GUIA DO EMPREENDEDORISMO

COMO CRIAR UM NEGÓCIO

*Um conjunto de ferramentas colaborativas e internacionais*

# Índice

[Índice 1](#_Toc125625635)

[PREÂMBULO 3](#_Toc125625636)

[1. INTRODUÇÃO 5](#_Toc125625637)

[2. COMPREEDER 6](#_Toc125625638)

[2.1. O que é o empreendedorismo? Características principais 6](#_Toc125625639)

[2.2. Diferenças entre empreendedorismo tradicional e empreendedorismo social 7](#_Toc125625640)

[Comparação entre empreendedorismo tradicional e empreendedorismo social 8](#_Toc125625641)

[2.3 Como tornar-se um empreendedor social 8](#_Toc125625642)

[3.IDELIZAR 10](#_Toc125625643)

[3.1. Compreender o ecossistema 10](#_Toc125625644)

[3.2. Ame o problema e não a solução 11](#_Toc125625645)

[4.LANÇAMENTO 15](#_Toc125625646)

[4.1 Lean Canvas 16](#_Toc125625647)

[4.2 Valide a sua ideia 17](#_Toc125625648)

[4.3 Apresentação e Crescimento 18](#_Toc125625649)

[5. GERIR O SEU NEGÓCIO 20](#_Toc125625650)

[5.1. Construir e Gerir a sua equipa 20](#_Toc125625651)

[5.2. Encontre parceiros para crescer 21](#_Toc125625652)

[5.3 Recursos e ferramentas 22](#_Toc125625653)

[6.SUPERVISIONAR, AVALIAR E VALIDAR 24](#_Toc125625654)

[6.1. Como supervisionar o seu próprio desempenho 25](#_Toc125625655)

[Como monitorizar o desempenho da sua equipa 26](#_Toc125625656)

[6.2. Técnicas de validação de empresas 28](#_Toc125625657)

[7.APOIOS AO SEU NEGÓCIO 31](#_Toc125625658)

[Criar um novo negócio não é uma tarefa fácil, requer empenho, força interior, resiliência, um plano de negócios bem estruturado, uma boa mentalidade para lidar com a burocracia e, claro, uma base financeira. 31](#_Toc125625659)

[Muitas vezes os empreendedores têm todas as características pessoais e profissionais para iniciar um negócio, mas não o capital necessário, pelo que é importante recolher informação sobre os organismos públicos, as instituições financeiras e as oportunidades de financiamento que podem ser utilizadas para apoiar o seu negócio. 31](#_Toc125625660)

[7.1 Estratégias para tornar as entidades públicas em parceiros 31](#_Toc125625661)

[7.2 Fundos Comunitários UE (União Europeia) 32](#_Toc125625662)

[7.3 Opções de Financiamento 34](#_Toc125625663)

[8.ENQUADRAMENTO LEGAL 36](#_Toc125625664)

[Para criar a sua própria empresa num país da União Europeia (UE), precisa de conhecer as regras e regulamentos aplicáveis, e os principais pontos de contacto nacionais específicos de cada país. É fundamental conhecer a legislação do país e compreender os requisitos legais que deverá cumprir para abrir e manter a sua empresa, a documentação necessária, nomeadamente em relação à tributação e impostos obrigatórios. 36](#_Toc125625665)

[Embora os requisitos variem consoante o país, a UE encoraja todos os países a cumprirem determinados objectivos para ajudar a criar novas empresas. Por conseguinte, o processo não deve levar mais de 3 dias úteis, sendo todos os procedimentos apresentados através de um único órgão administrativo, com um custo inferior a 100 euros, e com a possibilidade de submissão e conclusão de todas as formalidades on-line. 36](#_Toc125625666)

[ITALIA 36](#_Toc125625667)

[LETÓNIA 37](#_Toc125625668)

[ALEMANHA 37](#_Toc125625669)

[PORTUGAL 40](#_Toc125625670)

[É essencial conhecer os apoios com que pode contar para alcançar o seu objetivo e tornar-se independente. Tem de estar preparado para defender o seu projeto, distinguindo-o dos outros e estabelecendo a sua viabilidade com as entidades às quais solicitará financiamento, sejam elas entidades públicas, bancos, investidores privados ou empresas de capital de risco. Para o fazer, é essencial ter uma estimativa realista das necessidades iniciais de capital para o arranque do negócio, a fim de compreender a melhor forma de angariar esse capital. 42](#_Toc125625671)

[Atualmente em vigor, Portugal 2020 é o resultado de uma parceria entre Portugal e a Comissão Europeia, e reúne cinco Fundos Estruturais e de Investimento (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, Fundo de Coesão, Fundo Social Europeu, Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural e Fundo Europeu Marítimo e das Pescas). Para aceder a outras informações sobre os apoios à criação do seu próprio emprego, pode aceder às plataformas online ou então dirigir-se a um balcão de atendimento do IEFP, IAPMEI, I.P. - Agência para a Competitividade e Inovação ou da ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários. 42](#_Toc125625672)

[POLÓNIA 42](#_Toc125625673)

[GRÉCIA 44](#_Toc125625674)

[9.APOIOS 49](#_Toc125625675)

[PORTUGAL 49](#_Toc125625676)

[COOPJOVEM, gerido pela CASES – Cooperativa António Sérgio para a Economia Social, é um programa de apoio ao empreendedorismo cooperativo 52](#_Toc125625677)

[4. Habilitações literárias mínimas: Nível de Qualificação II (9.º ano de escolaridade ou formação equivalente) 53](#_Toc125625678)

[10.CONSIDEREÇÕES FINAIS 54](#_Toc125625679)

# 

# 

# 

# PREÂMBULO

Juntamente com os nossos parceiros Creative Ideas da Letónia, Folklore Company de Varnavas da Grécia, Project School da Itália, Green Elephant Foundation da Polónia e Município de Vila do Conde de Portugal, nós do ZiB-Zentrum für interkulturelle Bildung und Arbeit e.V. da Alemanha concretizámos este projeto. Embora existam desafios especiais que se colocam no âmbito deste projeto, o conhecimento aqui reunido pelos nossos parceiros irá certamente contribuir para atingir os objetivos estabelecidos e a ajudar o nosso grupo-alvo, pessoas desfavorecidas oriundas das regiões nossas parceiras, a adquirir importantes conhecimentos sobre outras culturas europeias e a relançar-se na vida profissional.

Esperamos que esta publicação, bem como as outras informações disponíveis quer na página do projeto https://projectecho.eu/ quer na plataforma de educação https://zibev.education possam ser utilizados para alcançar os objetivos do projeto em todas as regiões abrangidas pelo mesmo.

Desfrute da leitura do nosso guia de empreendedorismo e, em breve, de outros resultados do projeto.

Danny Franke

MBA, Concelho de Administração ZiB e.V.



Créditos: [Anna Magura](https://dribbble.com/Magura) (2022)

# 1. INTRODUÇÃO

Este guia de empreendedorismo destina-se a fornecer uma visão geral das muitas questões que podem surgir na criação de um negócio. Tendo como objetivo ser o ponto de partida para todos aqueles que desejam melhorar os seus conhecimentos e competências no mundo do empreendedorismo e, em particular, no domínio do empreendedorismo social e do empreendedorismo relacionado com o património cultural. Combina os conhecimentos dos parceiros de projeto provenientes de: Alemanha, Itália, Portugal, Letónia Polónia e Grécia e fornece uma visão geral, bem como uma visão específica dos aspetos mais importantes a ter em mente na construção de uma empresa.

Mais detalhadamente, vai ficar a conhecer as características fundamentais de uma empresa e os passos práticos para se tornar um empresário que abrangem seis etapas principais: Compreender, Idealizar, Lançamento, Gerir, Monitorizar & Avaliar e Apoiar o seu Projeto.

Na fase 'Compreender' aprenderá o que entendemos por empreendedorismo e como o empreendedorismo social difere do tradicional, bem como os caminhos mais comuns para se tornar empreendedor.

Na secção 'Idealizar' iremos mostrar-lhe formas de compreender o sistema à sua volta e como partir do problema para desenvolver soluções eficazes sob a forma de produto e/ou serviços.

O capítulo 'Lançamento' recai sobre a essência do seu negócio, introduzindo a validação da ideia de negócio, do modelo de negócio e o seu lançamento - todas as técnicas chave para dar o pontapé de saída à sua empresa, uma vez definida a sua ideia.

Mais tarde, no capítulo 'Gerir' discutimos como construir e gerir a sua equipa, encontrar parceiros adequados e dar-lhe uma vasta gama de ferramentas e recursos práticos que são complementados por competências e técnicas sobre como 'Monitorizar, Avaliar e Validar' o seu negócio e desempenho.

Finalmente, no capítulo "Apoiar o seu projeto", aconselhá-lo sobre os colaboradores e entidades a quem recorrer, a fim de impulsionar o sucesso da sua empresa.

Além disso, são incluídas secções específicas sobre os requisitos legislativos e mecanismos de apoio em cada um dos países do consórcio.

Por isso, sem mais demoras, convidamo-lo a começar imediatamente e a adquirir conhecimentos e ferramentas valiosos que esperamos o apoiem a tornar-se num verdadeiro empreendedor!

# 2. COMPREEDER

## 

## 2.1. O que é o empreendedorismo? Características principais

#### 

Empreendedorismo é o processo de transformar ideias em realidade através da criação de um produto ou serviço específico.

Com base em objetivos e perspetivas pessoais, cada pessoa tem a sua opinião sobre como gerir um negócio.

Ainda assim, há uma série de elementos essenciais que são comuns quando se pretende iniciar um negócio ou empresa:

1. **Fundos**

Independentemente da forma de empreendedor que se queira desenvolver, são necessários fundos para iniciar o negócio. Estes fundos podem ser angariados de muitas formas, seja através de bancos, investidores privados, família e amigos, e crowdfunding.

Os fundos são destinados para comprar bens, pagar recursos humanos, promover o seu negócio e criar a sua identidade (logótipo, website, etc.).

1. **Bens (materiais ou imateriais)**

O tipo de bens que vai adquirir vai depender do tipo de serviços ou bens que pretende fornecer. Se quiser gerir um restaurante, por exemplo, vai precisar de uma cozinha, um frigorífico, mesas, uma caixa registadora, etc., enquanto se quiser iniciar uma empresa de consultoria, vai precisar de software avançado, computadores portáteis, uma ligação à Internet, um espaço de *coworking*, etc.

1. **Recursos Humanos**

Seja qual for a sua ideia de negócio, abrir um cabeleireiro, um restaurante, uma empresa de tecnologias de informação, são necessários alguns recursos humanos. Num momento inicial, é conveniente dar prioridade aos que são indispensáveis para o lançamento do negócio. É importante ter uma equipa de pessoas especializadas em diferentes áreas que combinem as suas capacidades para um objetivo comum, o negócio.

**A partir da combinação de fundos, bens e recursos humanos, um produto ou um serviço é entregue no mercado para obter lucro. Este é o processo comum a todo o empreendedorismo.** Com base no Indeed Career Guide[[1]](#footnote-1) podem distinguir-se 12 tipos de empreendedorismo, entre os quais destacam-se os 6 seguintes:

1. As pequenas empresas obtêm lucros para sustentar as suas famílias e têm um estilo de vida modesto. Como as pequenas empresas são pequenas e carecem do fator inovação, não conseguem atrair capital de risco para um bom funcionamento. Os empregados são normalmente pessoas locais ou parte da família. Por exemplo, cabeleireiros, mercearias, canalizadores, carpinteiros, pequenas butiques.

2. As grandes empresas começam frequentemente como pequenas empresas que aceleram o crescimento. São grandes empresas com muitos empregados e são sustentáveis porque concentram a sua atenção na inovação e em profissionais que sabem como sustentar a inovação. Os empregados trabalham normalmente em equipa e dedicam tempo a atividades de formação e desenvolvimento de equipas.

3. As **Scalable stratups** são empresas escaláveis, porque começam com uma ideia única e concebem um produto ou serviço que está em falta no mercado criando uma solução. Este tipo de empresas recebe fundos de capitalistas de risco ou outros empresários, tais como os chamados *business angels*. Contratando empregados especializados porque procuram uma expansão rápida e retornos elevados.

4. As empresas internacionais operam a nível internacional, exportando bens ou serviços do seu país de origem para um país estrangeiro. Normalmente, os empresários internacionais vendem produtos ou serviços localmente até atingirem a fase de maturidade e exportam para obterem lucros nos mercados internacionais.

**5. Empreendedorismo ambiental,** também conhecido como eco empreendedorismo e empreendedorismo verde, onde a obtenção de lucros e a preocupação com o ambiente são o principal foco das empresas. Tentam substituir o produto ou serviços existentes por produtos cuja utilização seja ambientalmente segura. Sendo a sua prioridade o impacto nas pessoas e no ambiente para além dos lucros.

6. O empreendedorismo social baseia-se no reconhecimento da existência de um problema social para o qual o empreendedor decide adequar as atividades empresariais e gerar valor social. Desenvolvem serviços, soluções ou produtos para resolver questões sociais críticas, provocar mudanças sociais e alcançar benefícios sociais. Em vez de se concentrarem apenas nos lucros, os seus fundadores querem tornar o mundo um lugar melhor para viver.

## 2.2. Diferenças entre empreendedorismo tradicional e empreendedorismo social

Tal como referido anteriormente, existem muitos tipos de empreendedorismo que se distinguem entre si em função de diversos fatores tais como a dimensão, o alcance, o nível de inovação, bem como a atenção ao impacto social. Os empreendedores sociais exploram as competências empresariais para identificar e resolver problemas sociais e reinvestir o lucro gerado pela venda de produtos ou serviços.

