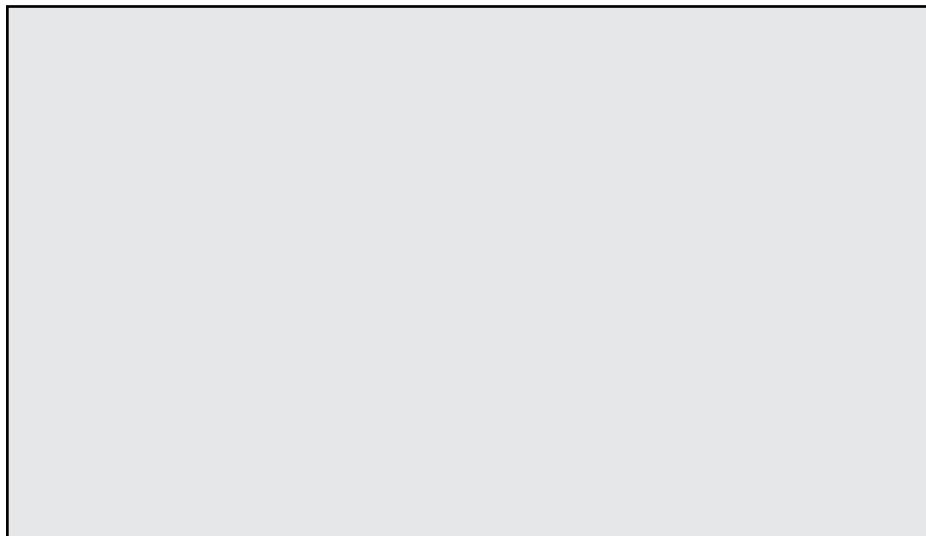
Constituição de sociedade

- 1º. Pedido do Certificado de Admissibilidade de Firma ou Denominação de Pessoa Coletiva e Cartão Provisório de Identificação de Pessoa Coletiva;
- 2º. Marcação da Escritura Pública no Cartório Notarial;
- 3º. Celebração da Escritura Pública no Cartório Notarial;
- 4º. Declaração de Início de Atividade, na Direção Geral de Contribuições e Impostos (DGCI);
- 5º. Requisição do Registo Comercial, Publicação no DR e Inscrição no RNPC, na Conservatória do Registo Comercial competente (área da sede da sociedade);
- 6º. Inscrição na Segurança Social, no CRSS Centro Regional da Segurança Social;
- 7º. Pedido de inscrição no Cadastro Comercial ou Industrial, na Direção do Comércio e Concorrência ou Delegação Regional do Ministério da Economia, respetivamente.

A constituição de sociedades anónimas, unipessoais por quotas e sociedades por quotas pode ser feita no “Balcão do Empreendedor”, o que facilita o processo de constituição da empresa; pois centraliza nesse mesmo balcão os diversos serviços a que teria de se deslocar para o fazer.

E AGORA NA PRÁTICA...

Faça a caracterização legal da sua empresa.



1. PERFIL
EMPREENDEDOR

2. TER A IDEIA

3. PROJEÇÃO E
PROTEÇÃO DA IDEIA

4. EQUIPA DO
PROJETO

5. LOCALIZAÇÃO
DO NEGÓCIO

6. PLANO DE NEGÓCIO

7. FINANCIAMENTO

8. CONSTITUIÇÃO
LEGAL

9. START UP

START UP

Como começar o meu negócio?



“Onde quer que veja um negócio de sucesso, pode acreditar que ali houve, um dia, uma decisão corajosa.”

Peter Drucker

Com um espaço próprio, a empresa prepara-se agora para começar a trabalhar oficialmente.

A primeira coisa que deve saber é que irão existir um conjunto de fatores que não controla, mas que poderão ser muito importantes para a sua empresa. Assim, deve manter-se focado nos seus objetivos e procurar ultrapassar todas as adversidades.

