



alpe

[agência local
em prol do emprego]



pg tema

03	1. introdução	14	9. caracterização do desenvolvimento da actividade
04	2. o processo de criação de uma empresa		definição correcta do produto ou service
05	3. fontes de ideias. como encontrar ideias?		escolha do local de instalação
06	4. razões para a criação de uma empresa		licenciamento da actividade
07	5. avaliação do perfil empreendedor do promotor		forma jurídica a adoptar
09	6. principais funções de um empresário		avaliação das necessidades de formação
10	7. da ideia ao negócio		recrutamento do pessoal
	ideia inovadora	18	10. o plano de investimentos
	clarificação e maturação da ideia	18	11. o plano de financiamento
12	8. a oportunidade do negócio	19	12. o plano de exploração previsual
	definição do perfil dos potenciais clientes	20	13. a elaboração do projecto
	conhecer a concorrência	20	14. estudo de viabilidade
	fornecedores	21	referências bibliográficas
	mercado	22	anexo 1
		25	anexo 2
		26	anexo 3

1. Introdução

A **Agência Local em Prol do Emprego (ALPE)** é uma estrutura criada **no âmbito do Projecto Direitos & Desafios** que tem como entidade promotora a Câmara Municipal de Santa Maria da Feira e como entidade executora a Associação Pelo Prazer de Viver. Este projecto é co-financiado pelo PROGRIDE (Programa de Inclusão e Desenvolvimento) do Instituto da Segurança Social.

Porque a criação do próprio emprego é uma alternativa ao emprego por conta de outrem, pretende-se deste modo facilitar os processos de inserção e reinserção profissional, reconhecendo que o apoio à iniciativa empresarial de pequena dimensão tem demonstrado ser um instrumento eficaz na promoção da inserção no mercado de trabalho.

A ALPE, que existe desde Janeiro de 2006, constitui-se como uma plataforma de integração das sinergias locais, nos domínios do emprego, educação-formação e criação do próprio negócio, com o objectivo de promover dinâmicas e respostas adequadas às solicitações e objectivos da população do Concelho.

Sentimos que a disseminação de uma cultura e prática empreendedora requerem uma actuação integrada que não se esgote nos sistemas de incentivos à criação de empresas, mas criem condições para que estes se consolidem, desenvolvendo aptidões e competências e assegurando o acompanhamento adequado às iniciativas apoiadas.

Num momento em que a pressão colocada sobre o mercado de trabalho pelas dinâmicas de transformação da economia se acentua e em particular, pelo próprio processo de reconversão produtiva em curso em Portugal - gerando maior desemprego, aumentando o risco de exclusão duradoura do mercado de trabalho, promovendo em alguns segmentos deste uma maior precariedade do emprego - o apoio ao empreendedorismo e à transição para a vida activa ganham um maior relevo.

É neste sentido que a ALPE actua, proporcionando um ambiente integrado de apoio. Para tal, pretende com este manual, reforçar o apoio aos potenciais empreendedores constituindo este documento um referencial que pode servir de guião aos promotores que se decidam por este desafio.

Na mesma linha de orientação, a ALPE desenvolve de forma regular e sistemática acções de formação que visam preparar os empreendedores para o desafio da constituição de uma nova empresa ou do lançamento de um novo projecto no mercado.

Neste contexto, o **empreendedorismo** distingue-se como recurso fundamental e a ALPE, nesta vertente de apoio, pretende contemplar iniciativas empresariais de base local que privilegiem especialmente pessoas desempregadas, jovens à procura do primeiro emprego e activos em risco de desemprego, bem como iniciativas de empreendedorismo feminino.



2. O Processo de criação de uma empresa

O processo de criação de uma empresa é um conjunto de fases sucessivas de um fenómeno das quais é possível obter feedback. De forma sucinta o processo que se assume como standard para a criação de uma empresa apresenta as fases seguintes:

UM PROMOTOR [EMPREENDEDOR]

Que tem uma **ideia** [Que deve **validar** para comprovar que é uma boa ideia]

Elaborar um **Plano da ideia de negócio** para uma análise completa

Deve **decidir** o que deve fazer com ela

Obter os **recursos** necessários

Iniciar os **trâmites** para o seu **arranque**

Consolidar

Crescer

Se a ideia “tem potencial”, realiza-se uma análise mais detalhada e definem-se as bases em que se vai desenvolver a ideia empresarial (ideia de negócio) mediante a elaboração de um Plano de Negócio, cujas conclusões permitirão decidir o que fazer com o projecto.

Se a decisão for no sentido de avançar com o projecto, definem-se os recursos necessários para o colocar em prática, de acordo com o estabelecido no Plano de Negócio, e iniciam-se os trâmites para a constituição, instalação e abertura da empresa. Se, por outro lado, o projecto não cumpre os objectivos definidos, existem duas possibilidades: ou se altera o projecto ou se assume que, tal como está definido, não satisfaz as necessidades dos promotores e por isso abandona-se.

Posteriormente à constituição da empresa, o projecto deve consolidar-se e crescer. O processo de criação de uma empresa não termina com a sua abertura. Acaba quando a empresa cresce porque se consolidou

O processo de criação de uma empresa não se limita ao conhecimento e realização dos trâmites administrativos para legalizar uma empresa. Eles são um meio e não um fim em si mesmo.

O processo inicia-se com o aparecimento de uma ou mais pessoas com intenção de “fazer algo”, a ideia de criar uma empresa. São os promotores ou empreendedores que normalmente têm uma ideia do futuro projecto de empresa.

O passo seguinte é verificar se essa ideia “tem potencial”. Se não tiver, existem duas possibilidades: reformulando as condições em que ia ser desenvolvida ou abandonando a ideia.



3. Fontes de ideias - Como encontrar ideias?

A melhor forma de conseguir ideias é ir ao seu encontro, isto é, às suas fontes. Estas fontes podem ser diversas e não são independentes entre si, produzindo-se um efeito de sinergia entre elas. Quanto mais fontes consultamos, maior número de ideias conseguiremos. Podemos sistematizá-las da seguinte forma:

a) Novas necessidades ou Necessidades não satisfeitas

Ainda que pareça óbvio, a primeira fonte de ideias e a mais simples encontra-se na casualidade, na sorte que faz com uma ideia nos apareça sem a procuramos. É uma questão de estarmos atentos ao que nos rodeia e disponíveis para ver as oportunidades que surgem: "As oportunidades são portas que não se abrem sozinhas." (Anónimo). Em qualquer actividade que realizamos, seja no trabalho, a estudar, num passatempo ou simplesmente em casa a fazer uma tarefa, pode surgir uma ideia.

É necessário identificar as necessidades e posteriormente dar-lhe uma resposta efectiva. Não se deve estimular a procura sem existir uma necessidade prévia, pois os possíveis compradores acabarão por recusar o que se está a oferecer, uma vez que não necessitam. Mas existem necessidades que, estando identificadas, precisam de novas formas de as satisfazer. A criatividade é, pois, um vector fundamental. Como refere Pablo Ruiz Picasso: "A inspiração existe, mas tens que te encontrar a trabalhar".

A ideia deve ser simples e satisfazer uma necessidade para que imediatamente possamos descobrir possíveis clientes. A sua utilidade pode originar uma boa oportunidade de negócio

b) O que me dizem...

- Professores
- Amigos e familiares
- Bancos de ideias
- Especialistas
- Futuros clientes, concorrentes, distribuidores

"Surpreendermo-nos com algo é o primeiro passo para a descoberta." (Louis Pasteur)

Outra fonte possível é o que ouvimos ou que nos dizem e que pode servir de "pista" sobre ideias a trabalhar. Devemos estar receptivos a escutar tudo o que nos possam dizer, recolher opiniões e avaliar a sua qualidade, mas não aceitá-las como se nos apresentam.

