



GUIA DO EMPREENDEDOR



CIEBI – Centro de Inovação Empresarial da Beira Interior

Elaborado: Egifinancial, Lda

Conteúdo

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 3 |
| 2. O EMPREENDEDOR | 4 |
| 3. A IDEIA..... | 6 |
| 4. O MODELO DE NEGÓCIO | 9 |
| 5. PLANO DE NEGÓCIOS..... | 12 |
| 6. A CRIAÇÃO DA EMPRESA | 13 |
| 7. FONTES DE FINANCIAMENTO | 16 |
| 8. INTERNACIONALIZAÇÃO | 17 |
| 9. INFRAESTRUTURAS DE APOIO E PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO | 18 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 19 |

1. INTRODUÇÃO

Este guia pretende ser um instrumento de consulta para todos aqueles predispostos a criar a sua empresa.

O empreendedor pode desenvolver a ideia através das mais diversas iniciativas: auto-emprego, parceria, cooperação, negócios comunitários ou não lucrativos, ou ainda como um empregado dentro de uma organização existente ou noutras instituições.

Empreender é, acima de tudo, uma questão de atitude de alguém que preza a sua independência e realização pessoal.

O empreendedor é aquele que procura transformar a ideia numa realidade empresarial, deteta uma oportunidade de negócio e tem a capacidade para reunir o conhecimento e materializa-lo na criatividade e na iniciativa. Revela alguns atributos como resiliência, a tenacidade, a persistência, não raras vezes a teimosia suficiente, capacidade de envolvimento e liderança de uma equipa. É propenso a assumir riscos quer isoladamente em conjunto, de enfrentar a incerteza traduzindo-se no final na criação de valor e na criação de empresas.

A ideia, o empreendedor e os recursos, constituem três requisitos, que cumulativamente com a cultura empresarial e a cultura de empresa, são indispensáveis à criação de empresas

Empreendedorismo significa empreender, resolver um problema ou situação complicada. É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos.

Empreender é também agregar valor, saber identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo.

A Comissão Europeia no seu Livro Verde para o Espírito Empresarial, refere:

“O espírito empresarial é, acima de tudo, uma atitude mental que engloba a motivação e capacidade de um indivíduo, isolado ou integrado num organismo, entidade ou empresa, para identificar uma oportunidade de negócio e para a concretizar com o objetivo de produzir um novo valor ou um resultado económico.”

“A criatividade ou a inovação são necessárias para entrar e competir num mercado já existente, para mudar ou até criar um novo mercado. Para transformar uma ideia comercial numa experiência de sucesso é necessário possuir a capacidade de combinar a criatividade ou a inovação com uma gestão rigorosa, e de adaptar uma empresa de modo a otimizar o seu desenvolvimento ao longo de todas as fases da sua existência. Isto ultrapassa a simples gestão quotidiana e prende-se com as ambições e a estratégia de uma empresa.”

E apresenta como definição de espírito empresarial:

“O espírito empresarial (espírito empreendedor) é a atitude mental e o processo para a criação e o desenvolvimento de atividades económicas, combinando o risco e a criatividade e/ou a inovação com uma gestão rigorosa, no âmbito de um organismo, entidade ou empresa, a criar ou já existente.”

O empreendedor pode ser encontrado em todos os sectores da economia e em todas as regiões. A melhor ideia pode ser um produto, serviço, processo ou mesmo um novo mercado. Aquela só se poderá transformar numa empresa se corresponder a uma oportunidade de negócio, ainda não satisfeito parcial ou totalmente.

Numa perspetiva prática poderemos dizer que um empreendedor:

“É capaz de identificar ideias inovadoras, que respondem a necessidades do mercado, e tem as competências para transformar essas ideias em negócios de sucesso.”

2. O EMPREENDEDOR

Qual a motivação para criar uma empresa?

Ou seja, com que objetivo pretende criar a sua empresa passa por fazer um autodiagnóstico das suas competências, potenciando os seus pontos fortes e corrigindo os seus pontos fracos, de modo a elencar as suas necessidades formativas para melhor o poder alcançar.