Tenha atenção que muitas vezes depois de constituída a empresa, demora alguns meses até se efetuar a primeira venda e, mais importante que isso, a receber a respetiva contrapartida financeira. Assim, deverá planificar muito bem a sua gestão de tesouraria e adequar o seu nível de vida a esta fase do seu negócio, evitando todos os encargos com despesas supérfluas, tanto a nível pessoal como a nível empresarial.

Ter uma equipa motivada e alinhada com o projeto é um fator muito importante, pelo que é necessário aferir constantemente se os seus objetivos estão alinhados com os da sua equipa. No início, desenhe um pacote remuneratório com uma componente fixa e outra variável, consoante os objetivos que se atinjam, quer a nível individual quer a nível de empresa. Pequenos estímulos são também essenciais para uma equipa motivada, como uma folga inesperada, uma simples refeição ou um programa de outdoor que promova os contactos informais entre os seus colaboradores e/ou parceiros.

Sendo sua a responsabilidade da gestão da microempresa recém-criada deverá focar-se em todos os seus aspetos, mas procurando delegar na sua equipa de colaboradores / parceiros aquilo que eles podem fazer melhor do que si. Procure manter-se focado no estabelecimento de relações de confiança com os seus clientes, procurando, se possível, exceder as suas expectativas de forma a que o possam continuar a procurar em caso de necessidade.

Lembre-se: custa 10 vezes mais recursos angariar um novo cliente do que manter um atual satisfeito. E clientes leais são um dos maiores ativos que uma empresa pode ter.

Embora já tenha definido esses aspetos, para que a empresa possa arrancar oficialmente é necessário que dê a conhecer o seu negócio e que o divulgue junto dos potenciais clientes.

Atenção aos seguintes pontos:

- Lembre-se que nas empresas os dois primeiros anos são complexos, pois há um mercado a conquistar e um produto a criar.
- Planeie bem o seu negócio, considere muitas variáveis, trace cenários. Ter um plano bem alinhado ajudá-lo-á a manter o rumo, deverá ser uma bússola para o seu negócio.
- Tenha sempre presente a sua capacidade financeira, pois esse é um fator crítico para o sucesso. Procure controlar todos os custos da sua organização.
- Centre toda a sua atuação no cliente e nas suas necessidades. Pois quanto melhor conhecer o seu cliente, mais facilmente lhe conseguirá propor um produto único e que este necessite.

Os últimos dois erros comuns cometidos pelos empreendedores são:

ERROS COMUNS

Não ter um planeamento adequado do seu negócio - Uma empresa nova no mercado necessita de capital para o seu crescimento, sendo normalmente difícil obter lucros no primeiro ano da sua atividade.

Assim é importante ter um plano de negócios que lhe permita monitorizar as diversas fases de investimento e em que estejam elencadas as ações que é necessário efetuar para cumprir com os pressupostos que definimos.

Pensar demasiado no planeamento do seu negócio - Apesar de ser uma aparente contradição com o erro anterior se dedicarmos demasiado tempo ao planeamento do nosso negócio, teremos de nos perguntar se o queremos realmente fazer.

Diversos estudos defendem que existe uma primeira correlação positiva entre o planeamento e o sucesso de um negócio.

Mas depois essa correlação deixa de ser positiva, pois se somos demasiado perfeccionistas no seu planeamento, provavelmente teremos alguma dificuldade na sua implementação, pois poderão faltar-nos algumas capacidades de “fazedor de coisas”, essenciais para o arranque de qualquer jornada empreendedora.

Agora que está prestes a pôr em marcha a sua empresa, naturalmente ainda vão surgir muitas questões. Assim, deixamos de seguida alguns endereços eletrónicos que poderão ser úteis:

- ANJE: <http://www.anje.pt>
- Associação Portuguesa de Business Angels:
<http://www.apba.pt>
- IAPMEI: <http://www.iapmei.pt>
- IEF: <http://www.iefp.pt>
- Instituto de Informação em Franchising:
<http://www.infofranchising.pt>
- Instituto Nacional de Propriedade Industrial:
<http://www.marcaspatentes.pt>
- Microcrédito: <http://microcredito.com.pt>
- Portal do Empreendedor:
<http://www.portaldoempreendedor.pt>
- Portal da Empresa:
<http://www.portaldaempresa.pt/cve/pt>
- Portal Europeu das Pequenas Empresas:
http://ec.europa.eu/small-business/index_pt.htm
- PME Investimentos:
<http://www.pmeinvestimentos.pt/finova/programa-pme-investe.html>

E AGORA NA PRÁTICA...