Os problemas que querem resolver podem ser de origem social, cultural e ambiental: inclusão dos mais vulneráveis da comunidade, criação de novas oportunidades de emprego, conservação, sustentabilidade ambiental, preservação do património cultural, e melhoria da saúde e segurança. O empreendedorismo social existe principalmente para cumprir a sua missão e recompensar a comunidade, em vez de se concentrar no lucro obtido.

Enquanto no empreendedorismo tradicional o lucro é dado aos acionistas ou proprietários do negócio para aumentar a sua riqueza, no empreendedorismo social o lucro é reinvestido para gerar um melhor e maior impacto na sociedade.

#### Comparação entre empreendedorismo tradicional e empreendedorismo social

|  |  |
| --- | --- |
| **Empreendedorismo Tradicional** | **Empreendedorismo Social** |
| O lucro pertence ao proprietário | O lucro é igualmente reinvestido para o bem-estar da comunidade |
| Responde a uma necessidade do mercado | Resolver um ou mais problemas relacionados com aspetos sociais, económicos, ou ambientais |
| Preço definido para pagar o custo e ter lucro | Vender produtos ou serviços a um preço acessível |

## 

## 2.3 Como tornar-se um empreendedor social

Para ser um empreendedor profissional deve ter uma **linha de pensamento** orientada para o sucesso, ou pelo menos **formação específica** que lhe permita desenvolver não apenas competências empreendedoras, mas também conhecimentos económicos e legais essenciais para fazer parte da mudança social. Para além de um conjunto de competências sociais transversais indispensáveis para comunicar e interagir com os outros.

#### 

|  |  |
| --- | --- |
| **Tornar-se empreendedor social** | **Descrição** |
| Linha de Pensamento | * a capacidade de transformar os problemas em soluções que melhorem o bem-estar da comunidade * acredite nas suas ideias de forma firme e constante |
| Formação | * pode inscrever-se num curso profissional ou numa carreira universitária que o ajude a adquirir conhecimentos sobre alguns temas específicos: investimentos sociais, lucros e perdas, áreas de "sustentabilidade"; análise financeira; diversificação de fundos.   Por exemplo, os 9 melhores cursos em 2022:  <https://digitaldefynd.com/best-social-entrepreneurship-courses/#3_Social_Entrepreneurship_Courses_edX> |
| Competências Sociais Transversais | * Competências de gestão * Trabalho de equipa e capacidades de liderança * Competências comunicacionais (comunicar e saber ouvir) * Competências de atendimento ao cliente * Capacidade de resolução de problemas * Capacidade de raciocínio crítico * Pensamento estratégico e capacidade de planeamento * Gestão do tempo e competências organizacionais |
| Competências Técnicas | * Direito comercial * Direito civil * Administração de empresas * Economia * Ciências Políticas * Plano de Negócios * Avaliação de empresas * Responsabilização/ Contabilidade * Finanças |

# 

# 

# 3.IDELIZAR

## 3.1. Compreender o ecossistema

Para se tornar um Empreendedor é necessária uma boa preparação. Ter competências adequadas para o que gosta de fazer não é muitas vezes suficiente, por isso precisa de fazer uma análise das necessidades da área onde gosta de trabalhar para ver se existe um mercado para a sua oferta. Há várias coisas que deve verificar:

**Ambiente empresarial local**

• promoção para fundador

• restrições legais para contratar trabalhadores independentes e criar novas empresas

• riscos e benefícios potenciais, também com base no género, se aplicável

• Avaliação das disposições institucionais

• Requisitos de reforço de identificação

**Oportunidades para novos negócios**

• Avaliação de custos

• Gestão de risco

• Concorrência em diferentes sectores

• Identificação dos requisitos/capacidades/ traços de personalidade de *start-ups*

• Identificação de bons exemplos como orientação para potenciais áreas de negócio.

Os estudos de mercado são uma parte importante do desenvolvimento do produto e da construção da marca. Muitas pessoas pensam - não sem uma boa razão - nas pessoas que se dirigem a si na rua e o levam a um grande escritório, onde tem de responder a muitas perguntas, experimentar coisas, etc. Esses institutos de pesquisa de mercado são normalmente utilizados por empresas de grande dimensão que podem pagar por isso. Obviamente, este cenário não é válido para a grande maioria das empresas em fase de arranque, especialmente na área do património cultural. No entanto, isto não significa que se deva dispensar a realização de estudos de mercado.

## 3.2. Ame o problema e não a solução[[2]](#footnote-2)

Já deve ter ouvido esta afirmação antes: **"Apaixone-se pelo problema, não pela solução"** ao procurar um sistema melhor para a tomada de decisões.

Mas o que significa realmente "apaixonar-se pelo problema"? Os problemas não são apenas aborrecimentos dos quais gostaríamos de nos ver livres? Então, não faria sentido amar as soluções para estes problemas incómodos?

É da natureza humana amar respostas, infelizmente essa mesma tendência pode impedir-nos de encontrar soluções verdadeiramente encantadoras. Quando confrontados com um problema, temos tendência para deixar de pensar assim que julgamos ter encontrado uma resposta. O chamado Einstellung Effect impede-nos de encontrar as soluções certas, uma vez que as nossas primeiras ideias raramente são as nossas melhores ideias. Mas piora quando avançamos para o desenvolvimento e inevitavelmente experimentamos o efeito de retrocesso do cliente; preferimos explicar esses problemas (por vezes até culpar os clientes) do que voltar à fase de conceção.

Então, como superar a nossa tendência contraproducente para nos fixarmos numa solução específica?

O Metodologia ***Lean Startup*** assegura um processo estruturado para nos ajudar a concentrar no problema, e através da experimentação, encontrar a melhor solução.

**Passo 1: Definir o problema**

Em primeiro lugar, deve ser bem claro sobre o problema que está a tentar resolver. Uma das técnicas é elaborar uma declaração de perspetiva que articule como será o mundo depois de ter resolvido este problema. Por exemplo, se estiver a tentar resolver o problema das longas filas de segurança nos aeroportos, a sua declaração de Visão poderá ser: "Nenhum passageiro esperará mais de cinco minutos para passar pela segurança". As melhores declarações de Visão são simples e concisas, sendo por isso mesmo, facilmente compreendidas e lembradas por todos.

Ficaria surpreendido com o número de equipas especializadas em produtos que saltam este passo tão importante. Quando se pede para fornecer uma declaração de Visão, é muitas vezes durante o processo de discussão que a equipa descobre que não estão todos em sintonia em relação ao problema que estão a tentar resolver.

Como se identifica o problema certo? Passe tempo com os seus clientes. Isto vai ajudar a estabelecer empatia com eles, necessária para identificar problemas verdadeiramente significativos. Neste sentido, a sua declaração de Visão servirá como a sua Estrela Polar, permitindo avaliar as diferentes soluções pela forma como elas concretizam a sua Visão. A referência contínua à sua declaração de Visão é uma forma de demonstrar o seu amor pelo problema.

**Passo 2: Teste as soluções**

A seguir, quando tiver ideias, não sinta a necessidade de moderar qualquer entusiasmo que possa surgir. Esta paixão é útil para tornar o processo divertido e envolvente. No entanto, pode dar uma sequência satisfatória, desde focar uma ideia até idealizar mais soluções, escrevendo a ideia. Começar com um objetivo também é útil, por exemplo, comprometer-se a apresentar sete ideias. Isto irá mantê-lo convicto de continuar com a idealização, mesmo que pense já ter encontrado a resposta.

Lembre-se, antes de uma determinada ideia ser testada, deve esclarecer as principais suposições que está a fazer para que esta ideia funcione. Estas suposições irão impulsionar as experiências que realiza no Ciclo Construir-Medir-Aprender (Loop Build-Measure-Learn), e permitir-lhe-ão saber rapidamente se a sua ideia irá funcionar como está, se pode ser melhorada, ou se deve ser abandonada por outra ideia.

Se por acaso se encontrar apaixonado por uma determinada ideia, pode fazer com que esta seja a primeira a passar pelo Ciclo Construir-Medir-Aprender. Terá várias outras ideias prontas e à espera de serem trabalhadas, se se verificar que a solução que estava a procurar não era afinal acertada e resolutamente passar à ideia seguinte, quando a que estava entusiasmado não resultou, é outra forma de demonstrar o seu amor pelo problema.

**Passo 3: Use a o sistema de decisão para se apaixonar pela solução certa**

Finalmente, apaixonar-se pelo problema significa um compromisso de ganhar a empatia do cliente, considerando uma vasta gama de ideias e experimentando com os seus clientes. Deve sentir-se culpado se se tiver apaixonado por uma solução? Claro que não, desde que siga um processo estruturado que lhe permita dizer adeus a uma solução que não está a funcionar, e apaixonar-se pela próxima que tentar!

**Identifique um produto ou serviço para resolver o seu problema**

Não há empresa sem um produto. É claro que o produto também pode ser um serviço - e os produtos não têm de ser físicos: um curso online ou um e-book também são produtos. Em todo o caso, o produto é a base do seu sucesso empresarial. Contudo, a política do produto inclui geralmente todas as decisões e ações que estão diretamente relacionadas com o produto. E também :

- Quais os produtos (ou apenas um?) que ofereço?

- Serviços em torno do produto

- Embalagem

- Marca (sob que marca o produto deve funcionar)

Além disso, as questões sobre a amplitude e profundidade da oferta também fazem parte da política de produtos, especialmente na área da inovação.

Em termos de amplitude do produto, existem dois extremos: o generalista (uma gama muito vasta de produtos/serviços) e o especialista (produtos/serviços altamente especializados que são oferecidos num segmento claramente definido).

Na sua área de Empreendedorismo, muito provavelmente o ideal é optar por um produto especialista, ou especializado, ou seja produtos de nicho, que podem ser tratados em profundidade devido a interesses e conhecimentos específicos.

A construção de uma marca é, por um lado, uma ciência em si, por outro, é na realidade "apenas" um subproduto de um conceito empresarial inteligente.

Hoje, no entanto, o princípio de que cada inovação, cada nova ideia de negócio deve ser concebida pela marca já se aplica em alguns círculos. E isso pode ser uma boa opção. Sendo que pensar do ponto de vista da marca significa desenvolver desde o início um conceito empresarial holístico que seja coerente tanto interna como externamente e onde seja sempre claro o que o negócio representa.

Assim, depois de perceber a viabilidade económica da sua ideia de negócio (que permite perceber se pode ganhar dinheiro com ela) é muito importante realizar um estudo de mercado. Este vai permitir determinar quem pode comprar o seu produto e porquê e quais as necessidades desse grupo-alvo.

Quando se fala em marca, muitos pensam primeiro no logotipo e num site chique. Mas uma marca é muito mais do que apenas um logotipo. Ser uma marca significa ter valor real reconhecido, porque incorpora certos valores e pontos de venda únicos.

A questão do que o torna especial e do que representa é pelo menos tão importante quanto o design visual. Costuma-se dizer que uma marca deve ser literalmente memorável. Então, deve valer a pena lembrar. Isso pode parecer banal no começo, mas não é.

Se não se consegue oferecer um produto único, completamente novo, é porque há outros que oferecem algo semelhante. Como deixar claro para as pessoas que elas devem comprar o seu produto (ou usar seu serviço, etc.)?

Por exemplo: Se abrir um snack-bar turco, provavelmente já existem alguns deles. O facto de oferecer "cozinha turca original" já não será realmente um USP (Unique Selling Point, isto é, um ponto de venda único).

Por isso é muito importante que pense antes mesmo de começar, o que o torna (realmente!) diferente dos outros fornecedores. Isto também é essencial para um plano de negócios.

Mas o que significa realmente distinguir-se? Isso será sempre um calvário, uma caminhada difícil. Realisticamente, é claro, quase ninguém tem realmente uma proposta totalmente única. Mas qualquer pessoa que abra o décimo salão de cabeleireiro na sua vizinhança tem de oferecer mais do que um ponto de venda único:

- Os melhores cortes de cabelo

- Aceitar marcações sem grande antecedência

- Lavar e cortar por apenas 10€

Na prática, muitas vezes faz-se algo deste género - mas isto não é propriamente um conceito inteligente de marca. Porque é que algumas empresas são, no entanto, bem-sucedidas com a centésima cópia da mesma ideia de negócio? Porque a procura é suficientemente elevada. Então, e só então, é que algo como isto pode funcionar. Especialmente se quiser obter um subsídio (por exemplo, um subsídio para uma start-up), deve prestar muita atenção para perceber se a empresa tem pontos de venda (UPS) suficientes.

Aqueles que começam no campo do Património Social por vezes acham-no mais fácil, porque não há muita concorrência. Assumindo por exemplo, que queremos abrir um museu de reboque onde os visitantes possam rebocar uma peça ao longo de antigas rotas de reboque, ainda não há (provavelmente) muita concorrência. E como tal, tornar-se o ponto de venda único (USP) é naturalmente fácil:

Somos o único museu de reboque no norte da Alemanha (se isso for verdade).

Mas cuidado: nunca esquecer - ter um ponto de venda único não significa que essa seja uma ideia comercial viável. Talvez ninguém se interesse por ela, ou então, pode ser um produto demasiado caro, ou até mesmo algo legalmente problemático. Há sempre vários fatores a considerar.

E mesmo que tenha um criado um ponto de venda único(USP), isso não significa que tenha de o deixar assim. Pode ser importante explorar outras vertentes interessantes, por exemplo:

- Só servimos alimentos que estavam disponíveis na altura do reboque;

- Para nós a sustentabilidade é importante: não há louça de mesa de plástico, etc.

O logótipo deve incorporar estes valores. A melhor coisa a fazer é criar um briefing para o seu designer gráfico, que será particularmente importante para a sua marca.

