



GUIA DO EMPREENDEDOR

AVEIRO EMPREENDEDOR
www.aveiro-empendedor.net

AVEIRO/ EMPREENDEDOR

Promotores:



Financiamento:



FICHA TÉCNICA

Projeto:

Aveiro Empreendedor
www.aveiro-empendedor.net

Município de Aveiro
Cais da Fonte Nova
Apartado 244
3811-904 Aveiro
Tel: (+351) 234 406 300
Fax: (+351) 234 406 301

Colaboração:

Associação de Antigos Alunos da Universidade de Aveiro (AAAUA)
Associação Comercial de Aveiro (ACA)
Associação de Empresas para uma Rede de Inovação em Aveiro (Inova-Ria)
Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP)
Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC)
Banco Português de Investimento (BPI)
Câmara Municipal de Aveiro (CMA)
Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDR-C)
Escola Profissional de Aveiro (EPA)
Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro (IEUA)
Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI)
Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP)
Invicta Angels
Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM)
Millennium BCP
Norgarante
Rádio Terranova
Unidade de Transferência de Tecnologia da Universidade de Aveiro (UATEC)

ÍNDICE



I. O EMPREENDEDOR	08
1.1 Competências	10
1.2 Formação	11
2. A IDEIA DE NEGÓCIO	12
2.1 Conceção da ideia	14
2.2 Validação da ideia	18
Atratividade do mercado	18
Atratividade do setor	20
Implementação	21
Importância Estratégica	22
Vantagens Competitivas	22
3. O MODELO DE NEGÓCIO	24
3.1 Definição	26
3.2 Plano de negócios	27
Plano de Negócio passo a passo	30
Como apresentar a sua ideia de negócio	33
4. INICIAR A ATIVIDADE	34
4.1 Constituição Jurídica da Empresa	35
Capital necessário	36
Registo da empresa e custos associados	37
4.2 Obrigações Fiscais e Contabilísticas	38
4.3 Contratação de Recursos Humanos	39
5. SISTEMAS DE APOIOS E INCENTIVOS	40
5.1 Apoios Nacionais e Regionais	41
Informações e Esclarecimentos	41
Infraestruturas de Apoio	41
Promoção de Emprego e Estágios	42
Outras Iniciativas	45
5.2 Apoios Intermunicipais e Municipais	46
Informações e Esclarecimentos	46
Infraestruturas de Apoio	47
5.3 Apoios de Parceiros AVEIRO EMPREENDEDOR	48
Informações e Esclarecimentos	48
Infraestruturas de Apoio	50
Outras Iniciativas	50
5.4 Soluções de Financiamento Nacionais	52
5.5 Soluções de Financiamento Municipais	54
5.6 Soluções de Financiamento de Parceiros AVEIRO EMPREENDEDOR	54
6. ERROS A EVITAR	56
7. LIGAÇÕES ÚTEIS	58

ESTRUTURA
DO GUIA DO
EMPREENDEDOR

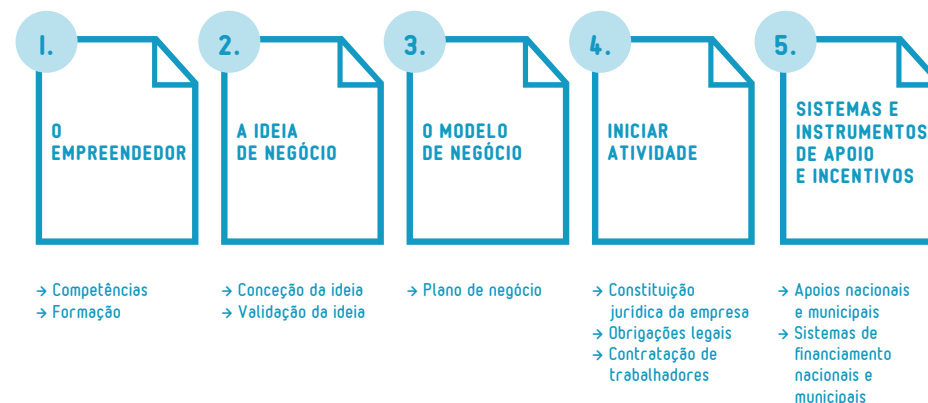


O PERCURSO DO EMPREENDEDOR ATÉ AO CRESCIMENTO DA SUA IDEIA DE NEGÓCIO OU PROJETO.



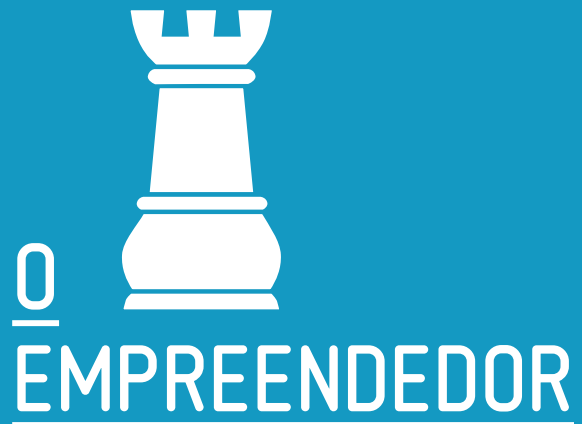
Para ajudar à leitura do Guia do Empreendedor, procedemos à ilustração da sua estrutura, que pretende induzir no potencial empreendedor a capacidade de reflexão sobre as principais fases que influenciam a implementação de uma ideia de negócio ou projeto: desde a fase inicial - a conceção e validação da ideia (II); passando pela elaboração do modelo de negócio (III); até à constituição da empresa (IV) e ao seu fortalecimento através de sistemas e instrumentos de apoio e incentivos (V).

Simultaneamente, o Guia do Empreendedor pretende dar resposta às questões mais frequentes, através da disponibilização de ligações úteis.



LINKS PARA PLATAFORMAS RELEVANTES ONLINE E CONTACTOS DE ESTRUTURAS LOCAIS

1.



“O FUTURO
PERTENCE ÀQUELES
QUE VÊEM AS
OPORTUNIDADES
ANTES QUE SE
TORNEM ÓBVIAS”

John Sculley

1.1 COMPETÊNCIAS

O perfil do empreendedor não é, à partida, um requisito pré-definido que exija determinadas competências ou heranças sociais e culturais.

De facto, não existe um perfil único de empreendedor, por isso, **qualquer pessoa** o pode ser desde que desenvolva uma atitude empreendedora. Esta atitude distingue-se muitas vezes pelo **modo de pensar e agir** das pessoas, pela procura de soluções para os problemas encontrados, pela assunção do risco e dos desafios vindouros e, acima de tudo, pela capacidade em criar ferramentas para, caso se erre, conseguir enfrentar e contornar os obstáculos.

Concerteza que se reflete ou conhece alguém que se enquadre nesta definição, no entanto, mais do que querer ser empreendedor, há que perceber **o que o motiva** a ser empreendedor.

Obviamente que a capacidade económica está quase sempre associada à iniciativa empreendedora, no entanto, o ganhar dinheiro não pode ser o objeto e objetivo principal para a criação de um negócio ou projeto empresarial. Acima de tudo, **a vontade de mudança**, seja nas abordagens que se efetuam ou nos métodos de procedimento, e a **vontade de incrementar valor** às soluções propostas, devem reger as atividades do empreendedor no objetivo por um mundo melhor.



→ SERÁ QUE
POSSO SER UM
EMPREENDEDOR?

→ SERÁ QUE
QUERO SER UM
EMPREENDEDOR?

1.2 FORMAÇÃO

Muitas das características evidenciadas são inatas, mas a verdade é que muitas também se aprendem. Por isso, fundamental não é ter nascido assim, mas sim trabalhar para lá chegar.

Existe em Portugal uma grande oferta de formações relevantes para o empreendedor, destinada a pessoas com diferentes graus de qualificação, de interesses e disponibilidades de tempo. Contacte entidades, públicas e privadas que trabalham estas matérias e verifique quais as formações que mais se adequam a si e ao seu projeto.

Procure associações empresariais, de desenvolvimento regional, escolas profissionais, institutos politécnicos, universidades, centros de formação profissional, IEFP, Academia de PME's do IAPMEI, que o possam ajudar na obtenção de qualificações.

Guias de auto-formação:

<http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplartigo-01.php?temaid=108&msid=12>

<http://www.empreender.aip.pt/?lang=pt&page=kit/kit.jsp>

2.

A IDEIA
DE NEGÓCIO



DE ONDE
SURGEM AS
IDEIAS PARA
NOVOS
NEGÓCIOS?

2.1 CONCEÇÃO DA IDEIA

A passagem de uma ideia para uma oportunidade acarreta consigo o domínio da incerteza. Sabe-se que uma boa ideia nem sempre resulta num bom negócio. Apenas algumas geram processos comerciais com potencial para serem consideradas oportunidades.

Já tem uma ideia bem definida?

A ideia é um dos pilares fundamentais para a criação de qualquer negócio, no entanto é muitas vezes um dos aspetos mais difíceis de determinar. Assim, apresentamos-lhe alguns critérios para balizar a sua ideia em tipologias de negócio.

Existem **três tipos de novos negócios** que têm origem em diferentes fontes de ideias: Negócios "Me too", Negócios Incrementais e Negócios Disruptivos.



**→ PENSE NO QUE
MAIS GOSTO LHE DÁ
FAZER E TRANSFORME-O
EM NEGÓCIO.**

Negócios "Me too"

Negócios com baixo nível de inovação, semelhantes a outros já existentes.

Situações adequadas:

- Quando a área de negócio ou o produto ainda são novos e estão em crescimento.
- Quando, embora a área já não seja nova, se identifica espaço no mercado (o produto ou serviço ainda não se generalizam e há espaço para mais investidores).
- Quando o empreendedor não é propenso ao risco.