Para iniciar o seu negócio falta-lhe apenas definir como o irá dar a conhecer aos potenciais clientes. Responda às seguintes questões:

- Fará você próprio a divulgação do negócio ou irá contratar uma empresa de comunicação?
- Qual o melhor meio de comunicação para se dirigir ao seu público-alvo?
- Qual será a imagem da sua empresa?
- Qual será o lema que utilizará para vender a sua ideia?

- Banha, Francisco (1998). Capital de Risco - O Impacto da Fiscalidade. Vida Económica.
- Banha, Francisco (2000). Capital de Risco - Os Tempos Estão a Mudar. Editora Bertrand.
- Couto, Gualter (coord.) (2010), Empreendedorismo, Gestão e Espírito Empresarial, Edição da Universidade dos Açores
- Saraiva, Pedro Manuel (2011), Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor, 2ª Edição, Imprensa da Universidade de Coimbra
- ANJE: <http://www.anje.pt>
- Federação Nacional de Business Angels: <http://www.fnaba.pt>
- IAPMEI: <http://www.iapmei.pt>
- IEFP: <http://www.iefp.pt>
- Instituto de Informação em Franchising: <http://www.infofranchising.pt>
- Instituto Nacional de Propriedade Industrial: <http://www.marcasepatentes.pt>
- Microcrédito: <http://microcredito.com.pt>
- <http://p3.publico.pt/actualidade/economia/4001/t-shirt-lovers-quer-tirar-criatividade-do-desemprego>
- <http://laqiblog-pt.blogspot.pt/2011/01/os-10-erros-mais-cometi-dos-pelos.html>
- <http://cdp.portodigital.pt/estagios/programa-de-estagios-nacionais>
- http://www.iefp.pt/noticias/Documents/Programa_Impulso_Jovem/Impulso_Jovem.pdf
- <http://www.iefp.pt/apoios/empresas/Paginas/MedidaEstimulo2012.aspx>

Análise económico-financeira - Consiste numa análise da viabilidade, sustentabilidade e rentabilidade de um negócio/projeto.

Benchmarking - O benchmarking é um processo contínuo e sistemático, que compara os nossos produtos, serviços e práticas, com as dos nossos melhores concorrentes ou com as empresas que são reconhecidas como líderes de mercado.

Canais de distribuição - São os canais de vendas de bens e serviços e que compreendem todas as funções e percurso que medeia a produção até ao consumidor final.

Canais de comunicação - Meios através dos quais se promovem um anúncio, mensagem ou comunicação de um produto/serviço.

Demonstração de resultados - Consiste numa demonstração financeira que permite avaliar o desempenho da empresa durante um determinado período de tempo.

Franchising - Sistema de distribuição que assenta na colaboração entre Empresas. O Franchisador, que criou o produto/serviço e que possui o know-how de exploração, cede o mesmo a outra Sociedade (Franchisado), através de contrato.

Marketing - É o processo que consiste na identificação e satisfação das necessidades, preferências e exigências dos clientes, com vista à obtenção de um maior número de vendas.

SWOT - Provém das palavras inglesas Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats e corresponde a uma análise que se faz ao ambiente interno da empresa (os pontos fortes e fracos da mesma) e à envolvente externa da mesma (as oportunidades e ameaças que tem).

Rácio custo-benefício - É o indicador que relaciona os benefícios de um projeto ou negócio e os seus custos, expressos em termos monetários.

Contas previsionais - Consistem numa previsão dos custos e lucro de um negócio e assenta por isso em vários pressupostos financeiros.