Portanto, antes de lançar um produto, recomenda-se a realização de estudos de mercado.

**Estudos de Mercado**

Os estudos de mercado são uma parte importante do desenvolvimento do produto e da construção da marca. Muitas pessoas pensam - não sem uma boa razão - nas pessoas que se dirigem a si na rua e o levam a um grande escritório, onde tem de responder a muitas perguntas, experimentar coisas, etc. Tais institutos de pesquisa de mercado são normalmente utilizados por grandes empresas que podem pagar por este tipo de serviço. Evidentemente, isto não se aplica à grande maioria das start-ups, especialmente na área do património cultural. No entanto, isto não significa que se deva passar à frente os estudos de mercado. Neste vídeo mostramos-lhe quais os métodos clássicos de pesquisa de mercado existentes e como pode utilizá-los. Além disso, mostramos-lhe dois ou três truques que também pode utilizar para conhecer o seu grupo-alvo sem qualquer grande esforço financeiro.

# 4.LANÇAMENTO

Para lançar um negócio, vai precisar de formular o seu modelo de negócio e testar a viabilidade da sua ideia de negócio. Propomos a utilização de *Lean Canvas* - um método de plano de negócios para start-ups de apenas uma página - para que possa elaborar o seu modelo de negócio. Além disso, propomos várias atividades que o ajudarão a descobrir se a sua ideia de negócio se adequa bem ao mercado.

## 4.1 Lean Canvas

***Business Model Canvas*** é um método de plano de negócios de apenas uma página. Utiliza uma estratégia de resolução de problemas para formular um modelo de negócio e oferece um gráfico visual com elementos que descrevem a proposta de valor, infraestrutura, clientes e finanças de uma empresa ou produto.

*Business Model Canvas* é uma ótima ferramenta para analisar e visualizar o seu modelo de negócio! Foi introduzido em 2004 por Alexander Osterwalder, um teórico de negócios suíço, autor, orador, consultor, e empreendedor.

Para iniciar um negócio, propomos que utilize o *Lean Canvas*. É uma versão do ***Business Model Canvas*** adaptada por Ash Maurya em 2010, especificamente para start-ups. Esta ferramenta centra-se na abordagem mais ampla de problemas e soluções do cliente e na sua entrega a segmentos de clientes através de uma proposta de valor única.



Fig. 01 Business Model Canvas

O *Lean Canvas* apresenta 9 blocos de construção (etapas que ajudam a estruturar o seu modelo de negócio):

1. PROBLEMA – identifique 1-3 problemas que os seus potenciais clientes têm e que está a tratar com o seu produto ou serviço. Deverá também listar as alternativas existentes para resolver esses problemas.

2. SEGMENTO DE CLIENTES – identifique e descreva os seus potenciais clientes e utilizadores (em termos de idade, sexo, nível de rendimentos, etc.). Além disso, caracterize os usuários que vão experimentar em primeira mão o seu produto ou serviço.

3. PROPOSTA DE VALOR ÚNICO – formule uma mensagem clara e convincente que resume a razão pela qual um consumidor deve comprar o seu produto ou utilizar um serviço. As empresas sociais devem delinear o valor social que o seu negócio está a criar.

4. SOLUÇÕES – procure possíveis soluções para os problemas que identificou no bloco de construção n.º 1.

5. CANAIS – pense e escolha o melhor caminho que lhe permite chegar aos seus clientes ponderando em como o seu produto ou serviço os vai conquistar.

6. FONTES DE RECEITA – liste as fontes de receita que espera ter no seu negócio.

7. ESTRUTURE DE CUSTOS/DESPESAS – liste as suas despesas fixas ou custos variáveis relacionados com o seu negócio.

8. MÉTRICAS-CHAVE – enumere os números-chave, os que vão servir de indicadores de funcionamento do seu negócio, permitindo medir e perceber como vai o seu negócio.

9. VANTAGEM COMPETITIVA – identifique se existe algo que não possa ser facilmente copiado ou comprado, que lhe permita fazer a diferença, criando para si uma vantagem "injusta" sobre os seus concorrentes.

Para criar este modelo *Lean Canvas*, só precisa de uma folha de papel, post-its e canetas. Depois de ter trabalhado em todos estes blocos de construção, terá uma imagem detalhada do seu modelo de negócio.

Os campos podem ser continuamente atualizados para refletir quaisquer novos desenvolvimentos.

## 4.2 Valide a sua ideia

É muito importante validar antecipadamente as suas ideias comerciais para garantir que não perde tempo e recursos a criar um produto ou serviço que não seja viável.

Por conseguinte, é essencial recorrer à validação da sua ideia - um processo de teste e validação de ideias – antes de lançar o seu produto ou serviço. O objetivo é assegurar que o seu produto ou serviço tem um potencial real no mercado.

Fornecemos assim, uma lista de perguntas que é importante responder antes de avançar com a sua ideia.

* Existe um mercado para o produto ou serviço que pretende oferecer? As pessoas estão dispostas a comprar o seu produto ou serviço?
* Se existe mercado, é suficientemente grande? Terá clientes suficientes para tornar o seu negócio rentável?
* As pessoas estão dispostas a pagar o preço que tem em mente?

Para encontrar respostas a estas perguntas, pode usar vários métodos. A pesquisa na Internet pode fornecer informações sobre os seus concorrentes e público-alvo. Pode também verificar fóruns especializados, que ajudarão a obter uma visão e contactos mais concretos.

Uma ferramenta muito útil são as entrevistas com potenciais clientes. Pergunte-lhes sobre as suas motivações, preferências, necessidades, e sobre os produtos e serviços que utilizam atualmente.

As entrevistas podem ser presenciais, online, através de questionários, etc. Encontrar as pessoas certas é a chave - não pergunte à família ou amigos, concentre-se nos seus potenciais clientes.

Este processo de validação de ideias pode mostrar que o seu produto ou serviço não tem a validação necessária e, nesse caso, pode voltar a repetir o processo e utilizá-lo para melhorar a sua ideia.

## 4.3 Apresentação e Crescimento

Em linguagem de negócios usa-se o termo *Pitch* para se referir à apresentação de ideias de negócios a outra parte, com o objetivo de suscitar interesse. Basicamente, um *pitch* é uma breve apresentação onde descrevemos a empresa, independentemente do tipo de negócio que faz e do grau em que a sua ideia de negócio central foi desenvolvida.

Os elementos principais para apresentar com sucesso uma start-up consiste em apresentar: o problema/necessidade que a ideia de negócio quer resolver/satisfazer, a relação entre a solução e o produto, a estrutura da equipa e os investimentos necessários, um estudo informado sobre a concorrência e o mercado-alvo. E mais uma vez, o desenvolvimento desta apresentação não pode ignorar um modelo de negócio (como a ideia empresarial cria, distribui e capta valor) e um roteiro que estabelece as atividades e passos fundamentais para o crescimento do projeto empresarial.

Este projeto pode ser ilustrado no espaço de dois ou três minutos - neste caso falamos de um 'pitch de elevador', para captar a atenção do interlocutor no tempo típico de um passeio de elevador - ou apresentado num contexto menos formal e mais amigável, como durante um aperitivo ('pitch and drink').

Antes de começar a criar o seu modelo para apresentar o seu negócio, terá de se preocupar com:

- A quem está a dirigir a sua apresentação - **Quem é o meu público?**

- Quais são os objetivos da apresentação - **O que é que eu quero alcançar com esta apresentação?**

- Como será feita esta apresentação - **Irei apresentá-la pessoalmente ou irei enviá-la por e-mail? Vou utilizar componentes audiovisuais?**

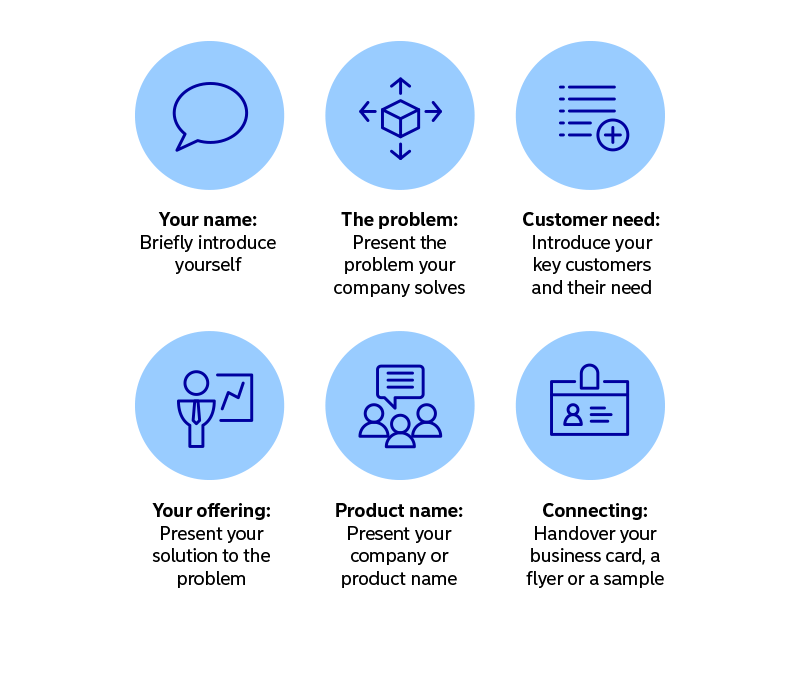


Fig. 02 Perfect your Business Pitch (Nordea, 2022)

O *Pitch*, a sua apresentação pode seguir o esquema apresentado acima (Nordea, 2022), (Nordea, 2022), seguindo a seguinte orientação:

1) Introdução;

2) Apresentação do Problema;

3) Necessidade do Cliente;

4) A Solução;

5) Nome do Produto e

6) Estabelecer contactos.

Para mais informação consultar:

<https://www.nordea.fi/en/business/your-company/start-your-business/perfect-your-business-pitch.html>

**Dica:** *Antes de preparar a sua apresentação veja e reveja Pitchs de outros porque isso pode ajudá-lo a ser mais racional em relação à sua.*

# 

# 5. GERIR O SEU NEGÓCIO

## 5.1. Construir e Gerir a sua equipa

Escolher os parceiros certos e construir a equipa ideal para apoiar o seu negócio é um detalhe que pode, em última análise, determinar o seu próprio futuro.

O processo de construção e gestão da sua equipa envolve apenas quatro etapas:

**Construir o puzzle**

É importante escolher as pessoas certas nas posições certas. Estudar cuidadosamente os antecedentes de cada um dos candidatos e depois tentar "adequar" os seus talentos e aptidões às necessidades existentes.

O ideal é que os membros da sua equipa se "complementem" uns aos outros em termos das suas capacidades e o que podem acrescentar trazer ao esforço conjunto.

**Mostrar confiança**

Ao dar confiança aos membros mais experientes da sua equipa, está essencialmente a criar uma espécie de hierarquia dentro da equipa. Contudo, esta escolha tem aspetos positivos e negativos: por um lado, consegue criar uma estrutura que pode acelerar significativamente determinados processos, mas por outro lado, existe o risco de que a pessoa a quem atribui tarefas se preocupar mais com a sua própria promoção e possivelmente com a manutenção da sua posição do que com o progresso do projeto em causa.

Como reduzir significativamente esta última possibilidade? Muito simplesmente, envolvendo-se pessoalmente em assuntos relacionados com o funcionamento da equipa e, em particular, comunicando diretamente com os membros da equipa e ter em conta tudo o que eles têm para lhe dizer.

**Contacto e registo**

Conversar com os membros da sua equipa para perceber como realmente se sentem no trabalho. Procure respostas convincentes a perguntas como por exemplo, quais os membros da equipa que ainda estão a trabalhar harmoniosamente uns com os outros após algum tempo, quais os que ainda "sangram" para o projeto em questão, quem questiona os processos e, mais importante ainda, porque mantêm quaisquer dúvidas e reservas.

Esta é a única forma de manter o ânimo e motivação e, mais importante ainda, melhorar a eficácia da sua equipa.

**Afinar os detalhes e repetir quando necessário**

A evolução de uma equipa é um processo contínuo e ininterrupto que não termina depois da seleção dos membros ou mesmo com a conclusão do primeiro projeto. É um percurso que visa a perfeição, tal como definida através da simplificação dos processos, limitando o tempo perdido e assumindo projetos cada vez mais desafiantes, o que (se espera) trará ainda maiores recompensas financeiras e morais.

## 5.2. Encontre parceiros para crescer[[3]](#footnote-3)

As empresas bem-sucedidas enfrentam muitas vezes a necessidade de mais recursos e parceiros. Saber como encontrá-los pode ser difícil, mas não é impossível, vai necessitar de uma boa capacidade de organização, persistência e paciência. Encontrar novos investidores e/ou parceiros comerciais para o seu negócio pode ajudá-lo a ultrapassar as suas carências, e a transformar as fraquezas em força. Os melhores parceiros de negócios são aqueles que complementam não apenas os pontos fortes, como também as fraquezas um do outro. Sugerimos de seguida, algumas formas para poder procurar e envolver potenciais parceiros.

**Identificar e contactar outras organizações**

Juntamente com os membros da sua equipa fazer um brainstorming com o intuito de criar uma lista de potenciais organizações parceiras. O ponto de contacto entre ambas as organizações deve ser o membro da equipa com mais conhecimentos sobre o potencial parceiro. Recomenda-se ter um membro da equipa dedicado a explorar as suas redes para potenciais parceiros. Os Empregadores e gestores anteriores podem ter contactos de outras organizações que pode ter interesse contactar. Pode ainda conversar com os membros da sua equipa para perceber se existem potenciais parceiros dentro das suas redes familiares. Os parceiros e investidores estão frequentemente a um e-mail, um telefonema e uma conversa de distância. Tome a iniciativa e estabeleça contactos.