Exemplos:

- Quando o empreendedor aproveita a sua experiência.
- Quando se observa a tendência de evolução dos setores existentes.

Risco Baixo:

- A reação do mercado pode ser prevista com algum grau de certeza.
- O retorno vai depender da capacidade para competir com as alternativas existentes, desenvolvendo algum elemento de diferenciação.

Negócios Incrementais

O produto ou serviço a propor não vai substituir os existentes (que respondem à mesma necessidade), mas faz com que evoluam.

Situações adequadas:

- Quando se verificam falhas em soluções existentes.
- Quando se desenvolvem novas funcionalidades/valências para produtos ou serviços existentes.
- Quando o empreendedor tem capacidade e competências para melhorar o que já existe ou propor o mesmo resultado mas de forma diferenciada.

Exemplos:

- Quando se reconhecem as necessidades ou novos perfis de consumo.
- Quando se observa a tendência dos mercados.
- Quando se procura formas de aperfeiçoamento de negócios/produtos existentes.

Risco Médio:

- O risco é tanto maior quanto maior for a dificuldade de prever o valor que o mercado irá atribuir ao melhoramento/diferenciação do produto, serviço ou modelo de negócio.

Negócios Disruptivos

O produto ou serviço a propor não vai substituir os existentes que respondem à mesma necessidade, mas faz com que evoluam.

Situações adequadas:

- Quando se verificam falhas em soluções existentes.
- Quando se desenvolvem novas funcionalidades/valências para produtos ou serviços existentes.
- Quando o empreendedor tem capacidade e competências para melhorar o que já existe ou propor o mesmo resultado para o mercado mas de forma diferenciada.

Exemplos:

- Quando se reconhecem as necessidades ou novos gostos.
- Quando se observa a tendência dos mercados.
- Quando se procura formas de aperfeiçoamento de negócios/produtos existentes.

Risco Elevado:

O risco é tanto maior quanto maior for a dificuldade de prever o valor que o mercado irá atribuir ao melhoramento/diferenciação do produto, serviço ou modelo de negócio.

→ ALTERE A FORMA COMO ENCARA OS PROBLEMA PARA ENCONTRAR NOVAS SOLUÇÕES.

→ Identifique tendências e problemas e pense em negócios que lhes dão resposta.

→ TRANSFORME AS SUAS CAPACIDADES E CONHECIMENTOS EM PRODUTOS E SERVIÇOS.

→ Fique atento ao que o rodeia. O que resolve determinado problema pode ser adaptado para resolver outro completamente diferente.

→ Lembre-se: quanto maior os seus conhecimentos, experiências, relações e interações, melhor fundamenta e complementa a sua ideia.



2.2 VALIDAÇÃO DA IDEIA

ATRATIVIDADE DO MERCADO

Para avaliar a **atratividade da sua ideia no mercado**, procure responder a algumas questões-chave que propomos.

Uma ideia só tem potencial de negócio quando resolve uma necessidade. Comece por identificar a necessidade a que pretende dar resposta e quem tem essa necessidade. Esse será o seu mercado-alvo.

Depois de identificar o seu mercado-alvo, avalie se o mesmo tem dimensão suficiente para desenvolver um negócio rentável.

Se concluir que o seu mercado é muito pequeno, certifique-se de que pelo menos a tendência é de crescimento. Se se trata de um mercado emergente, tente estimar quanto poderá crescer nos próximos anos.

Tendo em conta que a ideia de negócio terá subjacente uma necessidade identificada, à partida o mercado irá reconhecer o valor da sua ideia. No entanto, tenha em conta a regra empírica de que quanto maior a necessidade, maior será a receptividade no mercado.

De uma forma simples deve questionar-se porque razão as pessoas estão dispostas a pagar para ver a sua necessidade satisfeita, tendo em conta a solução que lhe propõe.

A decisão dos clientes pela escolha de um serviço ou produto incide maioritariamente na comparação entre diferentes alternativas para solucionar a mesma necessidade. Neste sentido, quanto menos alternativas estiverem disponíveis no mercado, maior será o potencial de angariação de clientes e, com isto, maior será a oportunidade de negócio.

Para avaliar a atratividade do seu negócio, deverá avaliar quer a capacidade da sua oferta para conquistar preferências, quer a quantidade e a intensidade da concorrência. A sua quota de mercado corresponderá à divisão do volume de vendas totais pelo volume de todo o mercado, incluindo os seus concorrentes. Ao começar um

→ **Que necessidades resolve a solução que propõe?**

→ **Quantas pessoas partilham essa necessidade?**

→ **O mercado reconhece valor na solução proposta?**

→ **O mercado dispõe de alternativas para resolver a mesma necessidade?**

→ **Qual a quota de mercado esperada?**

negócio é normal que a sua quota seja baixa mas deverá ser capaz de prever o seu crescimento e este deve ser superior, ou pelo menos igual, ao crescimento do mercado, caso contrário estará a perder dinheiro.

Para que a nova empresa entre no mercado é necessário que tenha canais próprios. Tire partido das parcerias que estabeleceu para facilitar a captação de potenciais clientes e tente estabelecer pré-compromissos para facilitar a definição do processo de vendas.

O estabelecimento de parcerias é fundamental para consolidar a sua entrada e atuação no mercado. Quanto mais facilidades tiver em estabelecer e capitalizar os seus conhecimentos e relacionamentos pessoais e profissionais na sua área de negócio, maior é a probabilidade de se destacar no mercado.

→ Tem **acesso ao mercado** e à **captação de clientes**?

→ Tem **potencialidade de estabelecer parcerias**?

**“ UMA IDEIA SÓ TEM
POTENCIAL DE NEGÓCIO
QUANDO RESOLVE UMA
NECESSIDADE.”**

ATRATIVIDADE DO SETOR

→ Qual o valor gerado pela área de negócio?

Antes de procurar saber qual o valor gerado pela área de negócio, importa que saiba ao certo qual o setor em que irá competir. As atividades inerentes a cada setor de negócio geram valor cuja dimensão pode ser traduzida em unidades monetárias ou volumes transacionados. Neste sentido, tente especificar o mais possível a área em que irá desenvolver o seu negócio e tente descobrir se os valores envolvidos nessa atividade são ou serão suficientemente atrativos, de modo a que justifique o investimento nessa área. Caso se trate de uma nova área ou produto, a incerteza é maior e terá de assumir pressupostos para poder fazer estimativas.

→ Como avalia a **intensidade competitiva** na atividade?

Em complemento à reflexão sobre a atratividade do seu negócio, surge outra que carece de averiguação. Referimo-nos à avaliação da intensidade competitiva da atividade a desenvolver. A intensidade competitiva pode ser elevada quando, por exemplo, o número de concorrentes for elevado, o mercado é reduzido ou está estagnado, ou ainda quando existem ofertas concorrentes equivalentes e pouco diferenciadas.

→ Como avalia as **barreiras à entrada** no setor?

O início da atividade está muitas vezes condicionada quer pelos elevados investimentos necessários, quer pelos conhecimentos específicos ou até mesmo pelo elevado volume de vendas necessário para rentabilizar o investimento. Assim, deve analisar todas as barreiras que se colocam à implementação da sua ideia de negócio.

→ Os **custos de saída** são suportáveis?

Quando iniciar a sua ideia de negócio reflita sobre os custos de saída em caso de encerramento. Estes serão maiores quando se investe em investigação ou equipamentos muito especializados, uma vez que dificilmente serão transferíveis para outros negócios. Nesse sentido, controle o risco de negócio investindo progressivamente.

→ Que **relações pretende com os fornecedores**?

Tenha em atenção a sua relação com fornecedores. Se o seu negócio ou atividade requer recursos muito especializados, os seus fornecedores podem assumir uma posição dominante e inviabilizar a sua negociação com novos fornecedores.

IMPLEMENTAÇÃO

→ Que **recursos** necessita para o seu negócio?

Para que fundamente o investimento associado à entrada no mercado, é essencial que faça um inventário do que irá necessitar para produzir o serviço ou negócio. Deve, não só, ter em atenção ao número de pessoas, bens e capital necessários, mas também, refletir sobre os conhecimentos específicos que precisa de ter ou contratualizar para produzir o produto e garantir uma vantagem competitiva.

→ Que **custos** irá ter com o desenvolvimento do seu produto ou serviço?

Para avaliar a oportunidade do seu negócio, é necessário que saiba os custos e requisitos específicos para o desenvolvimento do produto ou serviço uma vez que uma ideia pode ser inexequivel se tais custos forem elevados. Neste sentido, terá de refletir sobre a necessidade ou não de recorrer a tecnologia de ponta bem como de recorrer a terceiros para o desenvolvimento da sua ideia.

→ Qual o **preço unitário** do produto ou serviço?

Com o intuito de averiguar o valor unitário de venda do seu serviço ou produto, necessita de pesquisar quais os custos associados à produção do mesmo, quer custos fixos que estarão sempre presentes quer se produza ou venda (rendas, amortizações, salários, etc), quer custos variáveis que estão inerentes à atividade que se vai desenvolver. Desta forma, verá que alguns custos são essenciais para a concretização do mesmo e outros não.

→ Que **tempo** decorrerá entre a ideia e a sua implementação?

Deverá ter em atenção o tempo que decorre entre a idealização ou conceção do produto ou serviço e a sua disponibilização no mercado. Lembre-se que quanto mais tempo demorar o processo, maior é o risco de perder vantagem competitiva ao entrar no mercado.



IMPORTÂNCIA ESTRATÉGICA

→ Qual o impacto do seu negócio?

Outro fator a ter em conta na avaliação da oportunidade de negócio está relacionado com os seus impactos, sociais, económicos e ambientais. Assim, procure identificar qual o impacto do seu negócio no quotidiano das pessoas e de que forma este pode melhorar a sua qualidade de vida.