O empreendedor cria o desequilíbrio, inovando, cuja autoconfiança o levam a tomar as suas próprias decisões e de fazer acontecer. É ambicioso, adapta-se bem a novas atividades e a novas situações, é persistente nos seus propósitos e resistente na adversidade, tem facilidade relacional e é hábil na capacidade de fazer os outros acreditarem em si. Finalmente, é responsável e organizado, atento a tudo o que lhe possa ser útil no mundo que o rodeia. Não tem medo de correr riscos, mas estuda bem a lição para os minimizar.

Torna-se, por isso, importante que no seu autodiagnóstico seja capaz de elencar alguns traços da sua personalidade, tais como:

| Descrição | Pontos fortes | Pontos fracos |
|---|---------------|---------------|
| Capacidade para tomar iniciativas e gosto pela responsabilidade (independência) | | |
| Capacidade de trabalho (autodisciplina) | | |
| Imaginação (criatividade) | | |
| Determinação para criar a própria empresa (Motivação) | | |
| Capacidade para assumir riscos (Capacidade de risco) | | |
| Nível de confiança em si próprio (Autoconfiança) | | |
| Facilidade de comunicação (boa ou má) | | |
| Capacidade de adaptação (boa ou má) | | |
| Curiosidade/abertura de espírito (boa ou má) | | |

Muitas destas qualidades são inatas, mas a verdade é que muitas também se aprendem. Por isso, fundamental não é ter nascido assim, é querer muito e trabalhar para lá chegar.

Como posso saber se tenho as competências para ser empreendedor?

Estas devem ser avaliadas em quatro dimensões: do conhecimento, na dimensão técnica, mas também nas dimensões pessoais e relacionais.

Saber aconselhar-se, ou procurar um mentor de projeto ajuda-o a fazer o check-list, para o com vista à sua autoanálise e autodiagnóstico. A avaliação das competências, não sendo determinante na decisão de desenvolver o seu negócio, pode ser uma ajuda importante para a constituição da sua equipa de colaboradores de acordo com o perfil adequado à consecução dos seus objetivos.

Deve dispor de algumas características, tais como:

- hábil na tarefa de convencer os outros da valia da sua ideia/projeto;
- aceitar bem situações incertas e delicadas, adaptando-se facilmente a novas profissões e a novas circunstâncias.
- flexibilidade de pensamento;
- normas de valor elevado, de forma que o levam a enfrentar problemas e situações que outros não o fariam;
- uma visão pró-activa; e,
- uma atitude de deliberação, que lhe permite não tomar decisões precipitadas.

Que cursos ou formações são relevantes?

Nas áreas da organização produtiva, da gestão em geral, da gestão de recursos humanos em particular, da contabilidade e fiscalidade, da organização das ideias em termos de plano de negócio e modelo de negócio, da análise de mercado, da criatividade, etc. existe em Portugal uma grande oferta de formações relevantes para o empreendedor, destinada a pessoas com diferentes graus de qualificação, interesses específicos e disponibilidades de tempo. Contacte associações empresariais, de desenvolvimento regional e outras, escolas profissionais, institutos politécnicos, universidades, centros de formação profissional, o IEFP, a Academia de PME do IAPMEI e outras entidades, públicas e privadas que trabalham estas matérias e verifique quais as formações que mais se adequam a si e ao seu projeto.

Um empreendedor precisa de sorte para ter sucesso?

Qualquer que fosse a resposta a esta pergunta seria sempre polémica. Em vez de uma resposta transcreve-se um provérbio chinês e duas citações, uma de Thomas Jefferson e outra de Henry Ford, para reflexão de quem pretende ser empreendedor.

“A sorte é o encontro do talento e do conhecimento com a oportunidade”, Provérbio Chinês. "Eu acredito muito na sorte e tenho constatado que, quanto mais duro eu

trabalho, mais sorte eu tenho.", citação de Thomas Jefferson. "O fracasso é a sorte de ter oportunidade de começar de novo, inteligentemente.", de Henry Ford.