**Conhecer-se a si próprio e seus potenciais parceiros**

É importante definir os objectivos a curto e longo prazo da empresa, na medida em que conhecendo os seus próprios objetivos vai ajudar a estreitar ou expandir a sua lista de potenciais parceiros no futuro. Na busca pelo parceiro certo pode ser relevante uma pesquisa prévia sobre os funcionários importantes e a história da empresa/organização. Tudo isto pode assegurar que as parcerias e relações que cultiva com outras empresas ou organizações são produtivas, amigáveis e úteis a longo prazo.

**Definir a relação**

Quando finalmente seleciona a sua organização parceira, deverá seguidamente considerar o âmbito e extensão da sua relação. Em que temas gostaria de colaborar? Que assuntos pretende gerir separadamente? Todas estas questões devem ser respondidas à medida que estabelece as suas parcerias. Ao definir bem os papéis e responsabilidades de cada um pode ajudar a evitar potenciais confusões e erros de comunicação.

Encontrar e escolher o parceiro ideal é uma tarefa importante para qualquer empresa que ambiciona explorar o seu potencial, e como tal deverá fazer uma pesquisa cuidadosa sobre com quem pretende estabelecer uma parceria e quais as razões.

## 5.3 Recursos e ferramentas

No mundo atual cada vez mais virtual, é especialmente importante ser capaz de gerir o seu negócio à distância, e ter todas as ferramentas necessárias para se manter competitivo e crescer. Desde a construção e manutenção de um website profissional ao contacto com os seus clientes e membros da sua equipa, a utilização de ferramentas online pode ser uma forma económica e altamente eficaz de gerir as suas relações e operações comerciais.

Para fazer crescer o seu negócio, deve adotar uma abordagem estratégica à contabilidade de gestão, melhorando a sua força de trabalho e criando campanhas de marketing bem-sucedidas. Para crescer, precisa de gerir bem, mas também de ter uma abordagem proactiva e manter o foco constante no futuro do seu negócio.

Os sistemas de gestão de projetos online acompanham e gerem a duração de um projeto, oferecendo funcionalidades para tudo, desde o planeamento à definição de um orçamento, passando pela atribuição de tarefas individuais aos membros da equipa.

Ao dar a cada membro uma visão atualizada do progresso do projeto, as equipas podem coordenar e colaborar melhor no decurso deste até à sua conclusão.

Existem dezenas de sistemas deste tipo, alguns são gratuitos e outros implicam uma subscrição paga.

De acordo com as críticas das principais revistas de tecnologias de informação, os 10 melhores são os seguintes:

 GanttPro – Best for Beginners (ideal para principiantes)

Teamwork – Best for Client Work (ideal para serviço ao cliente )

Zoho Projects – Best for Small and Growing Teams (ideal para Equipas Pequenas e em Crescimento)

 Celoxis – Best Value (ideal para melhorar rentabilidade)

 LiquidPlanner – Best for Automated Scheduling (ideal para Calendarização Automatizada)

ProofHub – Best for Proofing (ideal para Revisões)

Redmine – Best for Open-Source Project Managemant (Melhor Gestor de Projetos de Acesso Livre)

Smartsheet – Best for Automations (ideal para Automatizações)

TeamGantt – Best for Easy Entry Into Gantt Charts (ideal para acesso fácil aos gráficos de Gantt)

Wrike – Best for Managing Projects and Ingoing Work (ideal para Gestão de projetos e trabalhos em curso)

Estas ferramentas são particularmente úteis para poupar tempo e melhorar a produtividade de uma empresa. Cobrem as diversas necessidades da equipa e completam com sucesso cada processo e desafio, permitindo rentabilizar de forma eficiente o tempo e melhorar a qualidade dos serviços oferecidos.

# 6.SUPERVISIONAR, AVALIAR E VALIDAR

## 6.1. Como supervisionar o seu próprio desempenho

O desenvolvimento pessoal é um processo contínuo. E neste sentido é importante implementar processos que permitam monitorizar o desempenho e proporcionar oportunidades de formação e desenvolvimento, mas cada um de nós também precisa de assumir a responsabilidade pessoal de rever e atualizar as suas próprias competências.

A nossa crescente compreensão da psicologia humana sugere que a autoavaliação é muito mais poderosa do que a avaliação externa. É importante analisar atentamente o seu desempenho e ser capaz de avaliar-se a si próprio e à sua forma de trabalhar de forma crítica, do ponto de vista das suas chefias.

Assim, apresentam-se de seguida alguns passos importantes para monitorizar eficazmente o seu próprio desempenho que vão ajudá-lo a manter-se no bom caminho:

**Decidir qual o sistema de medição**

Trata-se da sua carreira, e como tal, deverá participar na forma como se vai medir o seu desenvolvimento. Algumas destas medições podem ser as metas, prazos e cronogramas estabelecidos superiormente pela sua chefia, mas outras métricas devem estar relacionadas com as suas metas e objectivos pessoais. Estabeleça objectivos específicos, mensuráveis, exequíveis, realistas, e com prazo definido.

**Autorreflexão**

Para monitorizar convenientemente o seu desempenho em relação aos seus objectivos e parâmetros de medição, é essencial que seja capaz de refletir regularmente sobre o seu desempenho. No final de cada semana, reveja os seus objectivos e critérios de avaliação, depois pergunte-se: o que correu bem? O que não correu bem? O que pode ser feito para melhorar?

**Releia a descrição das suas funções**

Estude cuidadosamente a descrição das suas funções e dê a si próprio uma avaliação honesta em relação aos requisitos mencionados. Isto é apenas um exercício, pelo que não há necessidade de disfarçar as suas falhas: anote todas as suas realizações, bem como os seus erros. Se não lhe foi dada uma descrição de trabalho, ou se já não tem uma disponível, escreva as suas próprias especificações para os padrões mínimos de desempenho do seu trabalho.

**Procure feedback de forma contínua**

Desempenhe um papel ativo no seu desenvolvimento, para que tenham confiança que está a aprender as competências que o tornarão elegível para futuras promoções. Guarde cópias de quaisquer documentos que direta ou indiretamente lhe forneçam indicações do seu desempenho, para que possa acompanhar o seu progresso. Considere perguntar a um colega de confiança se concorda com as suas avaliações, ou aborde uma figura sénior da sua empresa que possa estar disposta a agir como mentor.

**Avançar**

Desenvolva uma estratégia para melhorar as áreas mais fracas e manter notas sobre o que tem feito para melhorar. Durante a sua avaliação formal de desempenho, esteja preparado para mostrar ao seu superior o que tem feito. Procure comunicar superiormente os seus planos de desenvolvimento pessoal, e converse com o seu patrão, mentor, ou qualquer outro detentor de participações relevantes no negócio, de forma regular, para que possam orientá-lo na direção certa.

Se quiser aprofundar o seu desempenho, pode recorrer aos perfis comportamentais como DISC ou o Modelo de Cinco Grandes Fatores da Personalidade, para lhe dão pistas para aferir o seu comportamento, a compatibilidade com outros, contribuição para a equipa e "adequação" ao seu cargo.

## Como monitorizar o desempenho da sua equipa

Caso haja membros da equipa que têm um desempenho abaixo do esperado na sua organização, vigia-os como um falcão durante todo o dia ou põe em prática medidas para controlar o seu desempenho? A segunda opção é definitivamente uma forma mais eficaz de transformá-los em colaboradores de alto desempenho.

Em vez de esperar por uma revisão anual ou anotações intermináveis, apresentamos de seguida 7 formas de monitorizar o desempenho da sua equipa para obter o melhor de todos:

**1. Usar um Software de Monitorização**

Uma das formas mais eficazes de monitorizar o desempenho da sua equipa é a utilização de softwares concebidos para o efeito. Na medida em que estes permitem acompanhar as atividades e analisar os dados relativos às tarefas que o pessoal executa durante o dia. Ter esta plataforma pode não só revelar quem está com dificuldades e precisa de apoio, mas também detetar atrasos e melhorar a produtividade de toda a equipa.

Para motivar a sua equipa, enfatize a utilização de um quadro de líderes apresentado em muitas ferramentas de software de monitorização. Não há mal nenhum em acrescentar um pouco de competição saudável entre os membros da equipa.

**2. Check-in Regular**

Se já monitorizou o desempenho da sua equipa, é provável que já tenha tomado medidas para gerir de forma construtiva o mau desempenho de um funcionário relevante. De vez em quando, faça o check-in a uma hora não agendada para que possa avaliar a produtividade. Se lhes der um tempo definido de antemão, não obterá uma imagem completa do seu desempenho.

É também uma boa maneira dos seus colaboradores perceberem que se preocupa e que está disponível para os apoiar.

**3. Estabelecer Metas/Objetivos**

Para monitorizar o desempenho e produtividade, deve sentar-se com cada membro da equipa e estabelecer objectivos individuais, de departamento ou de equipa. Estes objectivos não só mostram a produtividade de cada um, dependendo se atingem os objectivos, como também são uma forma fácil de motivar todos.

Quanto mais metas estabelecer com base em desempenhos, mais motivados estarão os membros da sua equipa a fazer melhor do que da última vez.

**4. Implementar Ferramentas de Auto-Monitorização**

Por vezes, a melhor forma de aumentar a motivação e perceber se os membros da sua equipa querem realmente destacar-se é deixá-los monitorizar-se a si próprios e aos seus desempenhos.

Ao implementar listas de verificação, registos de atividades e criação de horários, ajuda-os não apenas a terem iniciativa para serem bem-sucedidos, como também aumenta o empenho e a motivação pessoal para o sucesso.

A longo prazo, vai ajudar também na aquisição de novas competências, tais como gestão do tempo, resolução de problemas, responsabilização e muito mais.

**5. Reúnir informações**

Não precisa de reunir informações sobre cada passo que os seus colaboradores dão ao longo de todo o dia. Pergunte aos seus colegas e a outros gestores sobre as suas interações com alguns dos seus colaboradores e tente relacionar isso com os seus desempenhos de trabalho. Não é um caso de pedir uma avaliação do desempenho, mas uma descrição de como se saíram bem numa tarefa ou projeto.

É óbvio que não pode controlar toda a gente a toda a hora, e como tal, pedir opinião a um conjunto de pessoas pode ajudá-lo a obter uma melhor compreensão.

**6. Analisar e Recompensar**

Quando notar que os seus colaboradores têm melhorado o seu desempenho, recompense-os e conceda-lhes reconhecimento. Isto envia uma mensagem clara sobre como são valorizados e de que o seu desempenho não passa despercebido.

Se fizer disto um hábito, poderá motivar os membros da sua equipa a trabalhar a um nível mais elevado, porque se sentem apreciados e com esforço reconhecido.

**7. Envolver**

Só conseguirá motivar os seus colaboradores na monitorização do seu desempenho é se os envolver. Se o seu desempenho não for bom, é importante sentar-se com eles e ajudar a encontrar a causa e as soluções para dar a volta e melhorar o desempenho. Isto pode passar pela definição de objectivos em conjunto ou pela organização de reuniões regulares para pôr em dia os desempenhos recentes.

Esta atitude acaba por torná-lo mais acessível, como também significa que os empregados têm mais probabilidades de se sentirem motivados com o facto de ser evidente que querem que os seus desempenhos melhorem e que não estão a tomar decisões precipitadas.

A monitorização do pessoal pode não ser muito difícil, mas comunicar-lhes à partida a razão pela qual estão a ser monitorizados pode ser complicado. E portanto o facto de os envolver e conversar com os membros da sua equipa pode ajudar efacilitar conversas potencialmente difíceis no futuro.

## 

## 6.2. Técnicas de validação de empresas

Apresentou uma ideia de negócio inovadora, angariou financiamento inicial, e acredita que tem o que é preciso para ser empreendedor. O que se segue?

É tempo de validar o potencial de mercado da sua oferta.

**O QUE É A VALIDAÇÃO DO MERCADO?**

**A validação do mercado** éo processo de determinar se há necessidade do seu produto no seu mercado-alvo. A validação da sua ideia de negócio pode permitir-lhe prever razoavelmente se as pessoas irão comprar o seu produto ou serviço, e se o seu negócio será rentável.

É importante validar a sua ideia no início do processo empreendedor para garantir que não perde tempo e recursos a criar um produto que não é um bom produto. Assegurar a validação do mercado pode também incutir confiança nos investidores, *crowdfunders*, e bancos que estão a considerar financiar o arranque da sua empresa.

Ao submeter a sua ideia de negócio por um processo de validação vai compreender de forma mais profunda se o seu produto satisfaz ou não as necessidades dos seus clientes-alvo. O conhecimento que obtém pode ajudá-lo a criar uma oferta que não só satisfaz as necessidades do seu segmento de mercado, mas também lhe permite ganhar os seus primeiros clientes (que paguem).

Apresentamos aqui cinco passos que ajudam a determinar a validade do seu negócio no mercado:

**1. Escrever Objetivos, Suposições e Pressupostos**

Escrever os objectivos do seu negócio é o primeiro passo para fazer a sua validação no mercado. O processo de formular a sua visão pode esclarecer acerca dos pressupostos que tenha e fornecer um objetivo final.

Procure responder às seguintes perguntas:

* Qual é o valor do meu produto?
* Qual é o público-alvo, e que suposições fiz sobre ele?
* O que diferencia o meu produto dos já existentes?
* Que pressupostos tenho sobre o meu produto, preço, e modelo de negócio?

A resposta a estas perguntas pode ajudá-lo a comunicar o valor e os fatores de diferenciação do seu produto, e a esclarecer suposições e pressupostos que tenha formulado e hipóteses que ainda estão por testar e verificar.