→ QUE IMPACTOS O SEU NEGÓCIO TERÁ PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL OU REGIONAL?

Existem empresas e outros negócios que podem obter, direta ou indiretamente, vantagem com a entrada do seu negócio. Assim, um dos critérios para avaliar a importância estratégica é o contributo do seu negócio para o desenvolvimento local e regional. Procure identificar que empresas beneficiarão com a entrada do seu negócio no mercado e de que forma se podem formar sinergias de cooperação.

VANTAGENS COMPETITIVAS

→ O que **diferencia** o seu negócio?

A diferenciação de serviços e produtos representa uma vantagem na entrada no mercado de negócio e setor de atividade. Assim, deve refletir sobre o que diferencia a sua ideia de negócio de outras alternativas já existentes. Pode ser uma vantagem técnica, uma inovação ou melhoria no modelo de produção que induz à diminuição dos custos, uma alteração de design ou uma evolução de soluções já existentes. A identificação desta diferenciação é essencial para a avaliação da oportunidade de negócio.

→ O **mercado valoriza** essa diferenciação?

Para além do fator da diferenciação, é necessário que perceba se o mercado valoriza esta diferenciação e se esta faz diferença na altura dos clientes compararem e escolherem o seu produto em detrimento de outras ofertas.

→ COMO IRÁ PROTEGER A SUA VANTAGEM COMPETITIVA?

Uma vez estando em vantagem competitiva, necessita de a proteger. Se o que propõe é bom e resulta, o certo é alguém tentar fazer o mesmo. Como será de prever, não existem formas de proteger as vantagens competitivas, podem é no entanto serem adotadas medidas cautelares que atrasem a tentativa de cópia de outros investidores. Assim, tenha em mente que quanto mais difícil for reproduzir o seu negócio, mais tempo lhe dará para se destacar e se estabelecer no mercado.



3.

O MODELO DE NEGÓCIO



O MODELO DE
NEGÓCIO PRETENDE
DEFINIR DE
QUE FORMA É
GARANTIDA A
SUSTENTABILIDADE
FINANCEIRA DO
NEGÓCIO.

3.1 DEFINIÇÃO

O modelo de negócio pretende definir de que forma é garantida a **sustentabilidade financeira do negócio**, ou seja, de que forma o negócio irá gerar rendimentos.

Mais do que procurar responder à forma como irá captar valor ao cliente (volume de vendas), procure igualmente definir como irá criar esse valor (desenvolver a oferta) e entregar esse mesmo valor (comunicar e disponibilizar a oferta). Lembre-se que este modelo deve ter em conta o balanço entre gastos e rendimentos prospetivados.

Antes de definir como a sua empresa vai ganhar dinheiro, procure definir:

- Quais os segmentos de mercado a que se dirige o negócio?
- Qual a proposta de valor (oferta e vantagens contra alternativas)?
- Que parcerias terão de ser criadas para desenvolver a sua oferta e captar clientes?
- Que parte das atividades irá ser assegurada pela empresa e que outras terá de recorrer externamente
- De que forma vai organizar as atividades e recursos para criar esse valor?
- Como tencionar chegar ao mercado

Depois de estimar os custos, defina melhor:

- Quais as fontes de receita que o negócio vai gerar?
- Quem crê que vai pagar pela sua oferta?
- Quanto acha que os clientes vão estar dispostos a pagar pela oferta?
- Como lhe vão pagar?

**O MODELO DE NEGÓCIO
PRETENDE DEFINIR DE QUE FORMA
É GARANTIDA A SUSTENTABILIDADE
FINANCEIRA DO NEGÓCIO,**



3.2 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios consiste no documento no qual o promotor apresenta a sua ideia de negócio a potenciais investidores. Como tal, deve ser um documento que reflita a estratégia e a viabilidade do negócio.

A forma de elaborar um plano de negócios não é estática, podendo existir inúmeros modelos que facilmente se aplicam ao seu modelo de negócio. Contudo, em geral, um plano de negócios deve incluir as seguintes informações:

Sumário Executivo

Um sumário que consiga traduzir e potenciar os seus argumentos e a explicitação da sua ideia. Nos dias que correm, um investidor tem de ser capaz de perceber a sua proposta de negócio em apenas três ou quatro páginas. Nestas primeiras páginas, o leitor deve ser capaz de transmitir:

- A viabilidade da ideia de negócio, isto é, a ligação entre a ideia e o mercado;
- A fundamentação técnica que demonstre a exequibilidade da ideia;
- A credibilidade dos promotores e a competência da equipa.

Os promotores e a empresa

A descrição dos promotores e da empresa é um elemento fulcral na credibilidade do negócio. De facto, para muitos investidores, a capacidade e competência do capital humano inerente à empresa, é um dos fatores decisivos para o sucesso da mesma. Como tal, se tem experiência anterior, nomeadamente na área em que está a propor o negócio, deve referi-la.

De igual forma, deve apresentar também os aspetos práticos como a forma jurídica, a localização, etc.

A ideia

A apresentação da ideia de negócio, evidenciando a sua oportunidade subjacente. Deve reforçar sempre a ligação entre a solução que propõe e a necessidade de mercado que esta irá dar resposta, evidenciando os aspetos inovadores e distintivos da sua ideia.

O mercado

A apresentação dos valores de mercado, realçando os dados recolhidos e analisados na avaliação da oportunidade de negócio (reveja o ponto 2.5.: Atratividade do mercado). Evite descrever exaustivamente os dados recolhidos, antes de mais, importam os argumentos e ilações que podemos construir com eles.

Concorrência e vantagens competitivas

A concorrência e as vantagens competitivas que demonstrarão o quanto conhece bem o seu negócio. Use a perspectiva do cliente como regra para identificar a concorrência: identifique as suas necessidades e liste todas as soluções que disponibilizará para resolvê-las. Nesta enumeração, procure identificar claramente quais as vantagens competitivas e diferenciadoras do seu negócio e a razão pela qual os clientes vão escolher a sua oferta em detrimento da dos seus concorrentes.

Análises estratégicas

A análise da estrutura e evolução do setor em que pretende investir a sua ideia de negócio. Deve deste modo apresentar informações relevantes acerca das tendências mais globais que podem afetar o negócio e as suas propostas de estratégias para tirar proveito das mudanças previstas.

Operacionalização

Descrição da forma como irá implementar a sua ideia, incluindo as necessidades de recursos e as capacidades e competências requeridas. O funcionamento e os inputs necessários definirão a estrutura de custos da empresa, sendo por isso, também, informações essenciais para estabelecer os pressupostos da viabilidade da ideia.

Marketing e vendas

Definição do modo como irá vender os seus produtos e/ou serviços e as estratégias de marketing e vendas. Deve ter em conta como irá atingir e facilitar o acesso do seu cliente ao produto/serviço e como irá proceder à atribuição de preços.

Projeções financeiras

As previsões de resultados financeiros permitem repensar a estrutura de custos da sua empresa e ajustá-la às mudanças constantes e obstáculos que poderão surgir. Regra geral, irá vender menos do que espera, gastar mais do que orçamenta e demorar mais tempo a recuperar o investimento, neste sentido, os investidores querem obter informações quanto às previsões de resultados financeiros para um horizonte temporal de, no mínimo, três anos.

Definição da estrutura de investimentos prévios para a concretização do negócio, e plano sobre como pretende financiar os mesmos.

Definição sobre estrutura de custos fixos e variáveis inerentes ao ciclo de exploração do negócio, procurando que o valor dos rendimentos gerados pelas vendas, seja naturalmente suficiente para cobrir estes custos.



APÓS ELABORAR O SEU PLANO DE NEGÓCIOS, PROCURE REFLETIR SOBRE AS SEGUINTE QUESTÕES:

- O plano está redigido de forma simples e de fácil compreensão?
- As afirmações estão fundamentadas com dados concretos e fontes credíveis?
- As informações são pertinentes e não baseadas em senso comum?
- O plano apresenta objetivos atrativos mas realistas?

PLANO DE NEGÓCIOS PASSO A PASSO

Como se referiu anteriormente, existem inúmeras obras e textos disponíveis sobre a elaboração de Planos de Negócios.

No entanto, é possível identificar os principais passos para a sua elaboração, nomeadamente:

- Sumário executivo
- A Empresa e os promotores
- A ideia
- O mercado
- A ideia e o seu posicionamento no mercado (concorrência, vantagens competitivas e análises estratégicas):
- Estratégia Comercial (marketing e vendas)
- Projeções Económico-Financeiras
- Gestão e controlo do negócio
- Investimento necessário

Como elaborar um plano de negócios, consulte:

<http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapitalRisco2064.pdf>

Exemplos de Planos de Negócios (Inglês):

http://www.bplans.com/sample_business_plans.php

O que deve cada ponto conter?

1. Sumário executivo

De uma forma muito condensada, idealmente numa página, importa sintetizar todos os capítulos seguintes, incluindo quais as principais conclusões da análise financeira. Trata-se de um pitch¹ de todo o relatório e deverá ser catchy². Interessa dar relevo ao negócio da empresa, à equipa de gestão, às vantagens competitivas, ao mercado e à concorrência (interna e externa), às necessidades de financiamento, à realização do capital social e à aplicação prevista para os referidos fundos. O sumário executivo deve ser feito no final do Plano de Negócios e deve conter escrita for dummies (acessível), que permita a qualquer pessoa perceber o seu conteúdo.

1 - Um pitch, ou como é mais conhecido, um elevator pitch, é uma comunicação sumária, normalmente de 5 minutos, de uma proposta de valor de uma ideia de negócio, com o objetivo de encontrar um potencial investidor. 2 - Cativante e fácil de lembrar.