Como se verificou, a apreensão do conceito de empreendedor, não é único, dir-se-ia como síntese, que o empreendedor deveria ter como características as seguintes:

- consciência do risco que assume, onde a visão pró-activa do negócio lhe dão confiança a que o mesmo se dilua com o crescimento da sua empresa;
- é persistente e não desiste facilmente;
- está habituado à "turbulência", onde um eventual fracasso poderá significar um incentivo, para a realização de outro tipo de iniciativa;
- é cumpridor dos compromissos assumidos perante terceiros;
- sabe rodear-se de pessoas competentes que com ele vão partilhando a mesma cultura de empresa;
- é conhecedor das fontes de informação, e sabe aceder-lhe em tempo útil;
- é aberto á cooperação e á participação no seu capital social;
- disposto a colaborar com os outros actores da roda da cultura empresarial, no crescimento da sua empresa e no desenvolvimento económico local e regional.

3. A IDEIA

Poder-se-á dizer que não existem nem boas nem más idéias, independentemente de quem as teve ou quem as pretenda desenvolver. E isto porque:

- uma ideia aparentemente pouco promissora, pode transformar-se num grande sucesso real, nas mãos de um empreendedor e fortemente motivado; enquanto que,
- uma ideia que parecia excelente, pode fracassar se o seu portador, não tiver as características e a preparação necessárias, para as colocar em prática, ou seja não tiver o perfil de empreendedor.

A ideia transformar-se-á numa empresa com êxito, se corresponder a uma necessidade não satisfeita, ou se for capaz de satisfazer melhor as necessidades para as quais já existe oferta de produtos ou serviços

Como surgem as ideias?

A origem das ideias e as fontes de informação do empreendedor (ou potencial), são diversas. Realçam-se como mais frequentes as seguintes:

- a atividade profissional, que normalmente representa mais de 50% dos casos. Aqueles onde o novo empreendedor, se lança em domínios de actividade que lhe são desconhecidos, são felizmente reduzidos;
- os contactos pessoais, especialmente os provenientes no decurso do exercício da sua atividade profissional. Realçam-se os desenvolvidos com os clientes e fornecedores da empresa onde trabalhava, fontes de informação institucionais, feiras, salões e exposições;
- a documentação. Aqui a dificuldade é a de seleccionar, entre as diversas fontes de informação disponíveis, cada vez mais ricas e variadas, tanto no plano técnico como económico ou comercial;
- a atividade desenvolvida durante os seus tempos livres, onde o empreendedor (ou potencial), adquiriu um “know-how” significativo;
- a observação. Trata-se de prestar uma atenção particular a tudo o que se passa em seu redor. Um empreendedor (ou potencial), deve ser um recetor privilegiado de todos os “sinais” ou manifestações a que tem acesso, pela diversidade de experiência do seu quotidiano. Não é uma atitude de procura/pesquisa ou de estudo deliberado, mas de abertura às múltiplas sugestões, que passam despercebidas aos olhos de indivíduos não motivados.

Uma ideia de negócio pode surgir de uma forma quase espontânea, ao constatar uma necessidade que não se consegue satisfazer, na vida pessoal ou profissional, ou pode surgir de uma atitude mais proactiva de procura de ideias e oportunidades de negócio.

O que é uma ideia inovadora?

Uma ideia inovadora é aquela que permite o desenvolvimento de uma solução completamente nova (inovação disruptiva), com capacidade para responder a uma necessidade presente no mercado, ou de uma solução melhorada (inovação incremental) relativamente às soluções já existentes ou mesmo aquela que resulta de uma oportunidade económica ou social, inexistente a nível local ou regional ou nacional

Tenho uma ideia em que acredito. Se a apresentar a alguém não corro o risco de a ideia ser apropriada por terceiros?

Para se proteger legalmente a ideia contra terceiros, registam-se os seus direitos no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial).