**2. Avaliar o Tamanho e a Cota de Mercado**

Antes de avançar, estime a dimensão e a quota do seu mercado-alvo, porque isto vai permitir avaliar o potencial do seu negócio e justificar o seu lançamento.

No curso online *“Entrepreneurship Essentials”* (o essencial do empreendedorismo)*,* o Professor William Sahlman da *Harvard Business School* usa o retalhista de colchões Casper para ilustrar esta ideia. Em 2014, os fundadores da Casper avaliaram a dimensão do mercado para o seu produto, comparando os seus fatores de diferenciação perante o mercado mais alargado. Para a Casper, estes fatores de diferenciação incluíam o seu modelo de negócio online, a janela de retorno de 100 dias, e o material, a espuma viscoelástica utilizado nos seus colchões.

Com base nas estatísticas do mercado de colchões da época - incluindo as unidades vendidas por ano, a percentagem do mercado detida pelos colchões de espuma, e o número de retalhistas de colchões que eram marcas de comércio eletrónico - os fundadores da Casper estreitaram os segmentos que deveriam visar, e determinaram que poderiam deter alguns pontos percentuais da quota de mercado total dos colchões.

Faça este exercício para o seu mercado-alvo. Para produtos semelhantes aos seus, pesquise dados de vendas, o número e quota dos fabricantes atuais, e qual a percentagem do mercado total que o seu segmento detém. Determine onde o seu produto se enquadra no mercado e avalie qual a percentagem que o seu negócio poderá deter.

**3.Estudar o Volume de Pesquisa de Termos Relacionados**

Outra forma de medir a validade de uma ideia de negócio no mercado é perceber o volume mensal de pesquisa de termos relacionados com o seu produto ou missão. Quando os consumidores precisam de um produto ou serviço, utilizam frequentemente um motor de busca para ver o que o mercado tem para oferecer.

Pode utilizar uma série de recursos para pesquisar volumes mensais de pesquisa, tais como Moz. No caso de Casper, um termo de pesquisa relacionado pode ser "colchão de espuma". De acordo com Moz, o termo reúne mais de 11.500 pesquisas mensais, indicando que existe uma procura do produto.

Se não houver muito volume de pesquisa em torno do seu produto, utilize termos que expressem a intenção do cliente. Por exemplo, se desenhar um colchão feito a partir de um novo material de apoio extra, poderá procurar quantas pessoas procuram "o melhor colchão para pessoas com dores lombares". Os dados da Moz indicam que a consulta rende 240 buscas mensais.

Este tipo de volume de pesquisa para uma consulta mais longa e específica não é insignificante. De facto, pode ser utilizado para reforçar a sua hipótese de que existe uma necessidade do seu produto.

**4. Realizar Entrevistas de Validação de Clientes**

A realização de entrevistas com o seu segmento de mercado-alvo pode ser uma forma eficaz de aprender sobre o potencial do seu produto. Esta iniciativa pode incluir a contratação de uma empresa de estudos de mercado para realizar grupos de discussão, inquéritos online, ou simplesmente solicitar uma conversa com alguém.

Pergunte aos potenciais clientes sobre as suas motivações, preferências, necessidades, e os produtos que utilizam atualmente. Volte à lista que criou na primeira etapa do processo de validação do mercado, e enquadre quaisquer suposições ou hipóteses que tenha feito como perguntas aos seus entrevistados. Esteja aberto ao feedback que receber e grave-o para utilização futura.

O feedback pode refletir que o seu produto não terá forte aprovação no mercado, caso em que pode utilizá-lo para melhorar a sua oferta e repetir o processo de validação de mercado.

**5. Teste o seu Produto ou Serviço**

Uma vez determinado que há espaço para o seu produto no mercado, certifique-se de que está a colocar a versão mais útil e intuitiva do produto. Pode conseguir isto através de testes alfa e beta.

**Os Testes Alpha** são testes realizados pelos colaboradores internos a um produto num cenário encenado, com o objetivo de eliminar quaisquer defeitos, problemas, ou idiossincrasias do produto antes de o disponibilizar para utilizadores externos.

Os **Testes Beta** são realizados por um grupo limitado de utilizadores reais, externos, a quem é especificamente dito para identificar problemas. No caso de um software ou aplicação, os testes beta podem ser abertos ao público com um aviso informando os utilizadores de que estão a testar uma versão inacabada.

A possibilidade de testar o seu produto com utilizadores reais pode revelar-se inestimável para se certificar sobre a sua validade no mercado. Se houver uma necessidade no mercado, mas o seu produto for defeituoso, complexo, ou difícil de usar, os clientes podem optar pela oferta de um concorrente. E portanto o feedback que recebe dos testes beta podem ajudá-lo a melhorar o produto e a satisfazer as necessidades dos clientes.

**TRANSFORMAR O FEEDBACK EM AÇÕES**

No “*Entrepreneurship Essentials* o empreendedorismo é descrito como um "processo de descoberta". Para determinar se o seu produto se enquadra no mercado, deve procurar feedback para validar as crenças que tem sobre a sua oferta de produtos.

O Empreendedorismo requer flexibilidade e trabalho árduo. Se dedicar tempo a delinear os seus objectivos e pressupostos, avaliar o mercado, entrevistar potenciais clientes, e realizar testes, poderá reunir a informação de que necessita para construir a melhor versão do seu produto.

# 

# 7.APOIOS AO SEU NEGÓCIO

## Criar um novo negócio não é uma tarefa fácil, requer empenho, força interior, resiliência, um plano de negócios bem estruturado, uma boa mentalidade para lidar com a burocracia e, claro, uma base financeira.

## Muitas vezes os empreendedores têm todas as características pessoais e profissionais para iniciar um negócio, mas não o capital necessário, pelo que é importante recolher informação sobre os organismos públicos, as instituições financeiras e as oportunidades de financiamento que podem ser utilizadas para apoiar o seu negócio.

## 7.1 Estratégias para tornar as entidades públicas em parceiros

Numa altura em que é crucial concentrar-se na dinâmica da superação da crise (resultante da pandemia global), parece inevitável reforçar o compromisso de promover o empreendedorismo e a inovação, também a nível social.

Por conseguinte, os países europeus estão interessados em promover o investimento num crescimento mais sustentável e inclusivo e, em iniciativas socialmente inovadoras que incluam a requalificação do conhecimento, e competências que acrescentem valor às populações locais, tanto a nível cultural como económico. O objetivo não é apenas a obtenção de retornos financeiros desejáveis, mas, acima de tudo, um impacto social e ambiental positivo, que garanta efetivamente a melhoria das condições de vida das comunidades.

Nesta perspetiva, as entidades públicas, especialmente as que operam a nível local, podem ser parceiros estratégicos no apoio ao empreendedorismo porque estão numa posição favorável para criar parcerias e promover sinergias, trabalhando em rede com outras entidades que operam no seu território.

Através dos seus próprios meios, e com uma extensa rede de contactos, podem reforçar o diálogo e o encontro de esforços entre os sectores público e privado, a mobilização de atores locais com diferentes competências e áreas de ação, seja no meio empresarial, académico, cultural, desportivo ou social, recorrendo a gabinetes de apoio ao investidor, instituições bancárias, associações empresariais ou comerciais locais, e outros intervenientes importantes. As autoridades locais estão numa posição privilegiada para assegurar o desenvolvimento local do seu território em geral, mediando e mobilizando recursos. Mais especificamente, as autoridades locais estão altamente interessadas em fornecer respostas alternativas e criativas, ações diferenciadoras, ajustadas às principais áreas de carência social, quer se trate de jovens licenciados, desempregados de longa duração, pessoas nos seus grupos etários onde é difícil regressar ao mercado de trabalho, pessoas com níveis de deficiência e handicap, minorias, etc.

Neste sentido, será importante, ao iniciar o seu próprio negócio, entrar em contacto com as autoridades locais, tais como os municípios, e compreender quais podem ser as iniciativas de formação contínua, programas, projetos, e os diferentes instrumentos de planeamento e apoio disponíveis à escala local, que melhor se adaptam às suas necessidades.

## 7.2 Fundos Comunitários UE (União Europeia)

Em primeiro lugar, é importante perceber quais os programas da UE que estão em vigor, e que, geralmente apoiam em diferentes áreas temáticas, tais como Competitividade e Internacionalização das empresas, Inclusão Social e Emprego, Capital Humano e Sustentabilidade e Eficiência na utilização dos recursos.

Geralmente, o objetivo destes apoios centra-se na capacidade de promover a criação de emprego; reforçar o investimento na educação e formação; estimular a produção de bens e serviços comercializáveis; bem como melhorar a integração de pessoas em risco de pobreza e de combater a exclusão social.

Além disso, existem programas operacionais a nível regional, que deverá consultar para se candidatar, e apresentar a sua ideia de negócio que será revista e validada de acordo com determinados requisitos.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Categoria** | **Descrição** | **Website de referência** |
| **Programas EU** | A UE tem vários programas de financiamento diferentes aos quais se pode candidatar, dependendo da natureza do seu negócio ou projeto. Existem dois tipos diferentes de financiamento direto e indireto. Os programas mudam de 7 em 7 anos e são dedicados a rubricas específicas:  1.Mercado único, Inovação e Digital  2.Coesão e Valores  3.Recursos naturais e ambiente  4.Migração e gestão de fronteiras  5.Segurança e defesa  6.Vizinhança e Mundo | [Direct Link](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes_en#relatedlinks) |
| **Convite a apresentação de propostas** | Designada também por "subvenção" é um convite público, dirigido a categorias claramente identificadas de candidatos, para propor operações no âmbito de programas específicos da UE.  A Comissão faz contribuições financeiras diretas sob a forma de subvenções, para apoiar projetos ou organizações que promovam os interesses da UE ou ajudem a implementar um programa ou política da UE. | [Direct Link](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/topic-search;callCode=null;freeTextSearchKeyword=;matchWholeText=true;typeCodes=1,2,8;statusCodes=31094501,31094502,31094503;programmePeriod=2021%20-%202027;programCcm2Id=null;programDivisionCode=null;focusAreaCode=null;destination=null;mission=null;geographicalZonesCode=null;programmeDivisionProspect=null;startDateLte=null;startDateGte=null;crossCuttingPriorityCode=null;cpvCode=null;performanceOfDelivery=null;sortQuery=sortStatus;orderBy=asc;onlyTenders=false;topicListKey=topicSearchTablePageState) (para se candidatar à apresentação de propostas) |
| **Concursos** | També designado por "contratos públicos" utilizados pela UE para aquisição de serviços e material necessário ao funcionamento das instituições europeias. Estes incluem serviços intelectuais e não intelectuais (relatórios estatísticos ou de auditoria, trabalhos de consultoria, interpretação, manutenção dos edifícios da Comissão, etc.) e materiais (papelaria, equipamento informático, trabalhos de construção, etc.). | [Direct Link](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/topic-search;callCode=null;freeTextSearchKeyword=;matchWholeText=true;typeCodes=0;statusCodes=31094501,31094502,31094503;programmePeriod=2021%20-%202027;programCcm2Id=null;programDivisionCode=null;focusAreaCode=null;destination=null;mission=null;geographicalZonesCode=null;programmeDivisionProspect=null;startDateLte=null;startDateGte=null;crossCuttingPriorityCode=null;cpvCode=null;performanceOfDelivery=null;sortQuery=sortStatus;orderBy=asc;onlyTenders=true;topicListKey=topicSearchTablePageState) (para se candidatar aos Concursos) |

## 7.3 Opções de Financiamento

Há diversas formas de financiar o seu negócio.

O **bootstrapping** ou auto-financiamento, significa investir as suas próprias poupanças ou conseguir que a sua família e amigos contribuam para o seu negócio. É normalmente uma primeira opção de financiamento, mas só é adequada se o investimento inicial de que necessita for pequeno.

Em caso de **crowdfunding**, que é uma forma de financiamento coletivo, em que o empreendedor submete uma descrição detalhada do seu negócio numa plataforma de crowdfunding e os clientes pré-compram um produto ou fazem uma doação. O crowdfunding gera interesse e apoia a comercialização. Além disso, ajuda a avaliar a procura por parte do público-alvo. No entanto, para iniciar uma campanha de crowdfunding, é necessário certificar-se de que a sua oferta é competitiva.

Existem muitas plataformas de financiamento por crowdfunding adequadas a empresas.

Kickstarter (www.kickstarter.com) é uma plataforma de angariação de fundos baseada em recompensas, onde são oferecidos incentivos aos financiadores para apoiar projetos, incluindo t-shirts, menções nas redes sociais, ou acesso a descontos exclusivos em pré-vendas. As campanhas Kickstarter são um assunto de tudo ou nada, o que significa que só terá acesso aos seus fundos se atingir o seu objetivo inicial de angariação de fundos.

Indiegogo (www.indiegogo.com) é outra plataforma de angariação de fundos, onde pode escolher um objetivo de financiamento fixo (tudo ou nada, como o Kickstarter), ou um objetivo de financiamento flexível para a sua campanha.

Pode também encontrar plataformas de financiamento coletivo que funcionam a nível nacional ou local.

Os **Angel investments** são investimentos feitos pelos designados ‘*business angels’* investidores anjo particulares, no fundo, indivíduos com capital e interesse em investir em empresas em fase de arranque. Trabalham muitas vezes em grupos para analisar coletivamente as propostas e podem também oferecer mentoria ou aconselhamento para além de dinheiro. Os investidores anjo normalmente assumem 30% em quotas ou participações no seu negócio.

**Capital de Risco** é um tipo de financiamento empresarial, fundos geridos profissionalmente que investem em empresas com elevado potencial de crescimento. Normalmente investem em ações de empresas não cotadas em bolsa e fornecem conhecimentos especializados e mentoria às empresas em que investem. Antes de investir, os fundos de capital de risco avaliam a sustentabilidade empresarial e a capacidade de crescimento e são adequados para empresas que já geram receitas. Os fundos de capital de risco procuram frequentemente recuperar o seu investimento dentro de um período de três a cinco anos.