2. A Empresa e os promotores

Neste ponto deverá ser referida a motivação e experiência do promotor principal, forma jurídica do tipo de sociedade que se pretende criar, a estrutura da organização e a localização da empresa e instalações.

Apresentação da história da empresa/ideia, corpos sociais, produtos e serviços oferecidos. Exposição do curriculum vitae dos elementos, indicação de atividades exteriores à empresa desenvolvidas pelos responsáveis de gestão da empresa e qual a sua participação no capital social. Apresentação das motivações pessoais dos promotores no contexto da sua proposta e o seu compromisso com a ideia apresentada. Exposição da estrutura organizacional, do número de funcionários e indicação dos responsáveis.

3. A ideia

Exposição da ideia de negócio, numa abordagem descritiva sobre o problema que o mercado apresenta e a respetiva solução proposta pela empresa. Apresentação dos objetivos.

4. O mercado

Definição do mercado, da sua dimensão e limitação, bem como as perspectivas de crescimento dentro do mesmo segmento ou para novos mercados. Descrição do tipo de clientes existentes no mercado-alvo, e das quotas de mercado que a empresa pretende atingir.

5. A ideia e o seu posicionamento no mercado (concorrência, vantagens competitivas e análises estratégicas)

Descrição do posicionamento da empresa, quais os seus concorrentes no mercado: identificação, forma de atuação, grau de competição e vantagens comparativas. Saber se a solução responde a uma necessidade do mercado já satisfeita.

Identificação, através de uma análise SWOT, dos pontos fortes e fracos do projeto, bem como das oportunidades e ameaças que podem afectar o desempenho da empresa. Descrição dos pontos fortes (factores intrínsecos à empresa que favorecem o seu crescimento), pontos fracos (factores intrínsecos à empresa que podem contribuir negativamente para o desempenho do negócio), oportunidades (factores exógenos à empresa que podem ajudar a potenciar o negócio) e ameaças (factores exógenos à empresa que podem afectar negativamente os seus resultados).

6. Estratégia Comercial (marketing e vendas)

Descrição das características que se referem ao produto ou serviço em termos de marca, design, embalagem, forma física. Devem ser dadas referências relativas à política de preços, promoção – comunicação que visa promover o consumo do produto ou serviço – e canais de distribuição – locais, transporte, tudo o que englobe o modo como o produto vai chegar ao cliente. Podem ser referidas perspectivas futuras em termos de parcerias.

7. Projeções Financeiras

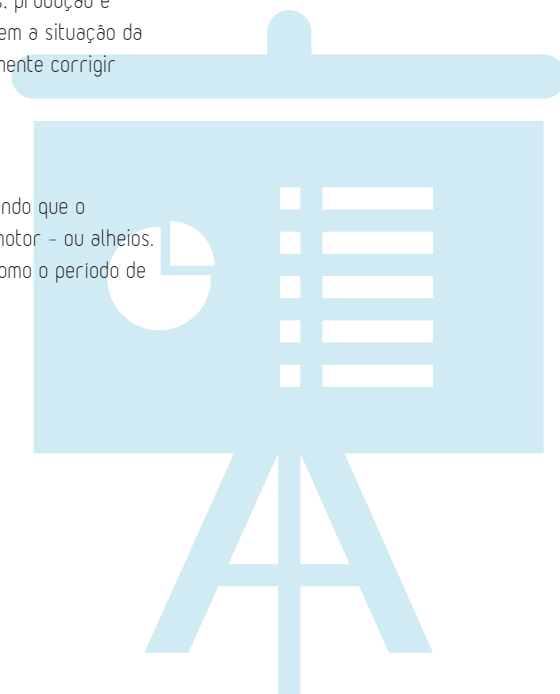
Devem ser calendarizadas as origens e as aplicações. A projeção de vendas deve ser fundamentada pela informação descrita noutros pontos (dimensão de mercado ou necessidades dos clientes), devendo ser o mais realista possível. Após estimar esta projeção, é possível aferir as projeções de cash-flow sugerindo-se um horizonte temporal no mínimo de 3 anos, cruzando os dados das receitas e despesas. Neste capítulo poderá ser ainda apresentado o ponto crítico, no qual o valor das receitas é igual à soma dos custos fixos e variáveis, permitindo aferir quando a empresa começa a ter resultados positivos.

8. Gestão e controlo do negócio

É adequado que exista um controlo periódico sobre as vendas, produção e informação financeira, a fim de produzir relatórios que analisem a situação da empresa/ideia de negócio de forma clara e que possam facilmente corrigir situações quando o rumo seguido não está a ser viável.

9. Investimento necessário.

Descrição do investimento e cobertura financeira prevista, sendo que o financiamento pode ter origem em capitais próprios – do promotor – ou alheios. É necessário descrever a necessidade de investimento bem como o período de financiamento.



COMO APRESENTAR A SUA IDEIA DE NEGÓCIO OU PROJETO

Apesar das diferentes formas de apresentar a sua ideia de negócio ou projeto a potenciais investidores, sugerimos um exemplo com base no conhecido empreendedor Guy Kawasaki:

USAR 10 SLIDES A EXPLICAR O PROJETO, CONTENDO AS SEGUINTE IDEIAS:

- Qual é o problema
- Qual é a solução da empresa para o problema
- O modelo de negócios associado
- A tecnologia/processo/"magia" que permite a solução apresentada
- Marketing e vendas: abordagem comercial escolhida
- Concorrência no mercado
- A equipa envolvida no projeto (experiência, competências e responsabilidades)
- Investimentos e formas de investimento
- Projeções económico-financeiras e metas previstas
- Situação atual e calendário
- Sumário e incentivo à mobilização de agentes

Utilizar 20 minutos para apresentar o projeto: salve tempo para responder a perguntas e prestar esclarecimentos necessários.

Utilizar na apresentação uma fonte visível para o texto, de forma a poder ser lida com facilidade, mas evitando deixar a audiência desatenta ao apresentador.

Usar, sempre que possível, um protótipo do produto da empresa.

INICIAR ATIVIDADE



4.1 CONSTITUIÇÃO JURÍDICA DA EMPRESA

A primeira decisão na constituição de uma atividade é a forma jurídica que pretende para a empresa, isto é, se vai criar a **empresa sozinho ou com outras pessoas**. Definida esta questão, a formalização da empresa torna-se mais célere.

Sozinho:

- Sociedade Unipessoal por quotas (Unipessoal Lda.)
- Empresário em nome individual
- Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada (E.I.R.L.)

Mais do que uma pessoa:

- Sociedade por Quotas (Lda.)
- Sociedade Anónima (S.A.)
- Sociedade em Nome Coletivo
- Sociedade em Comandita
- Cooperativa

A escolha da forma jurídica da empresa assume várias implicações, designadamente com a maior ou menor simplicidade pretendida, quer de estrutura quer de funcionamento, os montantes dos capitais a investir e questões de confidencialidade quanto à titularidade do capital social, pelo que se aconselha a que se informe convenientemente das características de cada uma e verifique a que se adequa ao seu projeto.

O próximo passo será a constituição formal do seu negócio, no entanto, e antes de o registar, tenha em atenção as seguintes recomendações:

- Certifique-se que escolheu a equipa certa, sejam sócios ou colaboradores.
- Verifique se a localização da empresa tem importância estratégica para o seu crescimento.
- Reveja o modelo de negócio e identifique claramente quais os custos e receitas e qual será a estratégia da empresa.
- Procure investigar a possibilidade de fazer o investimento de forma faseado.

CAPITAL NECESSÁRIO

O montante mínimo de capital depende do tipo jurídico da empresa. As recentes alterações legislativas vêm definir que o capital social das sociedades por quotas e das sociedades unipessoais por quotas, pode ser livremente fixado pelos sócios. No entanto, tal regime não é aplicável às sociedades reguladas por leis especiais ou que dependam de autorização especial

Sozinho:

- Sociedade Unipessoal por quotas (Unipessoal Lda.) - Mínimo 1€
- Empresário em nome individual - Não aplicável
- Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada (E.I.R.L.) - Superior a 5.000€

Mais do que uma pessoa:

- Sociedade por Quotas (Lda.) - Mínimo 1€
- Sociedade Anónima (S.A.) - 50.000€
- Sociedade em Nome Coletivo - Não aplicável
- Sociedade em Nome Comandita - Não aplicável
- Cooperativa - Superior a 5.000€

As entradas dos sócios não têm que ser realizadas obrigatoriamente em dinheiro, poderão sê-lo em espécie (bens imóveis, etc.). Contudo, realizam-se sempre no momento da celebração do contrato ou da escritura de constituição de sociedade.



REGISTO DA EMPRESA E CUSTOS ASSOCIADOS

Após isto, a constituição formal da empresa é célere e simplificada, podendo, inclusivamente, ser efetuada online. Existem estruturas de atendimento presencial (Lojas da Empresa/Balcão do Empreendedor) disponíveis para os empreendedores que desejem criar, alterar, transformar ou extinguir a sua empresa. Nestes locais é possível usufruir de serviços como a “Criação da Empresa na Hora” o “Pedido de Certidão Permanente”, a prestação de informação sobre legislação inerente à atividade económica ou sobre passos a dar para a criação de negócio próprio, entre outros serviços associados ao ciclo de vida das empresas.

Os processos de constituição disponíveis são: (1) empresa na hora; (2) empresa “online”; (3) empresa na hora com marca na hora; (4) por documento particular e (5) por escritura pública.

Custo de registo da empresa:

Como informação base podemos referir que o custo de constituição de uma sociedade ronda os 360€, incluindo publicações. Este montante poderá ser reduzido em 60€ quando a atividade principal da sociedade seja classificada como atividade informática ou conexas, bem como de investigação e desenvolvimento.

Caso o registo do nome da empresa seja efetuado no regime empresa “online” sofre uma redução de 50%, custando apenas 180€. Se for efetuada num Cartório Notarial depende da tabela de honorários do mesmo.