O promotor deve estar convencido e convicto da ideia que quer desenvolver, mas não apenas porque lhe disseram.

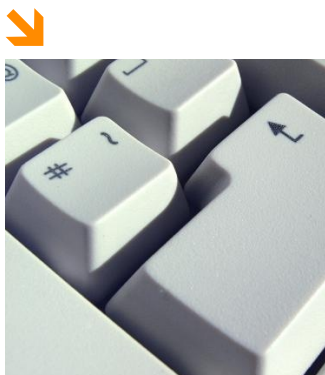
c) O que vejo...

"Nem todos os olhos fechados dormem, nem todos os olhos abertos vêem." (Anónimo)

Por vezes o empreendedor tem de adoptar uma postura mais observadora, não se pode limitar a confiar na sorte ou a escutar o que lhe dizem. Deve seleccionar a direcção em que pretende olhar, depois olhar e por fim, ver.

"A habilidade é o que é capaz de fazer. A motivação determina o que quer fazer. A atitude é que determina quão bem o vai fazer" (Lou Holtz).

- Alterações na indústria ou no mercado
- Alterações demográficas
- Alterações na percepção das pessoas
- Novos conhecimentos
- Recursos de que se dispõe



d) **As ideias que procuro...**

O que se pretende aqui não é “copiar” o que existe noutros lugares ou que outros tenham criado, mas antes que se possa realizar uma “imitação criativa”. A criatividade é um elemento indispensável para o desenvolvimento de ideias. Muitas das ideias podem ser encontradas dentro de nós mesmos, utilizando as próprias capacidades, experiências e conhecimentos.

- Leituras
- Países ou zonas
- Invenções ou patentes
- Feiras, congressos...
- Bases de dados de franchising

4. Razões para a criação de uma empresa



Antes da decisão de criar a sua própria empresa, o promotor deve prestar especial atenção às razões que o levam a considerar essa hipótese e reflectir sobre as motivações que estão associadas. É importante que as expectativas sejam realistas.

As razões ou motivações para a criação de uma empresa podem ser as mais diversas:

- Aumento dos rendimentos
- Não depender de superiores
- Alternativa à falta de emprego
- Criar e acrescentar valor

É importante, porém, que antes de tomar qualquer decisão, o promotor pondere alguns aspectos:

- » Se o objectivo é o de aumentar os rendimentos, deve ter presente que, sobretudo no início da actividade, poderá ter que sujeitar-se a alguns sacrifícios financeiros. Em muitas situações, o salário do empresário é o primeiro a comprimir.
- » Se a razão tem a ver com a vontade de não depender de superiores hierárquicos, deve ter em conta que a independência de um empresário é muito relativa. Criam-se compromissos e novas dependências, seja em relação a clientes, fornecedores, prazos de entrega e outros.

» Se a principal motivação for a procura de uma solução para um problema de emprego, devem ter em conta que esse problema não se resolve de imediato com a criação de uma actividade.

» É preciso pessoas capazes de aproveitar ou criar oportunidades e inventar negócios. Sem isso não existem mercados produtivos. O espírito empreendedor é determinante para aumentar a riqueza de um país e para melhorar a vida das pessoas.

A criação de uma empresa e da correspondente actividade económica pode trazer alterações significativas na vida familiar, sobretudo dos promotores, razão porque é conveniente que a família esteja mobilizada e apoie o seu projecto.

Será, pois, conveniente que o promotor esteja seguro das suas motivações e que as suas expectativas sejam as mais realistas possíveis, para que a probabilidade de sucesso seja maior.

5. Avaliação do perfil empreendedor do promotor

Mais importante do que a ideia de negócio, o que realmente é essencial e faz com que as ideias se transformem em empresas com bons resultados, são as pessoas. São características empreendedoras como o esforço, a dedicação, a criatividade e as competências técnicas, por exemplo, que podem fazer crescer e vingar a ideia.

Embora não haja um perfil de empresário único, existem, no entanto, algumas características que um promotor deve possuir ou procurar desenvolver se pretende desenvolver uma actividade económica. Indicamos, a seguir, algumas características que consideramos importantes no perfil dum empresário:

a) Capacidade de tomar decisões

Deve manter-se atento ao que se passa em seu redor e ser capaz de antever tendências de evolução do mercado e tomar decisões com a necessária rapidez.

- » É bom observador?
- » Identifica com alguma facilidade oportunidades de negócio?
- » Gosta de se manter informado?

b) Iniciativa e Autonomia

Deve ser capaz de tomar iniciativas de forma autónoma e independente, podendo fazê-lo com apoio da opinião de outras pessoas, nomeadamente de técnicos especializados.

- » Tem facilidade e gosta de tomar decisões?
- » Aceita correr riscos (mesmo que de forma calculada)?
- » Prefere executar directivas traçadas por outras pessoas?

c) Resistência física

Montar um negócio é uma tarefa aliciante, mas pode exigir um grande esforço físico e muitas horas de trabalho, sobretudo no início da actividade.

- » Está disposto a trabalhar muitas horas seguidas, sem horário definido e tendo eventualmente de abdicar de fins-de-semana?
- » Trabalha bem em situações de stress?

d) Capacidade de adaptação

O sucesso das empresas depende muito da capacidade de adaptação dos empresários, sobretudo num mundo em constante mutação, como aquele em que vivemos.

- » Tem uma relação aberta em relação ao que é novo?
- » Procura manter-se actualizado sobre as inovações tecnológicas no seu sector de actividade?
- » Pensa que tem sempre alguma coisa para aprender?

d) Persistência

Montar um negócio não é uma tarefa fácil. Pode ter que ultrapassar alguns obstáculos antes de concretizar o seu projecto.

- » É uma pessoa persistente que não desiste à primeira contrariedade?
- » Quando se envolve num projecto, gosta de levá-lo até ao fim?





e) Bom relacionamento interpessoal

Como empresário terá de manter contactos pessoais a vários níveis: com clientes, fornecedores, trabalhadores, instituições financeiras e outras. O bom relacionamento com todas estas pessoas pode ser determinante para o sucesso da sua actividade económica.

- » Tem facilidade em comunicar? E em negociar?
- » Apresenta as suas ideias de forma segura e confiante?
- » Gosta de trabalhar com outras pessoas?

O potencial empresário deverá, então, fazer um balanço pessoal e profissional com o objectivo de avaliar os saberes e competências adquiridas ao longo da sua vida, quer na esfera pessoal, quer através das experiências profissionais. Este balanço permite-lhe passar em revista todos os seus conhecimentos, competências e aptidões com vista à definição de um projecto profissional.

Podem então, fazer o exercício de descrever todas as experiências profissionais, de formação, extra profissionais e de tempos livres e tentar fazer um balanço, respondendo às questões seguintes:

- » O que considerou mais importante nessas experiências?
- » Que capacidades lhe permitiram desenvolver?
- » De quais gostou mais?
- » Quais foram aquelas que melhor realizou?
- » Quais foram os seus pontos fortes e pontos fracos.

Conhecer-se bem, reconhecer as suas capacidades e também as suas limitações, é o primeiro passo para avaliar as características que possui e as que deverá desenvolver.

6. Principais funções de um empresário

Uma actividade económica pressupõe um conjunto de funções que remetem para competências e capacidades que deverão coexistir, de uma forma global e integrada, para que a laboração possa decorrer de uma forma eficiente e os objectivos da sua actividade económica sejam cumpridos.