**Incubadoras de empresas**  disponibilizam às novas empresas espaço de escritório e instalações partilhadas, formação e tutoria nas fases iniciais do negócio. Normalmente são financiadas pelo sector público ou por organizações sem fins lucrativos. Para além de serviços gratuitos ou de baixo custo, muitas vezes também fornecem subsídios. O período de incubação é muito curto e intenso. Os patrocinadores fornecem financiamento inicial e conhecimentos especializados e ficam com uma pequena participação no capital social (por exemplo, 6%). Ao aderir a incubadoras e dinamizadores de empresas terá oportunidade de estabelecer boas ligações com mentores, investidores e outras *start-ups* na mesma situação. Contudo, requer um compromisso de tempo por parte dos proprietários de empresas, por exemplo, de criar um plano de negócios e preparar relatórios regulares.

Muitas vezes os governos ou os municípios concedem pequenas subsídios para iniciar um negócio, que não é necessário reembolsar. Para se candidatar a estes subsídios, geralmente é necessário preparar um plano de negócios e cumprir os critérios de elegibilidade. Existem programas especiais de subvenções empresariais para desempregados, empresas sociais, empresas em zonas rurais, etc.

Por vezes também surgem **concursos de ideias** comerciais, para os quais é necessário construir um produto ou preparar um plano de negócios e concorrer para receber financiamento. Por vezes, os concursos de ideias empresariais incluem formação e consultas para autores de ideias empresariais. Mas precisa de fazer com que o seu projeto se destaque para ganhar!

Finalmente, pode solicitar um **empréstimo bancário** para iniciar o seu negócio, para o qual terá de apresentar um plano de negócios. E esteja preparado porque muitas vezes os bancos pedem uma garantia sobre o empréstimo. Existem programas especiais para empresas em fase de arranque e PMEs (pequenas e médias empresas), muitas vezes financiados pelo governo, mas, tal como acontece com os programas de subsídios, é necessário cumprir os critérios de elegibilidade.

# 8.ENQUADRAMENTO LEGAL

## Para criar a sua própria empresa num país da União Europeia (UE), precisa de conhecer as regras e regulamentos aplicáveis, e os principais pontos de contacto nacionais específicos de cada país. É fundamental conhecer a legislação do país e compreender os requisitos legais que deverá cumprir para abrir e manter a sua empresa, a documentação necessária, nomeadamente em relação à tributação e impostos obrigatórios.

## Embora os requisitos variem consoante o país, a UE encoraja todos os países a cumprirem determinados objectivos para ajudar a criar novas empresas. Por conseguinte, o processo não deve levar mais de 3 dias úteis, sendo todos os procedimentos apresentados através de um único órgão administrativo, com um custo inferior a 100 euros, e com a possibilidade de submissão e conclusão de todas as formalidades on-line.

## ITALIA

As indicações sobre os requisitos para iniciar um negócio sob qualquer forma, desde empresas individuais a empresas, são reguladas pelo **Código Civil Italiano**, livro V, designadamente, em “sobre trabalho” de art. 2060 a 2642[[4]](#footnote-4).

As empresas sociais são tratadas de forma diferente. De facto, é uma forma jurídica especificamente regulada pela legislação italiana com o **Decreto-Lei n. 112/2017[[5]](#footnote-5)**.

Com base no art.º1:

-As empresas, associações, e fundações podem ter direito a ser empresas sociais enquanto as cooperativas são automaticamente consideradas empresas sociais.

-Empresas individuais não podem constituir uma empresa social.

-Empresa social desempenha, numa base permanente e predominante, atividades de interesse geral sem fins lucrativos e com fins cívicos, de solidariedade e utilidade social, adotando uma gestão responsável e transparente e favorecendo o mais amplo envolvimento possível dos trabalhadores, utilizadores e outros sujeitos interessados nas suas atividades.

Com base no art.º2, pode funcionar para muitas atividades tais como intervenções e serviços sociais; intervenções e serviços de saúde; educação; intervenções e serviços destinados a salvaguardar e melhorar as condições do ambiente; proteção e valorização do património cultural e paisagístico, etc.

Com base no art.º 5, é constituído por um acordo público.

A regulamentação italiana é extensa e articulada, pelo que sugerimos que solicite apoio de profissionais experientes no campo dos assuntos comerciais.

## LETÓNIA

Ao iniciar uma pequena empresa na Letónia, as pessoas escolhem geralmente entre duas formas legais - ser trabalhador independente ou fundar uma empresa com responsabilidade limitada. Ser um trabalhador independente, trabalhar por conta própria é a opção mais fácil em termos de registo, contabilidade e relatórios. Se decidir fundar uma empresa, muito provavelmente necessitará de ajuda em questões legais e de contabilidade.

Saiba mais aqui sobre o trabalho por conta própria na Letónia: https://www.vid.gov.lv/lv/saimnieciskas-darbibas-veiceji

Saiba mais aqui sobre a fundação de uma empresa com responsabilidade limitada na Letónia: https://www.ur.gov.lv/lv/registre/uznemumu-vai-komersantu/sia/

## ALEMANHA[[6]](#footnote-6)

Para qualquer pessoa que queira tornar-se empreendedor ou empresário, a Alemanha pode ser um ótimo local para iniciar um novo negócio. Conforme se pode comprovar pelo grande número de pequenas e médias empresas (PME’s) que formam a espinha dorsal da economia alemã. Existem, contudo, algumas questões administrativas que precisam de ser resolvidas antes de se poder tornar oficialmente o seu próprio patrão.

Na Alemanha existem três formas legais possíveis para os empresários fundadores. A *GbR* ou OHG são muito fáceis de encontrar, mas a sua responsabilidade é ilimitada. Se quiser limitar a responsabilidade é necessário fundar uma GmbH que necessita de 25 000 euros dos quais 12 500 para fundar. Outra possibilidade é a *Limited* que se chama *Unternehmergesellschaft* (UG) na Alemanha. A vantagem é que neste caso quase não necessita de capital, mas os custos fixos anuais são mais elevados.

**Ponto de Contacto Único (Einheitlicher Ansprechpartner)**

O primeiro ‘porto de escala’ para qualquer expatriado que deseje iniciar um negócio na Alemanha deve ser o seu ponto de contacto único local (Einheitlicher Ansprechpartner - EA). Desde 2009, todos os estados federais (Bundesland) na Alemanha têm um EA para ajudar freelancers, start-ups e novas empresas.

Além de oferecer aconselhamento e orientação geral, o pessoal fluente em inglês da EA pode aconselhá-lo pessoalmente sobre como iniciar um negócio na Alemanha, incluindo ajuda com formulários e documentos, e encaminhamento para os órgãos administrativos relevantes. A EA poderá assisti-lo em muitos dos processos descritos abaixo. Existe também um número crescente de serviços privados que oferecem também aconselhamento sobre formação de empresas na Alemanha.

**Autorização de residência para trabalhar por conta própria na Alemanha**

Antes de poder iniciar o seu próprio negócio na Alemanha, deve primeiro certificar-se de que lhe é permitido permanecer lá por muito tempo. Segundo a legislação da UE, os cidadãos da UE, do Espaço Económico Europeu (EEE) ou da Suíça podem viver e trabalhar livremente na Alemanha, incluindo o exercício de uma atividade independente.

Os cidadãos de outros países terão de solicitar uma autorização de residência para efeitos de trabalho independente antes de poderem iniciar uma atividade empresarial. Para poder beneficiar deste tipo de autorização de residência temporária, terá de demonstrar que a sua empresa serve um interesse económico alemão e que dispõe dos fundos necessários para concretizar a sua ideia. Deverá apresentar um plano de negócios que descreva estes pontos.

**Definição alemã de freelancers (Freiberufler) & comersiantes (Gewerbetreibenden)**

A lei alemã faz uma distinção entre um freelancer (Freiberufler) e um comerciante (Gewerbetreibende). Compreender esta distinção legal é importante para qualquer pessoa que considere iniciar o seu próprio negócio, uma vez que os freelancers não são obrigados a registar o seu negócio no escritório de comércio ou a pagar imposto comercial. Na Alemanha, um freelancer é alguém com qualificações específicas que vende os seus serviços de forma independente. A definição é limitada a certos tipos de profissões. Pode ver aqui uma lista de profissões freelancer. Qualquer outra pessoa é considerada um profissional liberal. Geralmente, os freelancers operam cem nome próprio, em vez de um nome comercial.

Se não tiver a certeza se se qualifica como freelancer ou comerciante, procure aconselhamento junto do departamento fiscal local (Finanzamt). As secções seguintes descrevem o processo de registo como trabalhador independente numa profissão comercial (Gewerbe).

Selecionar uma forma jurídica para o seu negócio

Uma vez dados estes passos iniciais para assegurar a viabilidade do seu negócio na Alemanha, terá de escolher uma forma jurídica para o seu negócio. A estrutura que escolher depende de uma série de fatores, incluindo:

-Quantas pessoas estão a iniciar o negócio;

-Quem irá liderar o negócio

--Qual é a sua participação no capital social?

- Se a sua responsabilidade pessoal deve ser limitada

-Escolher a estrutura certa é essencial, uma vez que afetará os seus impostos comerciais e a sua responsabilidade pessoal de dívida no futuro.

**Inscrição no registo comercial (Handelsregister)**

Quando decidir qual a forma jurídica mais adequada ao seu novo negócio, pode inscrever-se no registo comercial alemão (Handelsregister). Quase todas as empresas devem fazê-lo para obter um número de registo comercial (Handelsregisternummer), que depois vai precisar para registar a sua empresa na repartição comercial local e receber uma licença comercial (Gewerbeschein - ver abaixo).

**Registo commercial para pequenas empresas**

As únicas excepções são os freelancers e as pequenas empresas (Kleinunternehmen). As pequenas empresas são consideradas pequenas se tiverem um rendimento inferior a 22.000 euros no seu primeiro ano de funcionamento e um rendimento inferior a 50.000 euros nos anos seguintes.

Se é proprietário de uma pequena empresa ou se é freelancer, pode inscrever voluntariamente a sua empresa no registo comercial, mas note que isto vem com direitos e obrigações adicionais. Para as pequenas empresas, normalmente não vale o custo adicional. No caso de se sentir inseguro o melhor é aconselhar-se com um avogado.

**Como efetuar o registo no Handelsregister**

As grandes empresas, especialmente OHGs, KGs, GmbHs, UGs e AGs, têm de constar no registo comercial alemão. O pedido é apresentado eletronicamente num formulário com certificação pública por um notário. O custo do registo varia de acordo com a forma jurídica da empresa, entre 200 euros para uma empresa em nome individual e 500 euros para um AG.

Para registar a sua empresa, é necessário:

-DNI válido, tal como um passaporte ou bilhete de identidade (carta de condução não serve)

-Certificado de registo (Meldebescheinigung)

-Visto ou autorização de residência que lhe permite exercer uma atividade independente

-Handeslregisternummer (se aplicável)

-Prova das suas qualificações e quaisquer autorizações ou licenças, conforme exigido

- Taxa de inscrição (normalmente não mais de 70 euros)

Uma vez registada a sua empresa, a informação sobre o seu registo será encaminhada automaticamente encaminhadas para a repartição de finanças (Finanzamt), a Associação local de Seguros de Responsabilidade Civil dos Empregadores (Berufsgenossenschaft) e, dependendo do tipo de empresa que registar, possivelmente também, para o Tribunal Distrital (Amtsgericht).

Para mais informações sobre como criar e obter apoio na criação da sua empresa, pode consultar:<https://www.fuer-gruender.de/>

## PORTUGAL

Ao iniciar o seu próprio negócio, a forma legal que a sua empresa assume é crucial, uma vez que a identidade da empresa determinará a sua regulamentação legal.

A escolha da forma jurídica está principalmente relacionada com uma maior ou menor simplicidade, em termos da estrutura da empresa e do seu funcionamento, do capital social, e das diferentes responsabilidades e obrigações. Estes são os principais fatores a ter em conta na tomada desta decisão.

Atualmente, em Portugal, a simplificação dos procedimentos administrativos para a constituição de uma empresa é sem dúvida uma grande melhoria, uma vez que a maior parte da interação com organismos do Estado pode ser feita através da Internet, poupando tempo e dinheiro.

Existem várias formas jurídicas à sua disposição, cada uma com as suas próprias particularidades, pelo que deve escolher a que mais lhe convier.

Se o negócio for formado por uma única pessoa, pode escolher uma das seguintes formas jurídicas: empresa em nome individual ou empresa em nome individual por quotas.

No primeiro caso, uma empresa que é fundada/dirigida apenas por um indivíduo ou pessoa singular, o empresário tem responsabilidade ilimitada, ou seja, responde ilimitadamente por dívidas contraídas no decurso da sua atividade e perante os seus credores, incluindo bens pessoais; não há exigência de capital mínimo e a empresa deve estar registada na Segurança Social, deduzir e pagar IVA, se aplicável, e Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares (IRS).

No outro caso, a empresa com apenas um sócio, a responsabilidade é limitada ao montante do capital social, que tem de ser pelo menos de 1 euro, mas recomenda-se que este montante seja mais elevado. Deve também estar registada na Segurança Social, deduzir e pagar IVA quando aplicável, e o Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas(IRC), e ao iniciar a atividade deve ter uma contabilidade organizada por um Técnico Oficial de Contas (TOC).