O custo de aquisição de uma Marca na Hora, seja no âmbito da constituição de uma empresa na hora ou de forma isolada, é de 200 € para uma classe de produtos ou serviços, e 44 € para cada classe adicional.

O registo dura dez anos, indefinidamente renovável por períodos iguais.

Registe-se em:

www.empresonline.pt
www.empresanahora.pt

4.2 OBRIGAÇÕES FISCAIS E CONTABILÍSTICAS

Declarações de elementos contabilísticos:

As sociedades abrangidas pelo Sistema de Normalização Contabilística (SNC) devem reportar os elementos contabilísticos – Balanço, Demonstração dos resultados por natureza, Demonstração das alterações no capital próprio, Demonstração dos fluxos de caixa e Anexo – referentes à atividade económica e financeira desenvolvida. Só os Técnicos Oficiais de Contas (TOC) podem realizar essa tarefa.

Enquanto que as empresas unipessoais têm um regime de contabilidade simplificado, as sociedades anónimas têm de divulgar publicamente os seus Relatório e Contas aprovados por um Revisor Oficial de Contas (ROC).

Existem vários impostos que as Sociedades devem ter em conta, nomeadamente:

- IRC – Imposto de Rendimento sobre Pessoas Coletivas;
- IVA – Imposto sobre o Valor Acrescentado nas operações de compra e venda;
- IRS – Imposto de Rendimento sobre Pessoas Singulares, retido sobre os salários dos funcionários e gerência;
- TSU – Taxa Social Única, referente às deduções para a segurança social que incidem sobre as remunerações dos trabalhadores de conta da empresa e de conta dos trabalhadores e gerência;
- Poderão existir ainda, o Imposto de Selo (IS), o Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) e o Imposto sobre Veículos (ISV).

Consulte:

www.otoc.pt/pt/formacao/documentacao/snc/legislacao/
www.portaldasfinancas.gov.pt/at/html/index.html
www.1.seg-social.pt

4.3 CONTRATAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

Aquando o início de uma atividade é necessário ter algum conhecimento sobre as regras de contratação de recursos humanos. Existem três principais tipos de contrato que superintendem o vínculo contratual entre empregador e empregado, a saber:

- Contrato de trabalho a termo certo
- Contrato de trabalho a termo incerto
- Contrato sem termo

Pode elaborar um contrato de trabalho com base nas minutas disponibilizadas no Portal da Empresa. Todavia, deverá aconselhar-se junto de um especialista na matéria (algumas associações empresariais dispõem deste serviço).

Independentemente do tipo de contrato celebrado entre empregador e empregado, o colaborador tem sempre direito a um mínimo de 35 horas de formação contínua certificada.

Atualmente existem vários benefícios para a empresa relacionados com a contratação de colaboradores, designadamente:

- Apoio financeiro a estágios profissionais
- Dispensa do pagamento das contribuições para a SS durante 36 meses no caso de jovens e desempregados de longa duração
- Apoio de 50% do salário, tendo por limite o Indexante dos Apoios Sociais (IAS).

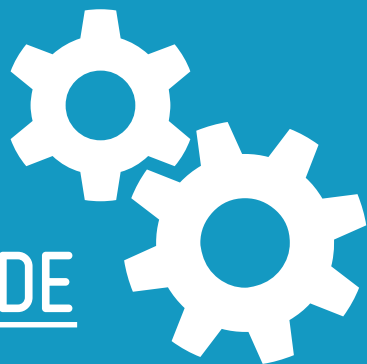
Consulte:

www.portaldaempresa.pt
www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/ÁreasdeInteresse/RecursosHumanos/RecrutamentoContratacao/

**EXISTEM TRÊS PRINCIPAIS TIPOS
DE CONTRATO QUE SUPERINTENDEM
O VÍNCULO CONTRATUAL ENTRE
EMPREGADOR E EMPREGADO**



SISTEMAS DE APOIOS E INCENTIVOS



5.1 APOIOS NACIONAIS E REGIONAIS

INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS

Balcão do Empreendedor

O Balcão do Empreendedor (BdE) é o ponto único de contacto para a realização dos serviços associados ao exercício de uma atividade económica. Aqui, o empreendedor não tem de se preocupar em procurar a informação por entidade competente. Basta-lhe escolher a sua actividade económica e, rapidamente, fica a conhecer todas as formalidades que terá de cumprir para iniciar ou expandir o seu negócio.

Loja do Cidadão de Aveiro,
Rua Orlando Oliveira, n.º 41 a 47
3000-004 Força-Vouga
Fax: (+351) 234 405 707

INFRA-ESTRUTURAS DE APOIO

Loja do Empresário

A Loja do Empresário encontra-se sediada, no edifício sede da AIDA, desde Dezembro de 2003. O seu objectivo é, reflectir a integração de serviços, de apoio ao tecido empresarial, de várias entidades (públicas e privadas), num único espaço físico, com estacionamento próprio, permitindo ao empresário tratar de assuntos diferentes e assim promover a celeridade dos serviços conexos à actividade empresarial.

Encontram-se sediadas na Loja do Empresário da AIDA, as seguintes entidades/serviços:

- CNE - 1.º Cartório Notarial de Competência Especializada
- IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento
- Balcão da CGD - Caixa Geral de Depósitos
- CNO - Centro de Novas Oportunidades
- ABA - Azevedo Brandão & Associados, Sociedade de Advogados RL
- INOV INESC Inovação - Instituto de Novas Tecnologias

www.aida.pt
Telf: (+351) 234 302 490/1

Ninhos de Empresas

Os Ninhos de Empresas são espaços físicos, definidos pelos Centros de Apoio à Criação de Empresas (CACE), dotados de infra-estruturas de apoio técnico e material destinados a promover a constituição, desenvolvimento e consolidação de empresas, através da prestação de apoios técnicos, com a finalidade de permitir a sua posterior integração no mercado com total autonomia. Podem candidatar-se a este programa pessoas singulares com idade igual ou superior a 18 anos, bem como entidades privadas com fins lucrativos.

PROMOÇÃO DE EMPREGO E ESTÁGIOS

Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego – PAECPE

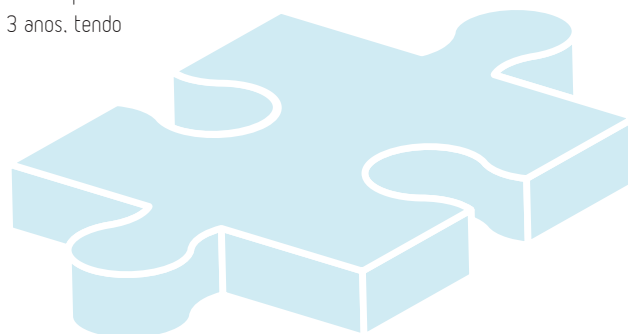
O PAECPE é destinado a apoiar a criação de projetos empresariais de pequena dimensão e a criação de novos empregos que compreende as seguintes medidas:

- Apoio à criação de empresas de pequena dimensão, através de linhas de crédito disponíveis junto dos bancos aderentes*, que originem a criação de emprego e contribuam para a dinamização das economias locais;
- Apoio à criação do próprio emprego por beneficiários de prestações de desemprego, desde que os mesmos assegurem o emprego, a tempo inteiro, dos promotores;
- Programa Nacional de Microcrédito apoia projetos de investimento viáveis que criem e consolidem postos de trabalho sustentáveis, através da linha de crédito MICROINVEST disponível junto dos bancos aderentes*.

* Bancos aderentes: CGD, Millenium-BCP, BES, BPI, Santander-Totta, Barclays, Banco Popular, Crédito Agrícola, Montepio Geral e BANIF.

Programa Estágios Profissionais

Estágios de 9 meses, para pessoas até aos 30 anos, com nível de qualificação 4 ou superior, e pessoas desempregadas à procura de novo emprego, com idade superior aos 30 anos e nível de qualificação 2 ou superior, obtido há menos de 3 anos, tendo em vista a sua inserção ou reconversão profissional.



Impulso Jovem

O programa Impulso Jovem apresenta um conjunto de medidas de incentivo à criação de emprego jovem, um dos principais desafios com que Portugal se confronta atualmente.

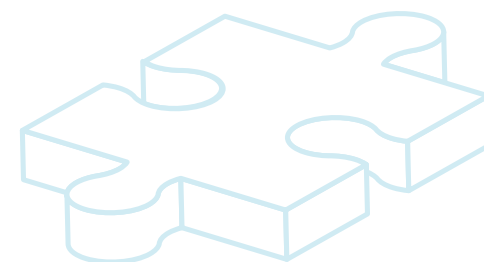
Passaporte Emprego:

Uma das medidas inseridas no Impulso Jovem é o “Passaporte Emprego” que promove estágios de 6 meses, com uma componente de formação profissional, tendo em vista melhorar o perfil de empregabilidade dos jovens que procuram emprego, promover a sua inserção ou reconversão profissional e, simultaneamente, promover o conhecimento de novas formações e competências junto dos empregadores de forma a estimular a criação de emprego em novas áreas. Destina-se a jovens à procura de emprego, entre os 18 e os 25 anos, ou até aos 30 anos, caso tenham obtido uma qualificação profissional há menos de 3 anos, inscritos como desempregados nos centros de emprego há pelo menos 4 meses.

Apoio à Contratação e ao Empreendedorismo:

O programa Impulso Jovem promove apoio à contratação de jovens bem como apoios ao empreendedorismo através de múltiplas ferramentas:

- Reembolso das contribuições para a Segurança Social, em caso de criação de contratos de trabalho;
- Apoios técnicos na área do empreendedorismo;
- Dinamização de ideias de negócio;
- Apoio à obtenção de financiamento, microcrédito e capital de risco;
- Financiamento à criação de cooperativas por jovens.