Funções do empresário

FUNÇÕES	CONHECIMENTOS E CAPACIDADES
Função técnica	Conhecimentos e experiência prática na área do projecto
Função comercial	Definição do produto ou serviço; preços; estratégias de comercialização - marketing e publicidade
Gestão contabilística e financeira	Organização e controlo da contabilidade da actividade; aspectos fiscais; análise das necessidades financeiras da actividade (empréstimos, crédito a clientes, ...)
Gestão dos recursos humanos	Gestão do pessoal; política salarial; necessidades de recrutamento; formação
Gestão global do negócio	Planeamento a curto, médio e longo prazo; definição de objectivos e estratégias da actividade económica; análise das tendências e evolução do negócio



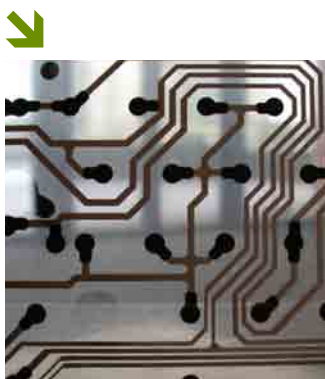
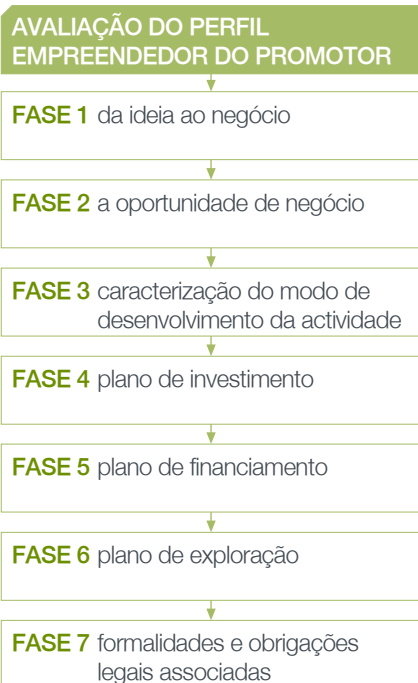
O empresário deve decidir:

- Que função poderá desempenhar sozinho;
- Para quais terá que procurar apoio;
- Quais as que poderá delegar.

No entanto, é sempre ao empresário que cabe a responsabilidade e a gestão global do negócio.

7. Da Ideia ao Negócio

Ideia de negócio



A primeira etapa, depois das considerações anteriores, consiste na definição da ideia de negócio, para o que se deve clarificar uma série de aspectos para poder avançar de forma segura.

a) Ideia Inovadora

Ter uma ideia inovadora é o “segredo” da maioria das empresas bem sucedidas. Inovação não significa só invenção ou desenvolvimento de novos produtos. A inovação de uma determinada ideia pode traduzir-se na natureza original ou nas qualidades únicas dos produtos ou serviços ou pode decorrer do facto de este vir responder a necessidades muito específicas do mercado, que ainda não se encontram satisfeitas, nem cobertas por empresas concorrentes.

Inovação é pois um conceito bastante vasto, que na criação de actividades económicas pode registar-se a vários níveis:

» **Do produtos ou serviços**

Pode tratar-se de um produto que ainda não existe no mercado, de uma nova ideia de utilização de tecnologias já existentes, um novo processo de fabrico, uma nova cor, nova forma, etc. Por exemplo: Utilização de tecidos ou padrões tradicionais na confecção de vestuário moderno

» **Do segmento de clientes a quem se dirige**

A ideia pode já existir mas ser inovadora relativamente ao segmento de clientes a quem se dirige. Pode resultar da adaptação de um produto ou serviço existente a uma clientela específica. Por exemplo: Organização de excursões ou visitas para pessoas deficientes.

» **Do local de implementação**

Poderá tratar-se de um produto ou serviço já existente, mas não naquele local. Por exemplo: A criação de um ateliê de tempos livres para crianças num hipermercado.

» **Do horário de funcionamento**

Uma das formas de tornar um produto ou serviço inovador é a possibilidade de oferecer o serviço fora dos horários habituais. Por exemplo: Serviço nocturno de guarda de crianças

b) Clarificação e maturação da ideia

O estágio de desenvolvimento de uma ideia pode ser muito variado.

- » Pode ter apenas o desejo de criar o seu próprio negócio, mas não saber ainda em que área ou sector de actividade pretende fazê-lo;
- » Pode ter uma ideia de um produto ou serviço que gostaria de lançar no mercado, mas ainda não ter pensado muito sobre como o vai por em prática;
- » Pode já ter uma carteira de clientes razoável, mas precisar de afinar alguns pormenores relativos à imagem ou apresentação do produto ou serviço.

Em qualquer dos casos, é necessário definir com muita exactidão essa ideia e clarificar um conjunto de aspectos:

- » Tem ideia do sector de actividade no qual a sua ideia se integra?
- » Tem uma ideia objectiva do produto ou serviço que pretende desenvolver?
- » Já definiu qual será o seu público - alvo?
- » Conhece a concorrência do seu negócio?
- » Sabe onde irá instalar a sua actividade económica?
- » Já decidiu se irá desenvolver sozinho a sua actividade ou se irá associar-se a outras pessoas?
- » Tem ideia da forma jurídica que irá adoptar?
- » Necessita de frequentar algum tipo de formação antes de criar a sua actividade?
- » Tem ideia do investimento inicial que terá de realizar?
- » Já pensou nas formas ou fontes de financiamento
- » Tem alguma ideia da viabilidade do investimento?

Para realizar a maturação de uma ideia deve saber responder às cinco grandes questões base:

O **que** é que eu vou vender?

A **quem** vou vender?

Como é que vou fazer para poder vender?

Onde vou vender?

Quando vou vender?

Consoante o sector de actividade, poderá recorrer às associações empresariais, ou nas câmaras municipais, aos gabinetes vocacionados para apoio aos empresários. Procure saber:

- » Quais são as tendências de evolução do sector;
- » Quais são as possibilidades de diversificação dos produtos ou serviços nesse sector;
- » Qual o nível de investimento inicialmente exigido;
- » Quais as possíveis fontes de financiamento.

Poderá recolher informação suplementar visitando feiras e certames, falando com pessoas que já tenham experiência no sector (incluindo empresas do ramo), consultando revistas e outras publicações especializadas.

Se tem uma ideia do sector de actividade no qual o seu projecto se insere, aprofunde os seus conhecimentos sobre esse sector.



8. A oportunidade do negócio

Não é difícil encontrar uma “boa ideia” para um negócio. O mais difícil é, seguramente, pô-la em prática de uma forma viável. Por isso, na definição do produto ou serviço terá que ter em conta o mercado a que se dirige.

Será conveniente que consiga responder às seguintes questões:

- Existe um mercado para o meu produto / serviço?
- Estarei em condições de responder às exigências desse mercado?

a) Definir o perfil dos potenciais Clientes

O mercado não é homogéneo e os consumidores agrupam-se em diferentes segmentos de mercado cujas necessidades e comportamento variam, nomeadamente de acordo com a idade, o género, as habilitações literárias, a profissão / rendimentos, o poder de compra / estilos de vida e as aspirações. Com a segmentação do mercado, é possível definir mais claramente quais os clientes - alvo que se pretende atingir.

Para uma pequena empresa, em início de actividade, a escolha do segmento de mercado a que pretende dirigir-se é essencial. Para serem bem sucedidas, as estratégias empresariais devem ser bem direccionadas, de forma a provocarem reacções positivas no segmento de mercado visado.

Por isso é fundamental ter um bom conhecimento do mercado. Antes de decidir criar a sua actividade faça um levantamento do mercado e da sua clientela potencial.