Se o negócio for formado por mais de uma pessoa, as formas jurídicas mais habituais são as sociedades anónimas privadas ou as sociedades anónimas públicas. Ambas devem ser registadas na Segurança Social, deduzir e pagar IVA, quando aplicável, e Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas (IRC). Na primeira opção, podem existir dois ou mais sócios, com um capital social mínimo de 1 euro, e com responsabilidade limitada ao montante do capital social investido. Devem ter uma contabilidade organizada e Técnico Oficial de Contas (TOC).

No caso das sociedades anónimas, deve haver um mínimo de cinco sócios, um capital social mínimo de 50.000 euros distribuído por ações, e os acionistas limitam a sua responsabilidade ao valor das ações subscritas. A empresa deve ter contas organizadas, Técnico Oficial de Contas, um Revisor Oficial de Contas, e um Conselho Fiscal.

Conforme referido anteriormente, tudo isto pode ser submetido através da Internet, em [Empresa Online | Serviços do registo comercial - ePortugal.gov.pt - ePortugal.gov.pt](https://eportugal.gov.pt/en/espaco-empresa/empresa-online) ou no balcão do empreendedor, em <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empreendedor>), ou ainda pessoalmente.

Se preferir tratar de tudo pessoalmente, deve dirigir-se a um Gabinete do Cidadão, onde poderá realizar todo o processo num único balcão. Pode ainda, tratar do processo em qualquer Conservatória do Registo Comercial, na sede do Registo Nacional das Sociedades Comerciais, ou na sede do Registo Nacional das Pessoas Coletivas (RNPC). Lembre-se que deve estar na posse de um documento de identificação, que pode ser um Cartão de Cidadão, Bilhete de Identidade, passaporte, ou autorização de residência, e ter um Número de Identificação Fiscal válido.

Todas estas informações estão disponíveis aqui: [Empresa na Hora | Justiça.gov.pt (justica.gov.pt)](https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora).

Relativamente ao enquadramento legal dos apoios pode consultar a Portaria n.º 985/2009, de 4 de Setembro, com as alterações introduzidas pela Portaria n.º 58/2011, de 28 de Janeiro, Portaria n.º 95/2012, de 4 de Abril e Portaria n.º 157/2015, de 28 de Maio (criação do Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação de Emprego Próprio - CPE); Portaria n.º 7131/2011, de 11 de Maio (definição do procedimento aplicável ao pagamento único do montante total do subsídio de desemprego); Manual de Procedimentos PAECPE (aplicável aos projetos apresentados a partir de 29 de Janeiro de 2011).

Embora atualmente a burocracia seja muito mais fácil de dominar, criar a sua própria empresa implica reunir não só todas as características pessoais e profissionais para iniciar o fazer, mas também um plano de negócios bem estruturado e uma boa base financeira. Na maioria dos casos, o empreendedor não tem o capital necessário, e por isso, encontrar uma boa forma de financiamento é fundamental para materializar a sua ideia num projeto viável.

## 

## É essencial conhecer os apoios com que pode contar para alcançar o seu objetivo e tornar-se independente. Tem de estar preparado para defender o seu projeto, distinguindo-o dos outros e estabelecendo a sua viabilidade com as entidades às quais solicitará financiamento, sejam elas entidades públicas, bancos, investidores privados ou empresas de capital de risco. Para o fazer, é essencial ter uma estimativa realista das necessidades iniciais de capital para o arranque do negócio, a fim de compreender a melhor forma de angariar esse capital.

## Atualmente em vigor, Portugal 2020 é o resultado de uma parceria entre Portugal e a Comissão Europeia, e reúne cinco Fundos Estruturais e de Investimento (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, Fundo de Coesão, Fundo Social Europeu, Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural e Fundo Europeu Marítimo e das Pescas). Para aceder a outras informações sobre os apoios à criação do seu próprio emprego, pode aceder às plataformas online ou então dirigir-se a um balcão de atendimento do IEFP, IAPMEI, I.P. - Agência para a Competitividade e Inovação ou da ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários.

## POLÓNIA

A criação e implementação de negócios na Polónia como estrangeiro é altamente regulamentada. Empreendedores ou empresários de países não pertencentes à UE só podem estabelecer e operar uma empresa sob a forma de sociedade de responsabilidade limitada, sociedade anónima ou sociedade em comandita por ações. Os investidores também podem optar por adquirir uma empresa já existente. Os empresários de países da UE podem criar qualquer tipo de empresa, o mesmo que os cidadãos polacos. É também possível criar uma sucursal ou escritório de representação.

Antes de escolher a forma jurídica da empresa a criar, deve-se considerar o âmbito das responsabilidades, os custos de funcionamento, a dimensão da empresa, etc. As sociedades de responsabilidade limitada são o tipo mais popular para os estrangeiros.

1. **Sociedade de Responsabilidade Limitada**

Este é o tipo de negócio mais popular criado por estrangeiros na Polónia, e destina-se a empreendimentos comerciais de maior dimensão. Os acionistas são apenas responsáveis pelo montante do capital social que detêm.

Para criar uma empresa, é necessário um capital social de 50.000 PLN.

Além disso, é necessário que a nova empresa obtenha um REGON (número estatístico), NIP (número de identificação fiscal) e um registo para pagamento do IVA.

**Requisitos:**

* A sociedade deve ser inscrita no registo do Tribunal Polaco
* Obter Certificado de Aprovação,
* Procedimentos pós-inscrição.

**Tempo de duração: 4 meses**

1. **Joint Stock Company**

This is a form of legal entity in Poland which carries a legal personality with it, generally used for large corporations with more than one owner. The process of incorporation largely mirrors that of registering a limited liability company, with the key difference between the business types being that the joint stock company is fully liable for its obligations to its assets in entirety, without limitation.

1. **Sociedade Anónima**

Esta é uma forma de entidade jurídica na Polónia que traz consigo uma personalidade jurídica, geralmente utilizada para grandes empresas com mais do que um proprietário. O processo de constituição espelha largamente o de registo de uma sociedade de responsabilidade limitada, sendo a diferença chave, o facto de que a sociedade anónima é totalmente responsável pelas suas obrigações para com os seus ativos na sua totalidade, sem limitações.

1. **Compra de empresas pré-constituídas**

Investidores estrangeiros que desejem iniciar uma empresa na Polónia podem optar por adquirir uma empresa já existente.

1. **Sucursal no Estrangeiro**

As sucursais não têm personalidade jurídica, mas atuam como uma parte autónoma e distinta da empresa que opera num país diferente. A empresa-mãe é totalmente responsável pelas ações das sucursais.

1. **Filial de propriedade total**

As filiais imitam as sociedades de responsabilidade limitada polacas e devem respeitar as mesmas regras e regulamentos aplicáveis. São adequadas para pequenas e médias empresas, e são independentes da empresa-mãe, ao passo que a sucursal não o é.

**Para saber mais sobre os requisitos legislativos, pode ver o vídeo:** [**https://www.youtube.com/watch?v=pAGVCCe53Ss**](https://www.youtube.com/watch?v=pAGVCCe53Ss)

## GRÉCIA[[7]](#footnote-7)

Para iniciar um negócio de qualquer forma legal na Grécia, basta ter um número de identificação fiscal grego ativo (TIN) e utilizar as suas credenciais do sistema TAXIS (nome de utilizador e palavra-passe). As credenciais são reconhecidas como a assinatura eletrónica do titular. O procedimento foi totalmente simplificado e pode ser feito inteiramente on-line em tempo real.

1. **Que procedimentos e formalidades são necessário para iniciar um negócio?**

Os fundadores são obrigados a conhecer o seu número de identificação fiscal (TIN) e as credenciais que lhes são atribuídas. Não sendo necessária qualquer outra formalidade, documento, certificado ou informação.

No entanto, se for cidadão europeu, terá de adquirir um número de identificação fiscal grego (TIN) à distância, através de teleconferência (no AADE ao vivo) através do link <https://myaadelive.gov.gr/dsae2/govdesk/faces/pages/mainmenu/entrance.xhtml?faces-redirect=true&hashKey=null> e terá de preencher um formulário digital e marcar uma entrevista telefónica com um representante da Autoridade Independente para as Receitas Públicas (AADE). Assim que tiver obtido um NIF e recebido as suas credenciais, estará pronto para montar o seu negócio na Grécia.

1. **Quais as formas legais disponíveis?**

As formas jurídicas disponíveis de criação de uma empresa na Grécia são:

1. Sociedade Anónima (PLC) ao abrigo da Lei 4548/2018 (Diário do Governo, Série I, Número 104);
2. Sociedade de Responsabilidade Limitada (LLC) ao abrigo da Lei 3190/1955 (Diário do Governo, Série I, Número 91);
3. Sociedade Privada (PC) ao abrigo da Lei 4072/2012 (Diário do Governo, I Série, n.º 86);
4. uma Sociedade em nome coletivo (ordinária ou por quotas) ao abrigo da Lei 4072/2012 (Diário do Governo, 1ª Série, Nº 86);
5. Cooperativa de Direito Civil ao abrigo da Lei 1667/1986 (Diário do Governo, 1ª Série, Nº 196);

6. Associação de Direito Civil que persegue objetos económicos ao abrigo do artigo 784º do Código Civil Helénico e do artigo 270º da Lei 4072/2012;

7. Agrupamento Europeu de Interesse Económico ao abrigo do Regulamento (CEE) nº 2137/1985 do Conselho, de 25 de julho de 1985;

8. Sociedade Europeia ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 2157/2001 do Conselho, de 8 de outubro de 2001,;

9. Sociedade Cooperativa Europeia ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 1435/2003 do Conselho;

10. Consórcio ao abrigo do artigo 293º da Lei 4072/2012on the Statute for a European company (SE) (L 294) with its registered office in Greece.

1. **Que procedimentos online para constituir uma empresa, incluindo os especificamente relacionados com o cumprimento da Diretiva 2017/1132 (particularmente Artº. 13 com a alteração dada pela Diretiva 2019/1151), estão disponíveis?**

As formas jurídicas referidas anteriormente são criados totalmente on-line utilizando a plataforma digital https://eyms.businessportal.gr/auth onde os fundadores (pessoas singulares ou coletivas) são autenticados utilizando as credenciais referidas na pergunta 1. Os fundadores apenas preenchem os seus dados e utilizam as suas assinaturas eletrónicas (credenciais) para assinar os respetivos estatutos ou estatutos da sociedade. Os artigos estatutários ou estatutos são criados dinamicamente pelos dados introduzidos pelos fundadores na plataforma eletrónica. O sistema fornece estatutos ou artigos estatutários digitais e cria o ato de registo inicial (constituição de uma sociedade) no Registo Comercial Geral (GEMI), como o é designado na Grécia. Para além de estar registada no GEMI - e de receber um número GEMI - a empresa recentemente criada é também automaticamente registada junto das autoridades fiscais e recebe um número de identificação fiscal (esta autoridade é a AADE na Grécia), e junto da instituição de segurança social (e-EFKA) e recebe um número de registo patronal. A empresa está pronta para começar a operar na Grécia sem quaisquer outras formalidades.

1. **Quais são os diferentes procedimentos para expandir uma empresa (por exemplo, abrir uma sucursal de uma filial)?**

Este procedimento não foi incluído na plataforma eletrónica para o início digital de uma empresa. Por essa razão, os documentos legais devem ser apresentados por um representante autorizado ao departamento competente do Registo Comercial Geral. As sociedades da UE exigem (a) estatutos ou estatutos da sociedade; (b) um certificado de boa reputação; (c) uma decisão da sociedade de abrir uma sucursal na Grécia; e (d) a designação de um representante autorizado para as actividades da sucursal na Grécia. Todos os documentos acima referidos devem ser legalmente certificados e ostentar uma autenticação notarial. Uma lista completa dos departamentos que os interessados podem contactar está disponível no seguinte link: <https://eyms.businessportal.gr/eyms-helpdesk.pdf>

1. **Exstem outros requisitos para licenças, declarações, notificações, pedidos de inscrição num a Registo, lista ou base de dados or registo num organismo ou associação profissional?**

Não há quaisquer requisitos depois de constituir a empresa. Todas as notificações são feitas no momento da constituição, através de um sistema que proporciona interoperabilidade entre os organismos competentes.

1. **Que autoridades são responsáveis pelo registo de uma empresa?**

A plataforma electrónica de registo de empresas pertence ao Ministério do Desenvolvimento e Investimentos, e o departamento competente é a Direcção das Empresas (e-mail: companylaw@mindev.gov.gr). Dependendo de onde cada empresa opte por ter a sua sede social, será atribuída electronicamente a um departamento competente da GEMI.

1. **É possível submeter a candidatura pessoalmente, por email ou online?**

Se não optar por uma plataforma digital, o pedido de constituição da empresa pode ser feito pessoalmente num departamento da GEMI (https://eyms.businessportal.gr/eyms-helpdesk.pdf) ou num notário público autorizado (<https://enotariat.gr/simvolaiografoi.php>).

1. **Que documentos comprovativos são necessários para iniciar o procedimento quando este não se realiza online?**

* **Para fundadores que são pessoas singulares:**

Aa. Para os cidadãos gregos, um bilhete de identidade.

Ab. Para os cidadãos de um Estado-Membro da UE, um bilhete de identidade ou passaporte válido.

Ac. Para os cidadãos de países estrangeiros:

Ac1. Para fundadores de uma empresa privada e fundadores que são sócios limitados de uma sociedade:

Ac1.1 Um passaporte válido ou outro documento de viagem reconhecido ao abrigo de convenções internacionais com um visto de entrada, quando necessário;

Ac1.2. Uma declaração solene nos termos do artigo 8º da Lei 1599/1986 (Diário do Governo, Série I, Número 75) (ANEXO I ao presente) relativa à sua intenção de residir permanentemente na Grécia; e Ac1.3. Se residirem ou desejarem residir permanentemente na Grécia, uma autorização de residência ou atestado de apresentação de um pedido de autorização de residência.