WWW.IEFP.PT

TEL: (+351) 234 370 400

Estímulo 2012

Potenciar o retorno ao mercado de trabalho de desempregados com maiores dificuldades de inserção, capacitando-os com a formação e as competências adaptadas ao posto de trabalho e, simultaneamente, promover a melhoria da produtividade e competitividade das empresas.

O programa Estímulo 2012 tem como promotores pessoas singulares ou coletivas, de direito privado, com ou sem fins lucrativo, que recebem apoio financeiro pela celebração de contratos de trabalho, a tempo completo, com desempregados inscritos nos Centros de Emprego há pelo menos 6 meses consecutivos e proporcionem formação profissional ao trabalhador contratado.

A entidade empregadora pode optar por desenvolver a formação ajustada às competências do posto de trabalho, na própria entidade ou recorrer a uma entidade formadora certificada:

- Formação em contexto de trabalho, pelo período mínimo de 6 meses, mediante acompanhamento de um tutor designado pela entidade empregadora;
- Formação em entidade formadora certificada, com uma carga horária mínima de 50 horas, e realizada durante o período normal de trabalho.

Programa de Emprego e Apoio à Qualificação de Pessoas com Deficiência e Incapacidade

Qualificação de Pessoas com Deficiências e Incapacidades:

Promoção de ações que visem a aquisição e o desenvolvimento de competências profissionais orientadas para o exercício de uma atividade no mercado de trabalho, tendo em vista potenciar a empregabilidade das pessoas com deficiências e incapacidades, dotando-as de competências ajustadas para o ingresso, reingresso ou permanência no mundo laboral.

Apoios à Integração, Manutenção e Reintegração no Mercado de Trabalho:

Conjunto de medidas que se constituem como meio facilitador da integração, manutenção e reintegração das pessoas com deficiências e incapacidades no mercado de trabalho.

WWW.IEFP.PT

[TEL: \(+351\) 234 370 400](tel:+351234370400)

OUTRAS INICIATIVAS

Sistemas de Incentivos Fiscais à Investigação e Desenvolvimento Empresarial (SIFIDE)

Este sistema de incentivos, promovido pelo IAPMEI, pretende dinamizar uma série de incentivos fiscais às atividades de Investigação e Desenvolvimento empresarial como forma de apoio às empresas que queiram intensificar os seus investimentos em investigação e desenvolvimento.

A iniciativa tem como destinatários os sujeitos passivos de IRC, residentes em território português que exerçam, a título principal ou não, uma atividade de natureza agrícola, industrial, comercial ou de serviços e os não residentes com estabelecimento estável nesse território.

EMPREENDER +

Este programa, promovido pelo IAPMEI, tem por objetivo captar ideias de negócio e meios de investimento, permitindo aos jovens o contacto com potenciais parcerias científicas para a inovação.

Os destinatários são jovens (pessoas singulares ou coletivas) com idade superior a 18 anos, detentores de ideias e potenciais investidores (detentores de capital, "know-how", tecnologia, instalações, equipamentos).

WWW.IAPMEI.PT

[TEL: \(+351\) 234 302 450](tel:+351234302450)



5.2 APOIOS INTERMUNICIPAIS E MUNICIPAIS

INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS

Gabinetes de Inserção Profissional (GIP)

Este gabinete corresponde a uma estrutura de apoio ao emprego que, em estreita cooperação com os Centros de Emprego, presta apoio a jovens e adultos desempregados para a definição ou desenvolvimento do seu percurso de inserção ou reinserção no mercado de trabalho, bem como em formação.

Deste modo, estes gabinetes têm como objetivo a colocação no mercado de trabalho de desempregados e o seu encaminhamento para ações de formação e cursos de formação profissional.

O GIP da Câmara Municipal de Aveiro, sito em Nossa Senhora de Fátima, abrange as freguesias de Nariz, Requeixo e Nossa Senhora de Fátima e o GIP do Centro Social e Paroquial da Vera Cruz tem como público-alvo específico a população emigrante, estando no entanto aberto a toda a comunidade.

GIP UNIVERA | Tel: (+351) 234 188 302

GIP AIDA | Tel: (+351) 234 302 140

GIP NOSSA Sr.ª Fátima | Tel: (+351) 926 730 823

Escola Profissional de Aveiro (EPA)

Gabinete Empreendedor:

A Escola Profissional de Aveiro possui um gabinete de atendimento público, AEVA-Empreende, cujo objetivo é apoiar e testar ideias de negócio apresentadas essencialmente, por jovens da região de Aveiro. Se tem dúvidas, este gabinete de apoio funciona todas as quartas-feiras, das 17h30 às 18h30.

WWW.EPAVEIRO.EDU.PT

[TEL: \(+351\) 234 373 060](tel:+351234373060)

INFRA-ESTRUTURAS DE APOIO

Parque de Ciência e Inovação (PCI)

O Creative Science Park - Aveiro Region é uma estrutura que pretende estimular e gerir fluxos de conhecimentos e de tecnologias entre o sistema científico e tecnológico, o tecido empresarial e o mercado nacional e internacional, potenciando a criação e o crescimento de empresas baseadas na inovação e o reforço da competitividade da região. Prevê-se que esteja em funcionamento em 2015.

www.pci.pt

Tel: (+351) 962 829 765

Centro de Incubação de Aveiro

O Centro de Incubação de Aveiro é o primeiro centro de incubação do universo da Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE) a integrar espaços industriais e de serviços. Projetado pela ANJE, em parceria com a Câmara Municipal de Aveiro, a incubadora é vocacionada para jovens que pretendam iniciar uma atividade empresarial através da criação de empresas em áreas consideradas estratégicas para a região.

Este Centro de Incubação de Aveiro oferece dois tipos de espaço: gabinetes, devidamente preparados e equipados, entre os 22 e os 52 m² e a preços que variam entre os 187 e os 385€ (sem IVA) e pavilhões industriais com 250m², a rondar os 650€.

Os serviços disponibilizados pelo Centro de Incubação de Aveiro passam pelas infra-estruturas básicas de telecomunicações (telefone, fax e internet); pela consultoria e apoio à gestão, pelo apoio administrativo, pelo apoio de pessoal auxiliar, pelo secretariado e pelo serviço de impressão e fotocópias.

Centro Empresarial da ANJE - Aveiro (Mamodeiro)

Tel: (+351) 234 940 410

5.3 APOIOS DE PARCEIROS AVEIRO EMPREENDEDOR

INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS

Câmara Municipal de Aveiro (CMA)

Gabinete de Desenvolvimento Económico e Fundos Estruturais:

O GDEFE da Câmara Municipal de Aveiro tem como principal objetivo impulsionar o desenvolvimento económico do concelho procurando, não só, promover o concelho de forma a captar novos investimentos, mas também encontrar fontes de financiamento externas para a concretização dos objetivos estratégicos da autarquia. Assim, o GDEFE informa sobre possíveis formas e fontes de financiamento externo para implementação de atividades municipais, nacionais ou comunitárias, tal como esclarece dúvidas quanto a processos de candidatura.

www.cm-aveiro.pt
Tel: (+351) 234 406 300

Associação Industrial do Distrito de Aveiro (AIDA)

Departamento de Apoio Técnico:

Este departamento, localizado e promovido pela Associação Industrial do Distrito de Aveiro, pretende dar resposta às solicitações crescentes por parte das PME e Micro Empresas, em diversas áreas de consultoria tais quais se destacam: Licenciamento Industrial; Ambiente; Qualidade; Higiene e Segurança no Trabalho; Propriedade Industrial e Sistemas de Incentivo.

Gabinete Jurídico:

Apoio exclusivo para associados através de consultas diárias, orienta as empresas relativamente a questões legais laborais e acompanha a celebração de contratos colectivos, suas rescisões e a aplicação face a disposições legais, entre outros aspectos.

Gabinete de Relações Externas:

O gabinete de relações externas, igualmente localizado e promovido pela Associação Industrial do Distrito de Aveiro, pretende apoiar e acompanhar as empresas da região nas atividades inerentes ao processo de internacionalização.

Departamento Formação Profissional:

A AIDA encontra-se acreditada pela DGERT - Direcção - Geral do Emprego e Relações. O seu departamento de formação realiza: diagnósticos de necessidades de formação à medida de cada empresa; concepção, planeamento e desenvolvimento de intervenções formativas; elaboração de candidaturas a programas de formação financiada e outras áreas de actuação de reforço de actividade formativa.

Enterprise Europe Network (EEN):

A AIDA integra a rede EEN (que substituiu os antigos EIC - Euro Info Centres), criada para apoiar as empresas a inovar e a competir melhor no espaço europeu. Formada por mais de 600 pontos de contacto, espalhados por 40 países na Europa, a rede oferece um conjunto de serviços descentralizados e de proximidade, que apoiam as PME no seu processo de internacionalização e no encontro de parceiros estratégicos para a inovação e o desenvolvimento sustentado dos seus negócios.

www.aida.pt
Tel: (+351) 234 302 140

Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP)

A Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal pretende, através do Balcão Único Empresarial® (BUE), facultar todo o tipo de serviços relacionados com a atividade das empresas associadas, seja: no início do negócio (legalização e instalação de empresas, aconselhamento jurídico, etc.); na gestão do negócio (contabilidade e fiscalidade, seguros, etc.); na expansão do negócio (plano de expansão, apoio ao financiamento, consultorias técnicas, estudos de mercado), na reestruturação de empresas (plano de recuperação, apoio jurídico e extra-judicial, apoio ao financiamento, assessoria financeira) ou na extinção das empresas (apoio jurídico, apoio financeiro).

www.aresp.com
Tel: (+351) 234 482 127

Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM)

Gabinete Bizness Preview:

O Bizness preview é um programa desenvolvido pelas Talent Universities New Leaders em exclusividade para o projecto "Aveiro Empreendedor" e tem como missão identificar atempadamente os riscos associados à implementação de uma determinada ideia de negócio para que o promotor possa tomar uma decisão mais ponderada e informada.