- » Quem são os seus potenciais clientes?
- » Quais são os seus hábitos ou as suas necessidades?
- » Porque compram?
- » Quanto compram?
- » Onde e como compram?
- » Quanto estão dispostos a pagar pelo produto/ serviço que pretende criar?
- » Como são motivados para a compra?

Exemplos:

- A Graça pretende criar um serviço de lavandaria/ engomadaria com entrega ao domicílio. Este serviço poderá ser procurado por pessoas com actividades profissionais exigentes que não têm muito tempo para dedicar a actividades domésticas. Este serviço poderá ser dirigido a pessoas cuja profissão exige uniforme, como militares, comissários de bordo, enfermeiros, etc.

- A Joana e o Ricardo gostariam de montar uma “sala de estudo” onde crianças e jovens em idade escolar possam receber apoio e ocupar os seus tempos livres. Este tipo de serviço poderá ser procurado por famílias, cujas crianças fiquem sozinhas durante uma parte do dia e que residam em locais onde não há muita oferta no que toca à ocupação de tempos livres, ou junto das escolas para permitir que os alunos possam ocupar os tempos pós escolares enquanto aguardam que os pais os vão buscar.

b) Conhecer a Concorrência

É importante conhecer as empresas que já existem no mercado e produtos e serviços que oferecem. Esta análise refere-se à concorrência directa e a indirecta, já que existem produtos substitutos que, sendo diferentes, satisfazem as mesmas necessidades que o produto ou serviço que pretendemos apresentar.

Deste modo, podemos então avaliar quais as faixas de mercado que se encontram ainda disponíveis e conceber o produto/serviço ou fazer os ajustamentos que se mostrem necessários para melhorar a capacidade competitiva.

- » Que empresas já existem no local onde pretende instalar-se?
- » Qual é a sua posição no mercado? Actuam numa faixa muito específica?
- » Qual a dimensão dessas empresas?



- » Quais são as características mais positivas dessas empresas (preço, serviço, rapidez, segurança, assistência pós venda, qualidade, design, etc)
- » Os produtos oferecidos pela concorrência são inovadores? Em que medida? (respondem a uma necessidade ainda não preenchida ou respondem de forma mais ajustada e/ou vantajosa a essas necessidades?)
- » Qual a notoriedade das empresas/marcas?

Exemplos:

A Inês pretende montar um serviço de “baby-sitting”. Informou-se sobre os serviços similares que já existem na sua cidade e verificou que nenhum deles funciona num horário nocturno.

A Anabela verificou que, embora no seu concelho existam várias agências de publicidade, nenhuma está vocacionada para a prestação de pequenos serviços a empresas de menor dimensão - criação de logótipos, timbres, concepção de embalagens, etc.

A Ivone e a irmã são proprietárias de um espaço localizado perto de cinemas e de uma zona comercial da cidade. Gostariam de abrir um restaurante. Naquela zona existem inúmeros, mas a Ivone teve uma ideia inovadora, adaptar o horário de forma a funcionar “fora de horas” (entres 19h e as 2h) e possa atrair as pessoas que saem dos cinemas.

c) Fornecedores

Nesta fase importa também pensar nos fornecedores que vai necessitar para desenvolver a actividade e começar a fazer uma pesquisa para seleccionar os mais convenientes. Será importante estabelecer alguns contactos prévios para avaliar as condições que poderão oferecer.

- » Quem são os principais fornecedores?
- » Onde se localizam?
- » Que condições de fornecimento físicas e financeiras oferecem?

d) Mercado

Para a realização do estudo de mercado pretendido nesta fase, essencial para poder validar e caracterizar uma oportunidade de mercado necessária ao desenvolvimento de uma ideia de negócio, convém também fazer uma análise mais genérica sobre o mercado e as condições que oferece:

- » Evolução histórica
- » Sazonalidade
- » Barreiras à entrada e saída
- » Principais dificuldades que se deparam aos operadores
- » Exigência quanto a instalações, pessoal e outros
- » Enquadramento legal



9. Caracterização do desenvolvimento da actividade

O objectivo desta fase consiste em planear de forma pormenorizada o modo de desenvolvimento da actividade. Nesta etapa o promotor deverá reunir informações que lhe permita tomar decisões relativamente a todas as áreas que estruturam a sua actividade e conhecer e compreender as diversas componentes associadas à gestão de um negócio.

a) Definição correcta do produto ou serviço

Esta é uma fase de concepção, propriamente dita, na qual o promotor deverá definir pormenorizadamente as características técnicas do seu produto ou serviço, nomeadamente: os materiais, o design (forma, dimensão, cor), a qualidade, a embalagem, a utilização, conservação e reparação, o nome (apelativo para o consumidor); etc.

Exemplos:

Se o objectivo é produzir um isqueiro, deve definir se se trata de um isqueiro de mesa ou de bolso; produzido com materiais baratos ou de qualidade; com um design simples ou sofisticado; se se trata de um brinde publicidade, etc....

Se o objectivo é prestar um serviço de apoio às empresas, deverá discriminar muito bem quais os serviços que pretende oferecer: organização de contabilidade, documentação; informatização, procurando descrever pormenorizadamente cada um dos serviços.

Procure definir o seu negócio numa frase síntese que contenha os elementos essenciais da sua ideia.

Esta frase constituirá uma boa introdução à descrição do seu produto ou serviço, a partir da qual poderá fazer uma descrição detalhada. Por exemplo, a partir da frase "Livraria, Galeria com espaço de convívio" é possível descrever, pormenorizadamente as diferentes valências do estabelecimento.

É a partir da definição completa da actividade que deve escolher o Código de Actividade Económica (CAE) que melhor se adapta. Pode fazê-lo no site do www.dgeep.mtss.gov.pt ou informando-se numa repartição de finanças.

b) Escolha Criteriosa do local de instalação

A localização da actividade é um factor determinante do seu sucesso. Os critérios de escolha variam de acordo com o tipo de actividade e a natureza do produto ou serviço que pretende desenvolver, bem como com a forma de comercialização.

Exemplos:

- O Rui pretende montar um serviço de reparação de calçado (sapateiro). Uma vez que se trata de um serviço que responde a uma necessidade muito específica, em princípio, o Rui não precisará de procurar uma zona com características particulares. Os consumidores irão, eles próprios, procurar o "sapateiro" sempre que necessitem de reparar calçado.

- Se o Rui quisesse montar uma boutique, já teria de ter outro cuidado com a escolha do local. Antes de se decidir pela compra ou arrendamento de uma loja, deveria verificar a frequência com que passam pessoas nesse local e se existem outras lojas de roupa por perto. Por regra, os consumidores organizam as suas compras de uma forma lógica. Quando procuram artigos de vestuário, tendem a ir a ruas ou centros comerciais onde existem várias lojas de roupa, que funcionam como pólo de atracção.



Deve contactar as associações empresariais do sector para obter informações sobre as características ideais que o seu espaço deverá ter de forma a permitir uma boa evolução da sua actividade. É igualmente importante que contacte a Câmara Municipal para conhecer os planos de desenvolvimento existentes para a zona onde pretende instalar-se. Em muitos municípios existe um Plano Director Municipal, que estabelece de forma objectiva o ordenamento no município (zonas residenciais, comerciais, industriais, localização de equipamentos culturais, desportivos) e que por isso condiciona os licenciamentos das actividades económicas.