É importante que o empreendedor acredite na sua ideia, mas deve validá-la para não correr riscos desta não ser exequível, não interessar ao mercado ou a solução já existir no mercado. Se ficar bloqueado pelo receio de que alguém lhe “roube” a ideia pode perder o momento para a lançar. Encontre alguém em quem confie, um professor, um mentor, um familiar, e teste a sua ideia. Como validação inicial pode ser um passo fundamental. Claro que, quando tiver que divulgar mais a sua ideia, e estiver já seguro da sua validade deverá procurar proteger a sua propriedade.

Certas conceções de produtos e processos, pela sua originalidade e grau de inovação devem ser protegidos legalmente através de um conjunto de direitos que lhe conferem a utilização, em exclusivo, da respetiva informação técnica, comercial e industrial.

Qual a importância de validar uma ideia?

É possível surgirem atitudes demasiado pessimistas que poderão sintetizar-se no pensamento "se esta ideia não foi ainda explorada, é porque não tem valor" ou demasiado otimistas levando o seu detentor a pensar possuir "uma ideia extraordinária a que corresponderá necessariamente um projeto de sucesso".

Em qualquer dos casos, há que tomar algumas precauções e adotar uma atitude realista face a todas as condicionantes que podem determinar o sucesso ou o fracasso da sua ideia.

Principalmente nunca se deverá esquecer que o mercado é sempre o melhor teste e que, por exemplo, uma boa ideia de empresa numa grande cidade pode não ser exequível numa pequena vila ou aldeia, sendo a contrário igualmente verdadeiro.

Uma empresa nascente tem, de um modo geral, meios limitados e deverá, portanto, visar um segmento de mercado bem definido. Este segmento corresponde a um conjunto de clientes potenciais com características comuns ou próximas, capaz de consumir os produtos ou utilizar os serviços da nova empresa. Complementarmente, a adequação entre produto e mercado deverá constituir uma preocupação constante do empreendedor.

Como apresentar a ideia a terceiros?

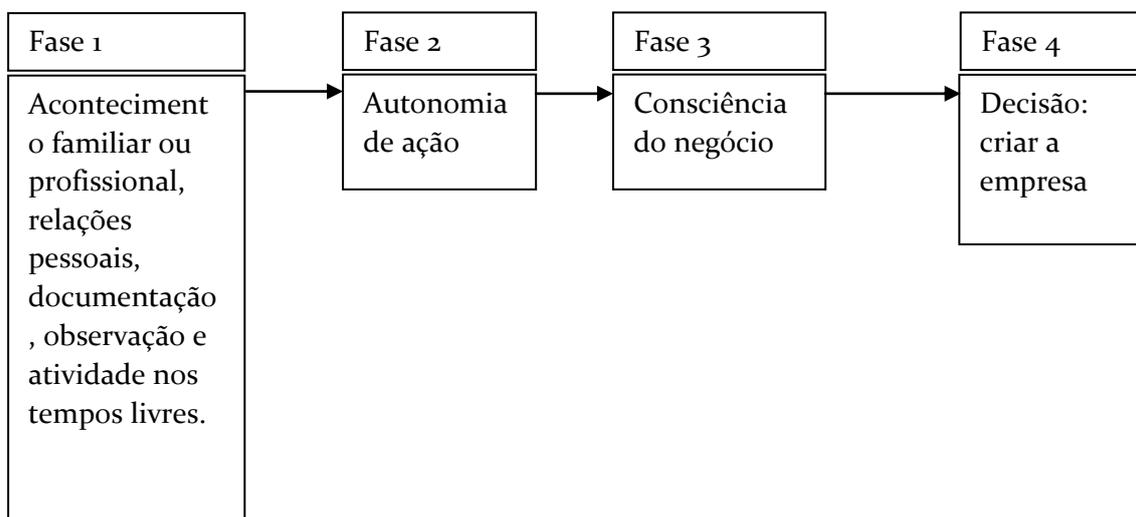
Stakeholder é, conforme Freeman (1984) explica, qualquer indivíduo ou grupo que possa influenciar a obtenção de objetivos organizacionais ou que é afetada pelo processo de busca desses objetivos.