Constituído por sessões de acompanhamento individual ao promotor, este programa pretende aumentar as probabilidades de sucesso de um novo empreendimento através de uma análise pormenorizada à ideia de negócio apresentada. A participação é exclusiva e gratuita a todos os promotores residentes no Concelho de Aveiro.

www.ipam.pt
Tel: (+351) 234 400 180



INFRA-ESTRUTURAS DE APOIO

Universidade de Aveiro (UA)

Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro (IEUA):

A Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro é uma unidade funcional que abrange todo o processo criativo, desde a promoção do espírito empreendedor passando pelo acompanhamento e apoio no surgimento de ideias até à sua concretização em empresas inovadoras. Nesta linha de actuação, a IEUA pretende maximizar a aquisição de conhecimento, o intercâmbio de experiências entre os públicos alvo e actores envolvidos e a criação de empresas inovadoras em prol do desenvolvimento sustentável nas esferas ambiental, social e económica.

www.ua.pt/ieua

www.facebook.com/ieua.pt

Tel: (+351) 234 380 300

OUTRAS INICIATIVAS

INOVA-RIA

Programa Genius:

O programa Genius pretende encontrar e recrutar os maiores talentos nas Universidades Portuguesas, dando-lhes oportunidade de contribuir diretamente na inovação tecnológica empresarial ao desenvolver projetos de dissertação nas empresas. Trata-se de bolsas de investigação, em diversas áreas tecnológicas, que unem o conhecimento avançado à inovação e o submetem ao teste da prática do dia-a-dia nas empresas. Neste programa existe uma cumplicidade muito grande entre as empresas e a academia que é coordenada em todos os momentos pela Inova-Ria. As empresas propõem projetos de dissertação, de acordo com parâmetros pré-definidos pelas universidades, para Licenciados, Mestres ou Doutores e a Inova-Ria encontra jovens promissores para os executarem.

Condições especiais para start-ups:

A Inova-Ria promove um ambiente colaborativo às empresas com condições especiais para start-ups que lhes permite ter acesso a oportunidades de negócio, financiamento, expansão, inovação, networking, recrutamento, formação e certificação.

www.inova-ria.pt

Tel: (+351) 384 128



AS MODALIDADES DE BOLSAS QUE O PROGRAMA GENIUS PROPORCIONA SÃO:

- Bolsas de Pós-Doutoramento (BPD):
- Bolsas de Doutoramento (BD):
- Bolsas de Doutoramento em Empresas (BDE)
- Bolsas de Mestrado (BM):
- Bolsas de Investigação (BI)
- Bolsa de Iniciação Científica (BIC)
- Bolsas de Mobilidade entre Instituições de I&D e Empresas ou outras Entidades (BMOB):
- Bolsas de Gestão de Ciência e Tecnologia (BGCT):
- Bolsas para técnicos de Investigação (BTI).

5.4 SOLUÇÕES DE FINANCIAMENTO NACIONAIS

Programa Nacional de Microcrédito

O Programa Nacional de Microcrédito tem como objetivo apoiar ideias de negócio viáveis que permitam criar e consolidar postos de trabalho sustentáveis. Tem como destinatários todas as pessoas com perfil empreendedor que tenham especiais dificuldades de acesso ao mercado de trabalho e estejam em risco de exclusão social.

www.iefp.pt
Tel: (+351) 234 370 400

Microcrédito da Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC)

A Associação Nacional de Direito ao Crédito procura, através do microcrédito, fomentar a inserção social e a autonomia de pessoas com dificuldades financeiras ou em exclusão, através da iniciativa económica que se propõem desenvolver. A ANDC tem por missão permitir que as pessoas excluídas do crédito bancário, por incapacidade de apresentação de garantias reais, possam mudar a sua vida criando o seu próprio emprego, através de um pequeno negócio. A ANDC assume assim um papel ativo na inserção social, combate à exclusão e na sua prevenção. Tem como parceiros institucionais o IEFP, CGD, BES e BCP. Presta um serviço completamente gratuito e a linha de crédito poderá ir até aos 15.000 €.

www.microcredito.com.pt
Tel: (+351) 226 002 815

Programa de Apoio à criação de Empresas através de Linhas de Crédito

O objetivo deste programa, promovido pelo IEFP, consiste em apoiar o empreendedorismo e a criação de empresas de pequena dimensão que originem a criação de emprego. As linhas de crédito designam-se de MICROINVEST, para montantes de investimento inferiores a 20.000€ e INVEST+ para investimentos superiores 20.000€ e inferiores a 200.000€. Tem como destinatários desempregados há 9 meses, jovens à procura do 1.º emprego com idade entre os 18 e os 35 anos ou pessoas que nunca tenham exercido atividade profissional.

www.iefp.pt
Tel: (+351) 234 370 400

FINICIA

O FINICIA é um programa 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 Estado, através do IAPMEI, partilha o risco destas operações com sociedades de capital de risco, instituições bancárias, sociedades de garantia mútua e "Business Angels".

www.iapmei.pt

FINICIA Jovem

O FINICIA Jovem enquadra-se no Eixo 2 – Apoio Específico a Iniciativas Empresariais de Jovens do programa do Instituto Português da Juventude e tem como objetivo apoiar as melhores iniciativas empresariais promovidas por jovens. Tem como beneficiários promotores individuais ou associados numa pessoa coletiva de natureza empresarial (com menos de 3 anos de existência), com idade compreendida entre os 18 e os 35 anos de idade e o 12.º ano de escolaridade.

<http://juventude.gov.pt>
Tel: (+351) 234 403 100

Regime de Protocolos Bancários de Apoio ao Turismo

O Turismo de Portugal disponibiliza, através de um Regime de Protocolos Bancários de Apoio ao Turismo, uma linha de crédito tem visa apoiar financeiramente projetos turísticos financeiramente viáveis, que contribuam, inequivocamente, para o aumento da qualidade, diversificação e competitividade da oferta do setor turístico nacional, e que, tendo beneficiado de ajudas do Estado ou comunitárias, no quadro dos sistemas de incentivo em vigor, careçam de apoio financeiro complementar, ou não hajam beneficiado das referidas ajudas de Estado ou comunitárias. Destina-se a empresas de qualquer natureza e sob qualquer forma jurídica, que se proponham desenvolver os projetos de investimento na área do turismo.

www.turismodeportugal.pt
Tel: (+351) 217 810 000



5.5 SOLUÇÕES DE FINANCIAMENTO MUNICIPAIS

Fundo de Investimento do Concelho de Aveiro (FICA)

O Fundo de Investimento no Concelho de Aveiro (FICA), desenvolvido pela Câmara Municipal de Aveiro, surge integrado no Aveiro Empreendedor. Com o FICA, pretende-se colocar à disposição das micro e pequenas empresas do concelho de Aveiro um produto financeiro inovador e atrativo comparativamente aos produtos da mesma natureza disponibilizados no mercado. O financiamento a conceder através do fundo é limitado a 45.000€ por projeto.

5.6 SOLUÇÕES DE FINANCIAMENTO DE PARCEIROS AVEIRO EMPREENDEDOR

Millennium BCP Microcrédito

A operação do Microcrédito do Millennium BCP visa dar suporte ao empreendedorismo e combater a exclusão social, tendo como principais beneficiários desempregados, microempresas, jovens licenciados, imigrantes, reformados e domésticas. Promovendo e apoiando iniciativas empresariais viáveis, o Microcrédito do Millennium BCP tem um montante máximo de crédito até 17.500€ por microempreendedor, por um prazo máximo de 4 anos com serviço de acompanhamento e assessoria durante a vida do empréstimo.

www.millenniumbcp.pt

NORGARANTE

A Norgarante é uma das quatro Sociedades de Garantia Mútua (SGM) existentes em Portugal, atuando junto das PME através da prestação de todas as garantias necessárias ao desenvolvimento da sua atividade, nos setores da indústria, comércio, serviços, construção, turismo e transportes. Naturalmente vocacionada para apoiar a fase de crescimento e desenvolvimento da vida das empresas, esta sociedade de garantia mútua, apoia também, projetos na fase start-up e early-stage, no âmbito do Eixo II do Programa FINICIA do IAPMEI. Os recursos disponibilizados pela Norgarante pretendem facilitar a escolha das melhores soluções de financiamento e a obtenção do crédito em menos tempo, reduzir o risco que a banca atribui a estas operações permitindo não só diminuir os seus custos, mas também obter prazos mais adequados e libertar plafons de crédito adicionais, reduzir a necessidade de garantias a prestar pelas empresas e pelos seus promotores.

www.norgarante.pt

INVICTA ANGELS

Invicta Angels - Associação de Business Angels do Porto, entidade privada sem fins lucrativos, visa juntar os promotores de empresas em fase de criação ou de crescimento com os Business Angels seus associados, investidores privados e informais de capital de risco. Conta atualmente mais de 50 associados que contribuem com o seu tempo, competências e conhecimentos, para o desenvolvimento da actividade da associação. A Invicta Angels tem como objetivo promover uma rede de Business Angels, com incidência nas regiões norte e centro do país, e especial foco no Arco Metropolitano do Porto e "eixo" Aveiro-Porto-Braga/Guimarães e Vila Real, em setores estratégicos como a agro-indústria, as ciências da vida, a energia e ambiente, habitat sustentável, indústrias criativas, nanotecnologias, saúde e tecnologias de informação, comunicação e eletrónica.

www.invictaangels.pt

Tel: (+351) 229 397 060



A "INVICTA ANGELS (...) VISA JUNTAR OS PROMOTORES DE EMPRESAS (...) COM OS BUSINESS ANGELS SEUS ASSOCIADOS, INVESTIDORES PRIVADOS E INFORMAIS DE CAPITAL DE RISCO."