As instalações são, pois, um aspecto fundamental a considerar na criação de uma actividade económica mas também um dos mais difíceis para as pequenas empresas. Este aspecto representa uma boa parte do investimento inicial quando são adquiridas ou um dos encargos mensais mais onerosos quando são arrendadas. Com vista a ajudar a resolver o problema das instalações, sobretudo na fase de arranque, algumas entidades têm vindo a criar estruturas de apoio à instalação de empresas, nomeadamente: Centros de Apoio à Criação de Empresas (CACE), Ninhos de Empresas ou Centros de Incubação.

Estas estruturas permitem a instalação de novas empresas, durante um determinado período, durante o qual recebem apoio técnico (informação, formação e logística), acesso a equipamentos, apoio de secretariado, acesso a salas de exposição e auditórios.

A ideia subjacente é a de prestar apoio e assistência ao desenvolvimento da empresa, após o seu arranque, e até que atinja um bom nível de consolidação, altura em que terá de abandonar o Ninho de empresas ou Centro de incubação.

c) Licenciamento da Actividade

Depois de escolher o local e de avaliar com o proprietário as condições de compra ou arrendamento deverá ter em conta a questão do licenciamento necessário à actividade que quer desenvolver.

O acesso à **actividade comercial** é, em princípio, livre. Porém, para as actividades comerciais ligadas à venda de produtos alimentares e de alguns estabelecimentos de comércio não alimentar e de serviços que podem envolver riscos para a saúde e segurança das pessoas bem como para a adequação destes às normas relativas à Higiene e Segurança do Trabalho, ao ruído e riscos de incêndio, é necessária a obtenção de licença prévia. Esta licença é concedida em função das condições das instalações comerciais, dos conhecimentos profissionais ou outros requisitos legais exigidos a quem pretende vir a exercer a actividade objecto de regulamentação específica. Para mais informações poderá consultar o site da Direcção Geral das Actividades Económicas em <http://www.dgae.min-economia.pt/>

Nesses casos, deverá ir junto da Câmara Municipal (sector de obras) apurar a possibilidade do espaço poder ser licenciado para a actividade a que se destina.

Existem então, determinadas actividades económicas que necessitam de licenciamento específico, enquanto a maioria requer apenas licenciamento para comércio ou prestação de serviços. A generalidade dos espaços comerciais, que se encontram disponíveis para arrendamento, já se encontra licenciado para comércio ou serviços.

Para a actividade industrial, é necessário um licenciamento específico - Licenciamento Industrial (Ver Anexo).



d) Forma Jurídica a adoptar

Antes de decidir sobre os aspectos jurídicos da constituição da empresa, deve ponderar se quer desenvolver a sua actividade sozinho ou se considera preferível associar-se a outras pessoas. Existem vários tipos de motivos que o podem querer fazer encontrar um sócio, nomeadamente:

- » O desejo de partilhar a responsabilidade da criação e da gestão da sua actividade económica;
- » A necessidade de financiar o seu projecto - um sócio pode trazer um contributo financeiro importante;
- » O reconhecimento de que, embora possua algumas boas características para o desempenho de uma actividade empresarial, lhe falta outras que um sócio pode possuir.
- » Desta forma, podem-se completar competências e criar uma equipa mais produtiva.

A escolha de um sócio é uma decisão da máxima importância e determinante para o sucesso da sua empresa ou actividade. Não basta que se conheçam, sejam amigos ou familiares com quem mantenham um bom relacionamento. É necessário que trabalhem bem em conjunto, partilhem a mesma visão do negócio e tenham o mesmo tipo de ambições para que contribuam de forma positiva para a concretização do projecto. O seu sócio deverá também efectuar uma avaliação do seu perfil empreendedor para o que será útil a realização de um balanço pessoal e profissional.

Se a opção for desenvolver a actividade individualmente, a forma jurídica que pode adoptar, será:

- a) Empresário em Nome Individual (ENI)
- b) Sociedade Unipessoal por quotas.

Se, pelo contrário, pretende associar-se a outras pessoas, poderá constituir:

- a) Sociedade por quotas com dois sócios ou mais,
- b) Cooperativas, entre outras formas jurídicas.

c)

[FORMA]
ENI - Empresário em nome Individual

[N.º SÓCIOS] 1

[CAPITAL MINIMO]
Sem capital mínimo obrigatório

[RESPONSABILIDADES]
Ilimitada - O empresário responde ilimitadamente pelas dívidas contraídas no exercício da sua actividade perante os seus credores

[OBRIG. FISCAIS] IRS / IVA

[SEGURANÇA SOCIAL]
Contribuições 25,4% ou 32%

[FORMA]
Sociedade Unipessoal por quotas

[N.º SÓCIOS] 1

[CAPITAL MINIMO] 5.000 euros

[RESPONSABILIDADES]
Limitada ao montante do capital social

[OBRIG. FISCAIS] IRS / IVA

[SEGURANÇA SOCIAL]
Contribuições 34,75% (23,75% e 11%)

[FORMA] Sociedade por quotas

[N.º SÓCIOS] Mín. 2

[CAPITAL MINIMO] 5.000 euros

[RESPONSABILIDADES]
Limitada ao montante do capital social

[OBRIG. FISCAIS] IRC / IVA

[SEGURANÇA SOCIAL] Contribuições 34,75%

[FORMA] Cooperativas

[N.º SÓCIOS] Mín. 5

[CAPITAL MINIMO] Variável:
Geral: 2.500 euros
Serviços: 250 euros

[RESPONSABILIDADES] Limitada ao montante do capital subscrito pelo cooperador

[SEGURANÇA SOCIAL]
Contribuições 31,6% (20,6% e 11%)



Nota: A última alteração do Código dos Regimes Contributivos estabelece um regime de mudança progressiva para as várias taxas contributivas a partir de 2010

O empresário em nome individual (ENI) quando inicia a actividade, pela primeira vez, fica isento de contribuições à segurança social durante um ano. Quando o volume de negócios é inferior a 10.000 Euros pode estar isento de IVA (Art. 53º do CIVA).

e) Avaliação das necessidades de formação

A função de um empresário é complexa. Para além dos conhecimentos teóricos e técnicos relacionados com o produto ou serviço que pretende criar, implica conhecimentos e competências que ultrapassam.

É aconselhável, por isso, possuir alguns conhecimentos no domínio empresarial, em áreas como:

Economia - Em particular na área de actividade em que pretende realizar o projecto empresarial.

Gestão - Saber dirigir uma empresa implica saber prever, planear, organizar, comandar, coordenar e controlar. Numa formação em gestão poderão ser abordados temas como: A estrutura e as funções da empresa; planeamento; Gestão contabilística; gestão de pessoal; gestão comercial; obrigações fiscais, entre outras.

Marketing - Conhecer os mercados actuais e potenciais e agir para ir de encontro às necessidades e gostos dos consumidores.

Comercial e Vendas - Para que consiga comercializar os produtos ou serviços e dinamizar os esforços de vendas.

A formação é um factor essencial para o desempenho das funções de um empresário, uma vez que permitirá alargar conhecimentos e desenvolver atitudes e comportamentos necessários à condução dos negócios.

A ALPE disponibiliza Unidades de Formação de Curta Duração (UFCD) nestas áreas em módulos de 25 a 50 horas em horário laboral ou poderá encaminhar para entidades onde decorrem em horário pós laboral.

f) Recrutamento de pessoal

É importante que analise cuidadosamente quais são as suas necessidades de pessoal. Deve pensar nas pessoas que vai precisar de contratar e que o irão apoiar nas diversas áreas ou actividades que vai ter que desenvolver. Para isso deve pensar se:

- » Precisa de uma ou mais pessoas a tempo inteiro;
- » Um posto de trabalho a tempo parcial seria suficiente;
- » Que tipo de formação e experiência devem ter as pessoas a recrutar.