O empreendedor vai ter necessidade de apresentar a sua ideia a diferentes stakeholders, nomeadamente parceiros de negócio, investidores e potenciais clientes. Uma apresentação adequada é um aspeto fundamental para transmitir aos interlocutores a credibilidade da ideia de negócio. Dependendo das circunstâncias, uma apresentação mais breve ("pitch" de curta duração - 3 minutos) ou mais detalhada (entre 5 a 20 minutos) pode ser adequada.

A identificação de parceiros e stakeholders, a quem apresentar a ideia e com os quais o empreendedor pretende relacionar-se, dita muitas vezes o sucesso da transformação da ideia em modelo de negócio, deste em plano de negócio e, por fim, em empresa.

Desde a fase da ideia até à sua concretização em projeto, o empreendedor passa por diversas fases que lhe podem condicionar a decisão definitiva. Procura-se sintetizar na figura 1, aquelas que parecem mais significativas na sua gestação.

Figura 1. Gestação da idéia



4. O MODELO DE NEGÓCIO

Um aspeto chave para a transforma o de uma boa ideia num negócio é o desenho de um modelo, coerente e completo, de negócio.

Existem uma grande variedade de motivos para a cria o de uma empresa. Alguns dos mais comuns são:

- vontade de ganhar mais dinheiro do que na situa o anterior do empreendedor;
- desejo de sair da atividade rotineira, e poder desta forma realizar as suas idéias;
- vontade de ser o seu próprio patrão e independente nos seus atos;
- necessidade de provar a si e aos outros de que é capaz de criar uma empresa;
- desejo de desenvolver algo que traga benefícios para si e para a sociedade;

Outros motivos poderão estar subjacentes   idéia de criar uma empresa, como sejam:

- exemplos anteriores de sucessos familiares conhecidos, o que influenciou o empreendedor na decisão de criar a sua própria empresa;

- bons conhecimentos da atividade ou experiência profissional no sector, o que muitas vezes, está na origem de algumas operações de “buy-outs”;
- estímulo por parte da entidade patronal anterior;
- diversificação da atividade, ou até complementaridade com outras atividades;

Como começar um negócio?

Os negócios começam e acabam no mercado. O empreendedor deve ser capaz de detetar uma oportunidade de negócio, evoluir para um conceito ao qual associa um modelo de negócio (tendo por base a venda de um produto ou de um serviço), selecionar uma equipa em que, preferencialmente, cada elemento tem competências distintas e complementares, elaborar o plano de negócios e procurar financiamento para montar a empresa.

O que é um modelo de negócios?

Modelo de negócio é a forma pela qual uma empresa cria valor para todos os seus públicos-alvo

O “modelo de negócio” de uma organização é a visão integrada do processo de identificação e utilização de recursos, competências e parcerias, para criar e entregar valor aos seus clientes e acionistas.

Qual a finalidade de um modelo de negócios?

O modelo de negócio é importante para o empreendedor identificar os recursos, competências e parcerias de que dispõe e aqueles que necessita encontrar, para tornar claro as atividades e processos que lhe permitem criar propostas de valor, identificar os seus segmentos de clientes e o modo de se relacionar com eles.

Clarificado o modelo de negócios, o empreendedor estará em condições de conseguir responder a 3 questões essenciais: Vendo, O quê?; Como?; A quem?; e de consolidar esta informação elaborando o seu Plano de Negócios.

É importante seguir um modelo de análise de negócio pré definido?

Não é obrigatório seguir um modelo de negócio pré definido. Pode elaborar uma listagem dos aspetos que precisa de analisar e usá-la para estudar o seu negócio, mas um modelo pré definido, certamente assenta num conjunto alargado de experiências práticas e já consolidou os aspetos chave a não esquecer. A escolha de um modelo testado dá segurança à sua análise e reduz o stress na elaboração da mesma.

Como sugestões de modelos de negócios, fica o Modelo “Canvas” e Modelo da “Cadeia de Valor de Porter”, que são modelos largamente difundidos e testados pelo mercado, proporcionando uma boa compreensão do negócio em análise.

Elementos de um Modelo de Negócio

O Modelo de negócio de uma empresa é composto por 5 principais elementos.