6.

ERROS A EVITAR



Calcular mal o mercado e o setor

Nunca tente introduzir no mercado um produto/ serviço de que este não necessita. Certifique-se que o consumidor está disposto a aceitar a sua ideia. Procure saber se o setor em que vai investir está abrangido por legislação específica, a sua concorrência e as potencialidades de crescimento.

Substimar a concorrência

Procure estar sempre um passo à frente da sua concorrência. Não se acomode com o primeiro sucesso sobre os seus concorrentes.

Investir de forma prematura

Não invista mais do que o necessário na fase inicial. Reduza ao máximo os custos iniciais da sua empresa e invista mais apenas quando o desenvolvimento comercial estiver assegurado.

Avaliar mal a rentabilidade previsível

Programar erradamente o início do seu negócio, esperando um retorno do investimento que pode não acontecer, pode condenar a sua empresa ao fracasso.

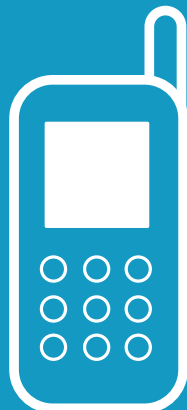
Não investir em recursos humanos

Embora possa depender de si para a gestão do negócio, não deixe de contratar os colaboradores necessários, com as competências, formação e perfis fundamentais para o sucesso da sua empresa. Recorra aos vários incentivos para a contratualização de colaboradores em situação de desemprego, diminuindo substancialmente os custos da sua empresa.

Não equacionar devidamente as questões jurídicas

Não negligencie o facto de alguns negócios passarem por um processo burocrático e da sua atividade se reger por legislação específica.

LIGAÇÕES ÚTEIS



A

Associação Comercial de Aveiro (ACA)
Rua Conselheiro Luís de Magalhães, 25/27
3800-137 Aveiro
Tel: (+351) 234 377 190

Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP)
Edifício da Entidade Regional de Turismo do Centro
Rua João Mendonça, n.º 8
3800-200 Aveiro
Tel: (+351) 234 482 127
www.aresp.com

Associação Industrial do Distrito de Aveiro (AIDA)
Rua da Boavista - Alagoas - Zona Industrial de Taboeira
Apartado 3184
3800-115 Aveiro
Tel: (+351) 234 302 490
www.aida.pt

Agência de Inovação (ADI)
Campus do Lumiar, Ed. 0, 1º
Estrada do Paço do Lumiar
1649-038 Lisboa
Tel: (+351) 214 232 100
www.adi.pt

Agência para a Modernização e Revitalização do Centro Urbano de Aveiro (AGIR)
Rua do Conselheiro Luís de Magalhães, n.º 25
3800-137 Aveiro
Tel: (+351) 234 377 190

Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP)
www.icep.pt

Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC)
Rua Júlio Dinis, 728 - 2º Esq. Sala 226
4050-321 Porto
Tel: (+351) 226 002 815
www.microcredito.com.pt

Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE)
Zona Industrial Mamodeiro
3810-783 Aveiro
Tel: (+351) 234 940 410
www.anje.pt

Associação Portuguesa de Business Angels (APBA)
www.apba.pt

Associação Portuguesa de Capital de Risco e Desenvolvimento (APCRI)
www.apcri.pt

Associação Portuguesa de Criatividade e Inovação (APGICO)
www.apgico.pt

B

[Bolsa de Oferta e Procura de Tecnologia \(BTEC\)](#)

www.bolsatecnologia.pt

C

[Centro de Emprego Aveiro](#)

Cais Fonte Nova, Apartado 234 Aveiro

3811 - 904 Aveiro

Tel: (+351) 234 370 400

www.iefp.pt

[Cidade das Profissões](#)

cdp.portodigital.pt

[Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional Centro \(CCDR-C\)](#)

Rua Bernardim Ribeiro, 80

3000-069 Coimbra

Tel: (+351) 239 400 100

www.ccdrc.pt

[Conservatória do Registo Comercial de Aveiro](#)

Urbanização Forca

Rua António José Cordeiro, 26

3800-003 Aveiro

Tel: (+351) 234 400 940

D

[Gabinete de Desenvolvimento Económico e Fundos Estruturais \(GDEFE\)](#)

Câmara Municipal de Aveiro

Cais da Fonte Nova,

Apartado 244

3811 - 904 Aveiro

Tel: (+351) 234 406 300

www.cm-aveiro.pt

www.aveiro-empendedor.pt

E

[Empreendedorismo Social \(IES\)](#)

www.ies.org.pt

[Empresas na Hora](#)

www.empresanahora.pt

F

[Federação Nacional de Associações de Business Angels \(FNABA\)](#)

www.fnaba.org

[FINICIA](#)

www.iapmei.pt/iapmei-mstplindex.php

G

[Garantias Mútuas](#)

www.garantiamutua.com

I

[Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro \(IEUA\)](#)

Campus Universitário de Santiago

Edifício 1

3810-193 Aveiro

Tel: (+351) 234 380 300

www.ua.pt/ieua

www.facebook.com/ieua.pt

[InovCapital - Sociedade de Capital de Risco](#)

www.inovcapital.pt

[Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação \(IAPMEI\)](#)

Centro de Desenvolvimento Empresarial do Centro - Unidade de Extensão do Baixo Vouga

Rua da Boavista, Alagoas, Esgueira

3800-115 Aveiro

Tel: (+351) 234 302 450

www.iapmei.pt

[Centro de Formalidades das Empresas](#)

www.cfe.iapmei.pt

www.iapmei.pt/iapmei-bimartigo-01.php

www.iapmei.pt/iapmei-art-02.php

[Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal \(IFDEP\)](#)

www.ifdep.pt

[Instituto Nacional da Propriedade Industrial \(INPI\)](#)

www.marcasepatentes.pt

P

[Portal do Empreendedor](#)

www.portaldoempreendedor.pt

[Portal da Empresa](#)

www.portaldaempresa.pt/cve

R

[Rede de Gabinetes de Apoio ao Empreendedor \(EON - Entrepreneur Office Network\)](#)

www.eo-net.eu

S

[Sociedade Portuguesa de Empreendedorismo](#)

www.spempreendedorismo.pt

[Soluções Integradas para a Modernização \(Portal SIM\)](#)

www.sim.gov.pt

U

[Unidade de Transferência de Tecnologia da Universidade de Aveiro \(UATEC\)](#)

www.ua.pt/uatec

ACRÓNIMOS E NOMENCLATURAS



A	
ADI	Agência de Inovação
AICEP	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
ACA	Associação Comercial de Aveiro
AHRESP	Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal
AGIR	Associação para a Modernização e Revitalização do Centro Urbano de Aveiro
AIDA	Associação Industrial do Distrito de Aveiro
ANDC	Associação Nacional de Direito ao Crédito
ANJE	Associação Nacional de Jovens Empresários
APBA	Associação Portuguesa de Business Angels
APCRI	Associação Portuguesa de Capital de Risco e Desenvolvimento
APGICO	Associação Portuguesa para a Gestão da Inovação e Criatividade nas Organizações
B	
BdE	Balcão do Empreendedor
BUE	Balcão Único Empresarial
BTEC	Bolsa de Oferta e Procura de Tecnologia
C	
CMA	Câmara Municipal de Aveiro
CACE	Centros de Apoio à Criação de Empresas
CCDR-C	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro
E	
E.I.R.L.	Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada
F	
FNABA	Federação Nacional de Associações de Business Angels
G	
GDEFE	Gabinete de Desenvolvimento Económico e Fundos Estruturais
GIP	Gabinete de Inserção Profissional
I	
IRC	Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas
IVA	Imposto sobre Valor Acrescentado
IAPMEI	Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
IEFP	Instituto de Emprego e Formação Profissional
IFDEP	Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IPAM	Instituto Português de Administração de Marketing
L	
Lda.	Sociedade por quotas
P	
PCI	Parque de Ciência e Inovação
PEOE	Programa de Estímulo à Oferta de Emprego
S	
SIFIDE	Sistemas de Incentivos Fiscais à Investigação e Desenvolvimento Empresarial
S.A.	Sociedade Anónima
SIM	Soluções Integradas para a Modernização
T	
TICE	Tecnologias de Informação, Comunicação e Eletrónica
U	
UATEC	Unidade de Transferência de Tecnologia da Universidade de Aveiro



BIBLIOGRAFIA

GUIA PRÁTICO DO EMPREENDEDOR, Programa Estratégico para o Empreendedorismo e Inovação. 2012

GUIA DO EMPREENDEDOR, Associação de Desenvolvimento do Litoral Alentejano: Gabinete de Apoio ao Empresário da Câmara Municipal de Grândola e Associação de Empresários do Alentejo Litoral. Alentejo. 2007

GUIA DO EMPREENDEDORISMO. SEDES - Associação para o Desenvolvimento Económico e Social. Lisboa. 2007

GUIA DO EMPREENDEDORISMO. Estruturas e Apoios ao Empreendedorismo em Portugal. Associação Nacional de jovens Empresários. 2006

http://www.net-sa.pt/editorial.ud121?cat0_oid=-435&cat1_oid=-512

<http://www.grandolaemrede.com.pt/dados/HomePage/GUIA%20COMPLETO.pdf>

AVEIRO/ EMPREENDEDOR

Município de Aveiro/Municipality of Aveiro
Cais da Fonte Nova
Apartado 244
3811-904 Aveiro

Telefone/phone: (+351) 234 406 300
Fax: (+351) 234 406 301
Email: aveiroempreendedor@cm-aveiro.pt
Website: www.aveiro-empreendedor.net