Por fim, deve contabilizar os salários que lhes vai ter de pagar acrescidos dos encargos sociais que terá de suportar por cada trabalhador (segurança social, seguro de acidentes de trabalho, férias, subsídio de férias e subsídio de natal). Deverá ter em atenção que as empresas que contratem a título permanente, jovens menores de 25 anos ou desempregados de longa duração, beneficiam de um apoio à contratação que consiste num subsídio não reembolsável no valor de 12 x Indexante aos apoios sociais (419 euros) por cada posto de trabalho.

Alternativamente, a contratação desses mesmos grupos pode dar lugar à isenção de contribuições à segurança social durante períodos que variam entre 12 a 36 meses.

Antes de criar a sua actividade deve analisar detalhadamente quais são os conhecimentos e competências necessários ao desenvolvimento do seu projecto.



10. O Plano de Investimento

Para fazer uma avaliação do investimento inicial que irá necessitar, deve começar por inventariar todos os tipos de despesas de investimento que serão necessários, como: Infra - estruturas, Obras de remodelação, Equipamentos básicos, Equipamentos informáticos, Mobiliário e Equipamento Diversos, Viaturas, Constituição legal da empresa, Criação da marca e Estudos e projectos, entre outros.

A escolha dos equipamentos e tecnologias que irá utilizar é determinante para o sucesso da actividade, uma vez que dela poderá depender a sua capacidade de satisfazer os clientes no que se refere à quantidade e à qualidade. Faça uma pesquisa no mercado

e elabore uma lista de fornecedores. Informe-se sobre os preços e condições de pagamento, recolha os orçamentos respectivos e defina exactamente quais são as suas necessidades. Se optar pela aquisição de equipamentos usados, deve ter em atenção a idade dos mesmos e o seu estado de conservação.

Será necessário, também, calcular um valor para Fundo de Maneio que permita fazer face às despesas iniciais relacionadas com o funcionamento da empresa e a despesas imprevisíveis. O conjunto de todas estas despesas consiste no valor do investimento inicial que precisará para o arranque da actividade.



11. O Plano de Financiamento

Depois de decidir qual o investimento que é necessário fazer para o projecto iniciar, tem de ser decidida e garantida a forma de financiar o negócio, isto é, a forma de pagamento dos activos. O Financiamento do projecto pode ser feito através de:

Capitais próprios - conjunto de fundos postos à disposição da empresa pelo(s) promotor(s) do negócio para assegurar o desenvolvimento da sua actividade.

Capitais alheios - Empréstimos contraídos junto de terceiros: Bancos ou outras instituições financeiras, sócios, crédito de fornecedores, leasings ou outros.

É aconselhável que possua pelo menos algum do capital próprio necessário, quer para conseguir negociar financiamentos com as instituições de crédito, quer para tomar o recurso a capital alheio menos oneroso. Além das fontes de financiamento indicadas também deve entrar em consideração com os apoios em termos de **subsídios** a que possam ter acesso.

Existem vários **programas de apoio** à criação de empresas que atribuem incentivos (alguns a fundo perdido) e permitem condições que favorecem ou facilitam a criação de empresas:

- » Programas Nacionais (Programa de Estimulo à Oferta de Emprego - PEOE do Instituto de Emprego e Formação Profissional);
- » Programas Comunitários. (Quadro de Referência Estratégico - QREN) (Ver anexo sobre Apoios e Incentivos).

O Microcrédito pode constituir, igualmente, uma alternativa de financiamento, sobretudo quando não haja acesso ao crédito pelas vias normais e desde que os montantes sejam reduzidos (máximo 10.000 Euros)

12. O Plano de Exploração previsional

O plano de exploração previsional consiste na previsão da actividade para um período mínimo de três anos e vai permitir efectuar a análise de rentabilidade e viabilidade do negócio.

Nesta fase o promotor deverá fazer um exercício de projecção da actividade, quando esta estiver implementada e em funcionamento, com todas as condicionantes e envolventes do negócio. Uma vez que esta ainda não se iniciou, terão que se utilizar valores prováveis que correspondem a uma quantificação previsional da actividade.

Deve começar por fazer as **previsões de vendas e/ou prestação de serviços** para o período de análise referido. Deverá ter em conta todas as considerações anteriormente referidas sobretudo ao nível da análise de mercado que lhe permita antecipar quem serão os seus clientes e de que forma reagirão em relação ao seu produto ou serviço.

É nesta fase que deverá desenvolver a estratégia comercial, previamente pensada, ao nível da comercialização do seu produto ou serviço, nomeadamente: preço; margens de comercialização; condições de venda e facilidades de crédito; redes de comercialização; distribuição e assistência pós venda, entre outras.

Para a realização deste exercício previsional recomenda-se o máximo detalhe e pormenor e o recurso a períodos mais curtos, para mais facilmente se visionar a realidade. Por exemplo, se tratar de um restaurante pode começar por prever vendas diárias, semanais e mensais das várias refeições que vai

confeccionar aos preços previamente definidos e tendo em conta os vários tipos de produtos ou serviços a comercializar. Deve ainda ter em consideração a regularidade destes serviços, tendo em conta as diferenças de consumo ao longo de determinados períodos de tempo, as dificuldades de penetração iniciais, as campanhas promocionais e publicitárias que estejam previstas, o natural aumento de clientes que advirá do conhecimento do estabelecimento, entre outros factores. O reporte para previsões anuais será então, mais ou menos linear consoante se consiga atingir um valor que se considere estável.

Deve também ser feita a **previsão dos custos** que a actividade vai acarretar, como fornecimentos e serviços externos (electricidade, água, combustíveis, renda, etc.), consumos de matérias-primas ou mercadorias, custos com pessoal, custos financeiros e amortizações.

Depois de encontradas as receitas e os custos previsionais, será então elaborado o Plano de Exploração Previsional que permitirá visualizar antecipadamente a rentabilidade do negócio e a viabilidade face ao investimento necessário.

13. Elaboração do Projecto



Depois de clarificadas todas as questões anteriores e da ideia estar bem definida, deve ser então elaborado por escrito o projecto, devendo as condições estar totalmente garantidas. **Note bem:**

- » se está empregado, deve ponderar os riscos de abandonar o emprego;
- » a ideia deve estar amadurecida;
- » é importante efectuar uma análise profunda e testar a ideia.

Esta é a fase que permitirá organizar os vários aspectos num dossier técnico. Este dossiê compila o Plano de Negócios procurando expor de forma realista como se vai operacionalizar a transformação das ideias num negócio exequível e lucrativo. É uma etapa técnica onde devem constar informações referentes à: Identificação dos promotores, descrição do produto ou serviço, instalações, estudo de mercado,

plano de investimentos, fontes de financiamento e rentabilidade do projecto.

Esta fase serve para planear o sucesso da empresa, uma vez que obriga o promotor a projectar-se no futuro. Permite avaliar a exequibilidade técnica, comercial e financeira da empresa ou do projecto e diminuir os riscos de início de uma nova actividade ou criação da própria empresa. Facilita a acção futura porque constitui um quadro de referência e ajuda a gestão a antecipar e responder à mudança.

A elaboração deste dossier permite também aos promotores formarem a sua própria avaliação do negócio e facilita a transmissão e fundamentação do projecto junto dos interlocutores, revelando que a ideia já foi objecto de um profundo estudo e reflexão, aumentando assim a sua credibilidade.

14. O Estudo de Viabilidade



Definido o negócio, conhecido o mercado potencial e respectiva dimensão torna-se então importante saber, face ao investimento necessário, qual será a viabilidade económico - financeira do negócio.