Ac2. Para fundadores que são sócios gerais de uma parceria:

Ac2.1 Um passaporte válido ou outro documento de viagem reconhecido ao abrigo de convenções internacionais com um visto de entrada, quando necessário; e

Ac2.2 Uma autorização de residência ou certificado de apresentação de um pedido de autorização de residência.

A referida autorização de residência, emitida ou solicitada, deve permitir o exercício de uma atividade económica/empresarial ou de investimento independente, em conformidade com a legislação em vigor a qualquer momento, e pode ser apresentada como cópia ou ser consultada eletronicamente pelo balcão único (OSS), se o sistema informático o permitir.

* **Para fundadores que são pessoas coletivas na Grécia:**

Ba. Uma cópia fiel dos artigos estatutários da sociedade ou estatutos da pessoa jurídica fundadora. Se estiver registada no GEMI, a cópia será automaticamente disponibilizada pelo OSS em formato eletrónico, em conformidade com o artigo 8(2) e (3) da Lei 3419/2005, gratuitamente e diretamente a partir da base de dados do GEMI.

Bb. uma decisão do órgão competente em cada caso ou dos sócios relativa à participação da pessoa coletiva na sociedade incorporada, e designação de um representante para completar o processo de incorporação.

Bc. Se o representante da pessoa coletiva para a constituição da sociedade for uma pessoa diferente do representante legal e a sociedade tiver de ser constituída através de um ato notarial, é necessária uma procuração notarial especial. Se a sociedade for constituída por meio de documento particular, bastará uma autorização, na qual a autenticidade da assinatura do representante legal da sociedade tenha sido atestada de acordo com o n.º 1 do artigo 11.º da Lei 2690/1999, quando esta possibilidade esteja prevista nos artigos estatutários ou nos estatutos ou seja o resultado de uma decisão tomada pela assembleia dos sócios.

C. Para fundadores que sejam pessoas coletivas com sede social no estrangeiro:

Ca. Uma cópia do contrato de sociedade ou estatutos da pessoa coletiva.

Cb. Um atestado emitido nos últimos 3 meses pelo Registo Nacional competente em que a pessoa coletiva tenha sido registada, indicando pelo menos o seu número de registo e que não se encontra em estado de liquidação, falência ou qualquer outro processo coletivo para satisfação dos seus credores.

Cc. Uma cópia autenticada da procuração para a nomeação de um representante legal ou procurador da pessoa coletiva na Grécia. Tudo o que precede deve ser apresentado em conformidade com o direito internacional (selo de apostila, visto consular, visto do consulado grego ou em conformidade com os tratados internacionais ratificados pela Grécia, conforme o caso), juntamente com uma tradução oficial.

1. **Quais os prazos para submeter os documentos comprovativos?**

Não há prazo limite.

1. **Quanto tempo demora o procedimento?**

Ao ser realizada em online, a constituição demora apenas alguns minutos. No entanto, quando realizada por um notário público ou um departamento GEMI, pode demorar 30 a 60 minutos, dependendo da forma legal e do número de fundadores.

1. **Existem custos associados?**

Há encargos envolvidos na constituição de uma empresa. O custo de pode variar significativamente dependendo se for realizado online ou num departamento da GEMI ou num notário público. O custo de constituição através da plataforma digital varia entre 18 e 24 euros, enquanto nos departamentos da GEMI varia entre os 60 e 80 euros.

# 9.APOIOS

Há muitas opções para iniciar o seu negócio. Os apoios podem vir de Organismos Públicos (ou seja, governos locais e/ou regionais) e entidades privadas (ou seja, Fundações, Sector sem fins lucrativos, Investidores, e *business angels*).

O quadro seguinte apresenta as principais formas de iniciar um negócio.

## PORTUGAL

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Categoria** | **Nome e discrição** | **Requisitos** | **Website** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Direção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho | O Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego (PAECE) é um programa do IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional) no âmbito do Jovem Investe - programa financiado pelo Fundo Social Europeu - reúne um conjunto de medidas de apoio a  -Apoio à criação de empresas (start-ups);  -Programa Nacional de Microcrédito (Microinvest e  Invest+), linhas de crédito para a criação de pequenas empresas e auto-emprego, concedidas por instituições bancárias (Microinvest, para investimentos até 20.000 euros; Invest+, financiamento até 100.000 euros, para investimentos superiores a 20.000 euros e até 200.000 euros).  -Apoio à criação do próprio emprego por beneficiários de subsídios de desemprego; | Pessoas registadas no IEFP sob uma das seguintes condições: 1.desempregado involuntário, durante 9 meses ou menos;  2. desempregados há mais de 9 meses, independentemente do motivo da inscrição;  3.candidatos ao primeiro emprego com idades entre os 18 -35 anos, inclusive, e com o ensino secundário ou nível de qualificação 3;  4. pessoas que nunca trabalharam como empregados ou como trabalhadores independentes;  5. trabalhadores independentes cujo rendimento mensal médio, no último ano de atividade seja inferior à retribuição mínima mensal garantida; | [Empreendedorismo - IEFP, I.P.](https://www.iefp.pt/empreendedorismo) |
| Nível Nacional | Empreende XXI, medidas de apoio (apoio financeiro, formação profissional, consultoria e possibilidade de criação de incubadoras) para a criação e desenvolvimento de novos projetos empresariais; Garante 85% do financiamento de investimentos até 175.000€ (40% dos quais a fundo perdido) com apoios adicionais na criação de postos de trabalho. | 1.Jovens à procura do primeiro emprego inscritos no IEFP;  2.Desempregados inscritos no IEFP;  3.Desempregados que reúnam condições para ser destinatários da medida Apoio ao Regresso de Emigrantes a Portugal e respetivos membros do agregado familiar;  4.Ex-estagiários do Eixo Formação Artes e Ofícios | [Empreende XXI](https://empreendexxi.pt/) |
| Nível Nacional e Regional | Portugal 2020: “Tem uma ideia?” - Sistemas de Incentivos, nomeadamente à Inovação, à Qualificação e Internacionalização e à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico (IDT), financiados pelos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento. | Pessoas com uma ideia de projeto capaz de criar o seu próprio emprego ou novas empresas que ainda não tenham iniciado a atividade à data de apresentação do pedido de financiamento; | [Tem uma Ideia - PT2020 (portugal2020.pt)](https://portugal2020.pt/tem-uma-ideia/) |
| Nível Nacional | Startup Visa, Operacionalizado através do IAPMEI, o Startup Visa é um visto de residência para empreendedores, que visa atrair investimento, talento e capacidade de inovação para Portugal. | Empreendedores estrangeiros, sem residência permanente no Espaço Schengen, que pretendam desenvolver e seu projeto em Portugal, ainda que não tenham constituído empresa;  Empreendedores que já detenham projetos empresariais nos países de origem e que pretendam exercer a sua atividade em Portugal. | [Startup Visa - Startup Portugal](https://startupportugal.com/programs/startup-visa/) |
| Nível Nacional | Loja do Empreendedor, da ANJE (Associação Nacional de Jovens Empresários), que acompanha a criação e desenvolvimento de micro e pequenas empresas, formação e também à promoção da iniciativa empresarial, apoiando organizações não governamentais e universidades; | Empresários ou potenciais empreendedores | [Loja do Empreendedor - Anje :: Associação Nacional de Jovens Empresários](https://www.anje.pt/move/apoios/loja-do-empreendedor/#1569508232454-7a21284a-17f4) |
| Nível Nacional | O IAPMEI, (Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação), oferece diferentes soluções para empresários, tais como Apoio e Formação Empresarial; Incentivos e Financiamento; Empreendedorismo e Inovação; Indústria e Sustentabilidade; Revitalização e Transmissão; ou mesmo qualificação e Certificação. | Empresários ou potenciais empreendedores;  Pequenas e médias empresas; | [IAPMEI - Empreendedorismo](https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-(1).aspx) |
| Nível Nacional | RNI (Rede Nacional de Incubadoras e Aceleradoras), visando identificar, mapear e interligar as incubadoras e aceleradores existentes no país, criados por iniciativa de universidades, pólos científicos e tecnológicos, municípios, empresas privadas ou entidades estrangeiras. Com várias tipologias de iniciativas de apoio ao empreendedorismo, que podem ser programas de curta duração (2dias até 1 semana), oferecendo apoio estratégico incluindo concursos, bootcamps, eventos, seminários e workshops. Ou incentivos públicos de apoio às start-ups, bem como medidas políticas para fomentar o empreendedorismo. | Empresários ou potenciais empreendedores; | [Rede Nacional de Incubadoras e Aceleradoras - Portugal Digital](https://portugaldigital.gov.pt/acelerar-a-transicao-digital-em-portugal/empreendedorismo-e-startups/rede-nacional-de-incubadoras-e-aceleradoras/) |
| Nível Nacional | COOPJOVEM, gerido pela CASES – Cooperativa António Sérgio para a Economia Social, é um programa de apoio ao empreendedorismo cooperativo | Os jovens com uma ideia de negócio, de acordo com os seguintes requisitos:  1. NEET Estatuto de jovem (não trabalha, não estuda ou não está em formação);  2. 18 a 29 anos de idade (inclusive)  3. Residência: Portugal Continental; 4. Habilitações literárias mínimas: Nível de Qualificação II (9.º ano de escolaridade ou formação equivalente) | <https://www.cases.pt/programas/coopjovem/> |
| Escola de Negócios privada | IES-Social Business School, centrada na Inovação Social, com 2 programas, um intensivo ( Impact Bootcamp) - Intensivo de 3 dias; Programa de formação executiva on-line durante 2 meses e meio (Impact Management); | Pessoas que querem desenvolver uma iniciativa de Impacto  Gestores e empreendedores; | [IES - Social Business School | IES-SBS](https://www.ies-sbs.org/en/) |
| Incubadoras de empresas (privado) | Ashoka Portugal-Empreendedorismo social (3 eixos estratégicos, identificar e apoiar inovadores sociais, nomeadamente; mobilizar parceiros para "acelerar" um mundo em que todos somos agentes de mudança; inspirar e preparar crianças e jovens para se tornarem em agentes de mudança. | Atuais e potenciais empreendedores sociais; | [Página inicial | Ashoka | Everyone a Changemaker](https://www.ashoka.org/pt-pt) |
| Cooperativa | SEA - Agência de Empreendedores Sociais | Micro-empresarios;  Pessoas de grupos económica e socialmente mais vulneráveis; | [Agência – SEA – Agência de Empreendedores Sociais (seagency.org)](https://www.seagency.org/a-agencia/) |
| Business Angels | Investir e oferecer serviços de mentoria e oportunidades de colaboração; | Mediante os interesses dos Business angels | [www.invictaangels.pt](http://www.invictaangels.pt) |
| Plataformas de Crowdfunding | PPL Crowdfunding Portugal, uma plataforma de financiamento colaborativo de referência, centrada em projectos sociais, criativos e empreendedores; | Pessoas singulares ou empresas privadas | https://ppl.pt/ |
| Nível Nacional | Portugal Inovação Social, Iniciativa pública de promoção da inovação social e dinamização do mercado de investimento social através da mobilização de cerca de 150.000 euros do Fundo Social Europeu, (Acordo de Parceria Portugal 2020) através de 4 instrumentos de financiamento, orientados para as diferentes fases do ciclo de vida do projeto; | Projetos com abordagens alternativas e inovadoras para responder aos problemas sociais;  Para apresentar uma candidatura, é obrigatório registar-se no Balcão 2020 e preencher o formulário eletrónico correspondente ao Aviso de Abertura de Candidaturas (AAC) . | https://inovacaosocial.portugal2020.pt/?doing\_wp\_cron=1674719121.9938840866088867187500 |

# 10.CONSIDEREÇÕES FINAIS

Leu o guia até ao fim? Então esperamos que esteja pronto para um início bem-sucedido!

De facto, o empreendedorismo é um processo de aprendizagem e uma viagem de descoberta. Não precisa de saber tudo para dar o primeiro passo, e ao iniciar o seu próprio negócio, a melhor maneira de aprender é fazendo - como Simone Sinek disse uma vez: "Sonhe grande. Comece pequeno. Mas acima de tudo, comece".

Portanto, nunca pare de aprender e desenvolver os seus conhecimentos e lembre-se, todos terão uma linha temporal ideal diferente para iniciar um novo negócio, no entanto, se tiver tempo suficiente para dedicar a sua atenção ao lançamento, então não tenha medo de dar o primeiro passo e desfrutar do processo!



Creditos: [Hurca](https://dribbble.com/Hurca), (2022).

1. <https://in.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-entrepreneurship>

   [↑](#footnote-ref-1)
2. # [Lean Startup Co. Education Program](https://leanstartup.co/author/labsed/), *Decision Framework: Falling in Love With the Problem, Part 1* <https://leanstartup.co/falling-love-problem/>; <https://www.wordsforwellness.com/blog/post/77454/what-problem-does-your-product-or-service-solve/>

   [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://ylai.state.gov/expand-your-horizon-explore-new-ways-to-find-partners-and-grow-your-business/> [↑](#footnote-ref-3)
4. Please refer to Book V, Italian Civic Code available here: <https://www.brocardi.it/codice-civile/libro-quinto/> [↑](#footnote-ref-4)
5. Please refer to the test of the Law n. 112/117 available here: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2017-07-03;112!vig=> [↑](#footnote-ref-5)
6. <https://www.iamexpat.de/career/entrepreneur-germany/how-to-start-up-your-own-business> [↑](#footnote-ref-6)
7. [**https://www.gov.gr/el/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece**](https://www.gov.gr/el/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece)**; https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece** [↑](#footnote-ref-7)