- 1- Modelo de Proposta de Valor
- 2- Modelo de Interface com o Consumidor
- 3- Modelo de Operação
- 4- Modelo Estratégico
- 5- Modelo Económico

Modelo de Proposta de Valor

É a forma pela qual a empresa define qual é o seu diferencial no mercado.

A forma pela qual é ela única e se destaca de todas as demais empresas que participam desse mesmo mercado.

Modelo de Interface com o Consumidor

Esse modelo descreve onde, quando e como uma empresa interage com os seus consumidores.

Essa interação pode se dar através de lojas, embalagens de produtos, comerciais, SAC, Website, e etc.

Modelo de Operação

É como que uma empresa faz para levar o seu produto até o seu consumidor.

Deve prever todas as etapas necessárias para viabilizar sua produção, passando por logística, até chegar às mãos de quem compra o seu produto ou serviço.

Modelo Estratégico

É a descrição de como uma empresa irá atingir os seus objetivos estratégicos.

Nesse modelo é onde visualizamos a missão de uma empresa, sua visão, seus valores e todas as competências necessárias para que a empresa funcione de forma adequada.

Modelo Económico

É onde se demonstra a viabilidade financeira de uma empresa.

Esse modelo mostra como uma empresa ganha recursos e paga suas despesas a fim de atingir a sustentabilidade.

5. PLANO DE NEGÓCIOS

Qual a finalidade de elaborar um plano de negócios?

Tanto para o próprio criador da empresa como para os seus "stakeholders" é indispensável apresentar a sua ideia de negócio de forma clara, simples e que torne evidente que aquela é uma proposta de valor única, viável e sustentável e que o modelo de negócio proposto é o adequado.

O Plano de Negócios deve conter os elementos necessários que possibilitem conhecer a proposta, o mercado e o processo.

Este deve ser objectivo, claro, conciso e convincente. O mesmo deve procurar envolver o empreendedor e todos os responsáveis operacionais da empresa a constituir. Ele deve representar um importante instrumento de trabalho e de consulta, pelo que deverá ser revisto periodicamente, com vista a ajustá-lo às novas realidades. Na sua elaboração deve procurar reunir os seguintes elementos: ordenação das ideias de forma que possam permitir uma visão de conjunto do negócio; previsão do lucro potencial e crescimento do negócio, bem como as suas necessidades operacionais e financeiras; análise de diferentes estratégias competitivas e suas consequências, entre outros.

Qual a importância de um plano de negócios? O plano de negócios de uma empresa tem três grandes funções:

1. Durante a sua elaboração, ajudar o empreendedor a compreender as várias vertentes do seu negócio (mercado, produto, modelo de financiamento, modelo de negócios, drivers de crescimento e riscos do negócio);
2. Guiar o desenvolvimento da empresa a curto, médio e longo-prazo, mediante um conjunto de objetivos previamente estabelecidos e acordados;
3. Ser um apoio para apresentação da empresa a outras partes interessadas (investidores, parceiros, etc.).

A estrutura de um plano de negócio por ser adaptada à medida, dando-se como exemplo a seguinte: 1. Sumário executivo; 2. O histórico da empresa e/ou dos promotores; 3. O mercado subjacente; 4. A nova ideia e o seu posicionamento no mercado; 5. O Projeto/Produto/Ideia 6. Estratégia Comercial; 7. Gestão e controlo do negócio; 8. Investimento necessário. 9. Projeções Financeiras/Modelo Financeiro