O estudo de viabilidade do negócio será efectuado com base nos planos de investimento e financiamento e no plano de exploração provisional que permitirão avaliar da capacidade do projecto de gerar receitas capazes de fazer face aos custos do projecto e ainda libertar margem suficiente para remunerar os capitais investidos. Contudo, e porque, os resultados líquidos de uma empresa nem sempre traduzem a verdadeira criação de valor num determinado período, não são por isso a melhor forma de avaliar

um investimento. São, antes, os fluxos de entradas e saídas de dinheiro, aqueles que melhor definem rentabilidades.

Toma-se necessário então calcular os cash-flows (fluxos de dinheiro) do projecto de investimento e será a demonstração dos valores positivos destes que deve presidir à decisão favorável do investimento.

Deve ainda ser calculado o valor actual liquido (VAL) dos cash flows futuros para com mais rigor se encontrar o período de recuperação do investimento (PRI) ou seja, o tempo necessário para que os capitais investidos sejam recuperados.

Referências Bibliográficas

“Elaboração de projectos de auto emprego”
(Texto poli copiado)

“O Plano da Minha empresa” APDES-
Agência Piaget para o Desenvolvimento -
Ana Sofia Mora, Ana Teresa Morais, João
Varela santos

“Criar Uma Actividade Económica” - Carla
Grijó - Colecção bem me quer - CIDM;
MESS

“Geração e Maturação de Ideias” - Seminário

Material de trabalho - Pablo López Pérez

<http://www.portaldaempresa.pt/>

<http://www.incentivos.qren.pt/>

<http://www.iapmei.pt>

<http://www.cfe.iapmei.pt/>

<http://www.pme.online.pt>

<http://www.dgeep.mtss.gov.pt>

Anexo 1

Apoios e Incentivos à Criação do Próprio Emprego ou Empresa

Um dos métodos frequentemente utilizados para inserção na vida activa é o recurso ao chamado auto emprego. Quer aproveitando competências técnicas específicas altamente qualificadas, quer em resultado do aproveitamento de nichos de mercado mal explorados, ou ainda colocando em prática ideias de negócio inovadoras, são cada vez mais os que optam pela criação da sua própria empresa. O desempenho de uma actividade por conta própria tem, desde logo, duas vantagens: o elevado grau de autonomia no desempenho das tarefas, por um lado, e, por outro, é uma excelente forma de ultrapassar as barreiras de acesso ao mercado de trabalho motivadas pela crescente escassez da oferta de emprego. Para apoiar a criação do próprio emprego, o IEFP gere programas que incluem, entre outros, incentivos financeiros, nomeadamente para jovens à procura do primeiro emprego:

.Apoios a Iniciativas Locais de Emprego

São Iniciativas Locais de Emprego os projectos que dão lugar à criação de novas entidades (independentemente da forma jurídica), e que originem a criação líquida de postos de trabalho, mediante a realização de investimentos de pequena dimensão (máximo de 150.000 Euros). Podem candidatar-se a estes apoios jovens à procura do primeiro emprego, bem como desempregados e trabalhadores em risco de desemprego.

.Programa Iniciativas Locais de Emprego de Apoio à Família

Podem candidatar-se a apoios no âmbito deste programa desempregados ou jovens à procura do primeiro emprego. Apoiando projectos com um investimento máximo de 200.000 Euros, destina-se à prestação de serviços à família, nomeadamente apoio a idosos, apoio a deficientes e suas famílias, apoio pedagógico a crianças, etc.

.Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego

Tendo em vista a criação de emprego e o crescimento económico, o Governo aprovou a criação do **Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego**

De acordo com a **Portaria n.º 985/2009**, de 4 de Setembro, o **PAECEPE** será promovido/executado pelo **Instituto de Emprego e Formação Profissional** e tem como objectivos:

- » Apoiar a criação do próprio emprego por beneficiários do subsídio de desemprego
- » Apoiar a criação de empresas de pequena dimensão, com fins lucrativos, independentemente da respectiva forma jurídica, incluindo entidades que revistam a forma cooperativa, que originem a criação de emprego e contribuam para a dinamização das economias locais

Queres saber se podes beneficiar deste apoio?

<http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/PróprioEmpregoEmpresa.aspx>

A **condição fundamental** é estares inscrito num Centro de Emprego. Depois, tens de te encontrar numa destas situações:

1. desempregado inscrito há menos de 9 meses no Centro de Emprego em situação de desemprego involuntário
2. desempregado inscrito há mais de 9 meses, independentemente do motivo da inscrição
3. jovem entre os 18 e os 35 anos à procura do primeiro emprego (com o ensino secundário completo ou nível 3 de qualificação)
4. desempregados que nunca tenham exercido uma actividade profissional por conta de outrem ou por conta própria
5. trabalhador independente cujo rendimento médio mensal seja inferior à retribuição mínima mensal garantida

.Se o teu projecto receber luz verde, isso significa que **terás acesso a um crédito para o teu investimento** que será concedido por instituições bancárias. Existem **dois tipos de linhas de crédito com garantia mútua e bonificação de taxa de juro:**

=> **Linha Invest+**, para financiamento de projectos de investimento entre os 15.000 euros e os 200.000 euros

=> **Linha Microinvest**, para financiamento de projectos de investimento até 15.000 euros

Para serem considerados elegíveis, os projectos devem ter uma dimensão inicial até 10 trabalhadores e assegurar a criação líquida de postos de trabalho, sendo que pelo menos metade dos promotores têm que estar desempregados ou à procura do primeiro emprego.

www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/PróprioEmpregoEmpresa.aspx

.Apoio ao Desenvolvimento do Artesanato e do Património Natural, Cultural e Urbanístico

Programas de Financiamento de Iniciativas Empresariais

- **Programa FINICIA** - é uma iniciativa desenvolvida pelo IAPMEI, com o objectivo de facilitar o acesso ao financiamento pelas empresas de menor dimensão.

- **Microcrédito** - O Microcrédito tem como objectivo financiar projectos de micro-empresendedores encaminhados pela Associação Nacional do

- Direito ao Crédito (ANDC) e combater a pobreza e o desemprego, permitindo a criação de auto-emprego e/ou negócio próprio e impulsionar a inclusão social.

- **PRIME Programa de Incentivos à Modernização da Economia**

- **INOV-JOVEM** - Programa desenvolvido no âmbito do Plano Tecnológico, que apoia a inserção, em pequenas e médias empresas, de jovens com idade até aos 35 anos, com qualificações de nível superior em áreas críticas para a inovação e o desenvolvimento empresarial.

- **NEOTEC** - A Iniciativa NEOTEC visa facilitar a transferência de conhecimento das instituições do Sistema Científico Nacional para o mercado, transformando o potencial de ideias em inovação, o que se traduz em novos produtos, processos ou serviços com valor no mercado.

Quadro de Referencia Estratégico Nacional (QREN)

Apoios e Incentivos às Empresas - SI Inovação

Objectivos

O Sistema de Incentivos à Inovação, enquadrado no QREN, visa estimular o potencial inovador das empresas, através da produção de novos bens e serviços, da adopção de processos que induzam a progressão na cadeia de valor, da orientação para mercados internacionais, da promoção do Empreendedorismo qualificado e do investimento em áreas com forte potencial de crescimento.

Beneficiários

Podem beneficiar do SI Inovação as empresas, individualmente ou em cooperação.

Condições de elegibilidade do promotor
As empresas candidatas ao SI Inovação deve cumprir os seguintes requisitos:

- » Encontrar-se legalmente constituídas, cumprir as condições legais necessárias ao exercício da actividade, dispor de contabilidade organizada e possuir situação regularizada face à administração fiscal, à segurança social e às entidades pagadoras dos incentivos;
- » Apresentar uma situação económico-financeira equilibrada e uma autonomia financeira não inferior a 25%;
- » Indicar um responsável do projecto pertencente à entidade promotora e assegurar os recursos humanos e físicos necessários ao desenvolvimento do projecto.

Condições de elegibilidade do projecto

Os projectos candidatos devem cumprir os seguintes requisitos:

- » Sustentar-se numa análise estratégica que fundamente as opções de investimento, visando a melhoria da competitividade da empresa;
- » Apresentar despesa mínima elegível de 150 000 euros (75 000 euros no caso de Empreendedorismo Qualificado) e prazo máximo de execução de dois anos;
- » Para projectos com despesa elegível superior a 50 milhões de euros deve ainda ser apresentada uma análise custo-benefício que avalie os impactos do projecto aos níveis financeiro, económico, social e ambiental;
- » Ter asseguradas as fontes de financiamento, incluindo o financiamento da despesa elegível em 25% por capitais próprios;
- » Não incluir despesas anteriores à data de notificação da aprovação prévia (excepto adiantamentos para sinalização, até ao máximo de 50% do custo de cada aquisição, e despesas relativas a estudos prévios, desde que realizados há menos de um ano);
- » Manter os activos respeitantes ao investimento apoiado e a localização geográfica definida no projecto durante o período de vigência do contrato de incentivos (período mínimo de 3 anos, para PME, após encerramento do projecto).

Incentivo

O apoio a conceder no âmbito do SI Inovação assume a natureza de incentivo reembolsável (com excepção para as despesas elegíveis com formação profissional).

A taxa base máxima do incentivo é de 35%, sendo consideradas as seguintes majorações:

- 20% para pequenas empresas *;
- 10% para empresas de média dimensão *;
- 10% para projectos de estratégia de eficiência colectiva;
- 10% para projectos de Empreendedorismo feminino ou jovem.

Estes apoios concedidos pelo QREN podem ser passíveis de beneficiar da aplicação da regra de mini mis

Fonte: www.iapmei.pt

Anexo 2

Licenciamento Industrial Objectivos

O Licenciamento Industrial tem por objectivos a prevenção dos riscos e inconvenientes resultantes da exploração dos estabelecimentos industriais, visando salvaguardar a saúde pública e dos trabalhadores, a segurança de pessoas e bens, a higiene e segurança dos locais de trabalho, a qualidade do ambiente e um correcto ordenamento do território, num quadro de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social das empresas.

Princípios de Segurança, Prevenção e Controlo de Riscos

As actividades industriais devem ser exercidas de acordo com as disposições legais e regulamentares aplicáveis e adoptar medidas de prevenção e controlo no sentido de eliminar ou reduzir os riscos susceptíveis de afectar as pessoas e bens, garantindo as condições higieno-sanitárias, de trabalho e de ambiente, minimizando as consequências de eventuais acidentes.

Para o efeito as actividades industriais deverão:

- » Adoptar as melhores técnicas disponíveis;
- » Utilizar racionalmente a energia;
- » Proceder à identificação dos perigos, à análise e à avaliação dos riscos, atendendo, na gestão da segurança e saúde no trabalho, aos princípios gerais de prevenção aplicáveis;
- » Adoptar as medidas de prevenção de riscos de acidentes e limitação dos seus efeitos;
- » Adoptar sistemas de gestão ambiental e da segurança e saúde do trabalho adequados ao tipo de actividade e riscos inerentes, incluindo a elaboração de plano de emergência do estabelecimento, quando aplicável;
- » Adoptar as medidas higio-sanitárias legalmente estabelecidas para o tipo de actividade, por forma a assegurar a saúde pública;
- » Adoptar as medidas necessárias para evitar riscos em matéria de segurança e poluição, por forma a que o local de exploração seja colocado em estado aceitável na altura da desactivação definitiva do estabelecimento industrial;
- » Sempre que seja detectada alguma anomalia no funcionamento do estabelecimento, devem ser tomadas as medidas adequadas para corrigir a situação e, se necessário, proceder à suspensão da exploração, devendo imediatamente ser comunicado esse facto à entidade coordenadora.

Para mais informações deverá consultar o site da [Direcção-Geral das Actividades Económicas](#)

Fonte: www.iapmei.pt

Anexo 3

LICENCIAMENTOS E ALVARÁS

As actividades empresariais necessitam de licenças, alvarás, averbamentos, certidões ou registos para assegurar o cumprimento de regras, prestação de serviços ou de comercialização de produtos, nomeadamente no que diz respeito às condições das instalações ou aos conhecimentos dos profissionais envolvidos.

Os estabelecimentos industriais, por exemplo, devem fazer o registo de Cadastro na Delegação Regional de Economia da sua área de localização, através de impresso específico, até 30 dias após o início de laboração.

Existem igualmente muitas actividades comerciais que precisam de licenças especiais para iniciarem o negócio. Este tipo de licenciamento regula situações relacionadas com as condições sanitárias e de segurança das instalações, as competências dos profissionais, o armazenamento dos produtos, etc. Os alvarás destas licenças são emitidos pelas câmaras municipais e apenas as unidades comerciais de dimensão relevante estão sujeitas a autorização prévia do Ministro da Economia.

A actividade industrial, para assegurar a protecção do meio ambiente e a qualidade de vida de todos os cidadãos, está, da mesma forma, obrigada a um licenciamento industrial. Esta autorização é tratada na Direcção Regional de Economia, com um interlocutor único, tendo o empresário que aguardar cerca de 53 dias para saber se o licenciamento da sua empresa foi autorizado.

Os Centros de Formalidades das Empresas têm para consulta uma lista com diversas actividades que precisam de licenciamentos.

Fonte: www.portaldaempresa.pt

Criação da Empresa - Formalidades

O processo de criação de uma empresa está neste momento mais célere e facilitado face ao aproveitamento e disseminação das novas tecnologias. É neste contexto que surge a Empresa Online, uma iniciativa disponível a partir do Portal da Empresa que, entre outros serviços comportados, permite a concretização do processo formal de criação de uma empresa através Internet.

Além da [Empresa Online](#), a criação de uma empresa pode neste momento ser concretizada por mais duas vias: passando pelo agora denominado [Método Tradicional](#) ou optando pela iniciativa Empresa na Hora.

A [Empresa na Hora](#) permite criar a empresa, em menos de uma hora, entregando a documentação num dos postos de atendimento existentes no país, tais como os Centros de Formalidades das Empresas ou as Conservatórias de Registo Comercial.



santa maria da feira
câmara municipal



programa
para a inclusão e desenvolvimento



SEGURANÇA SOCIAL



Pelo Prazer de Viver
Saúde Cultura e Vida

Associação Concelhia de Desenvolvimento Social



associação nacional de oficinas de projectos



**INSTITUTO DO EMPREGO
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

rio meão centro formação profissional

Contactos:

ALPE - Agência Local em Prol do Emprego
Edif. da Cooperativa Agrícola da Feira e SJM
R. Moínho das Campainhas, 1º andar
4525-240 Santa Maria da Feira

[tel] 256 372 076
[tm] 913 028 299 / 915 440 284
/ 915 440 175
[fax] 256 365 665

alpefeira@gmail.com
www.direitosedesafios.com

Horário alpe:

2ª a 6ª [09h » 18h]
sáb [09h30 » 12h30]

Horário inscrições:

2ª [09h » 13h e 14h » 18h]
3ª [09h » 13h e 14h » 18h]
4ª [09h » 13h]
5ª [14h » 18h]