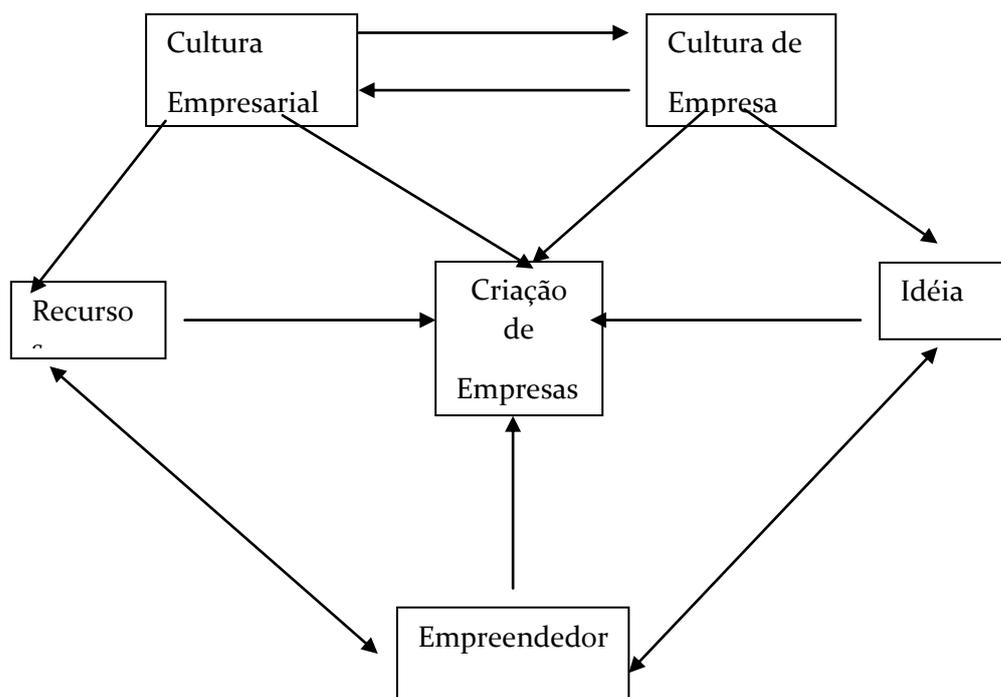
6. A CRIAÇÃO DA EMPRESA

A criação de empresas pressupõe a necessidade de alguns requisitos, interdependentes e interactuantes, tais como:

- a selecção de uma ideia, podendo originar uma oportunidade de negócio;
- um empreendedor;
- recursos tangíveis e intangíveis, ou sejam, meios técnicos, físicos, humanos e financeiros, por um lado, conhecimentos e “saber-fazer”, por outro;
- cultura de empresa;
- e cultura empresarial.

A figura 2., permite evidenciar o relacionamento que se poderá estabelecer entre eles:

Figura 2. Requisitos à criação de empresas



Fonte: Carvalho, J. (1999), *Cultura Empresarial e Criação de Empresas*

Como posso criar formalmente uma empresa?

As Lojas da Empresa/Balcões do Empreendedor são espaços físicos de atendimento destinados aos empreendedores que desejam criar, alterar, transformar ou extinguir a sua empresa. Nestes espaços é possível aos empresários usufruírem do serviço da “Criação da Empresa na Hora” ou “Pedido de Certidão Permanente”, bem como outros

serviços tais como prestação de informação sobre legislação inerente à atividade económica e sobre passos a dar para criação de negócio próprio, entre outros serviços associados ao ciclo de vida das empresas.

Processos de constituição disponíveis:

Empresa na Hora; Empresa "online"; Empresa na Hora com Marca na Hora; Por Documento Particular; Por Escritura Pública.

Que tipo de obrigações fiscais tem uma empresa?

Existem vários impostos que as Sociedades têm obrigação de pagar, nomeadamente:

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

Que tipos de serviços estão disponíveis online para a empresa?

O Portal do Cidadão (Balcão do Empreendedor) é o portal do Estado que serve de ponto de contacto com os empreendedores, relativamente à maioria dos serviços do Estado. Para a utilização dos serviços disponíveis é necessário utilizar o cartão do cidadão e o leitor digital respetivo.

Que tipo de informação tem uma empresa que divulgar?

As sociedades estão abrangidas pelo SNC – Sistema de Normalização Contabilística, devendo reportar os elementos contabilísticos – Balanço, Demonstração dos resultados por natureza, Demonstração das alterações no capital próprio, Demonstração dos fluxos de caixa e Anexo - referentes à atividade económica e financeira desenvolvida numa periodicidade anual. Só os técnicos oficiais de contas podem realizar essa tarefa.

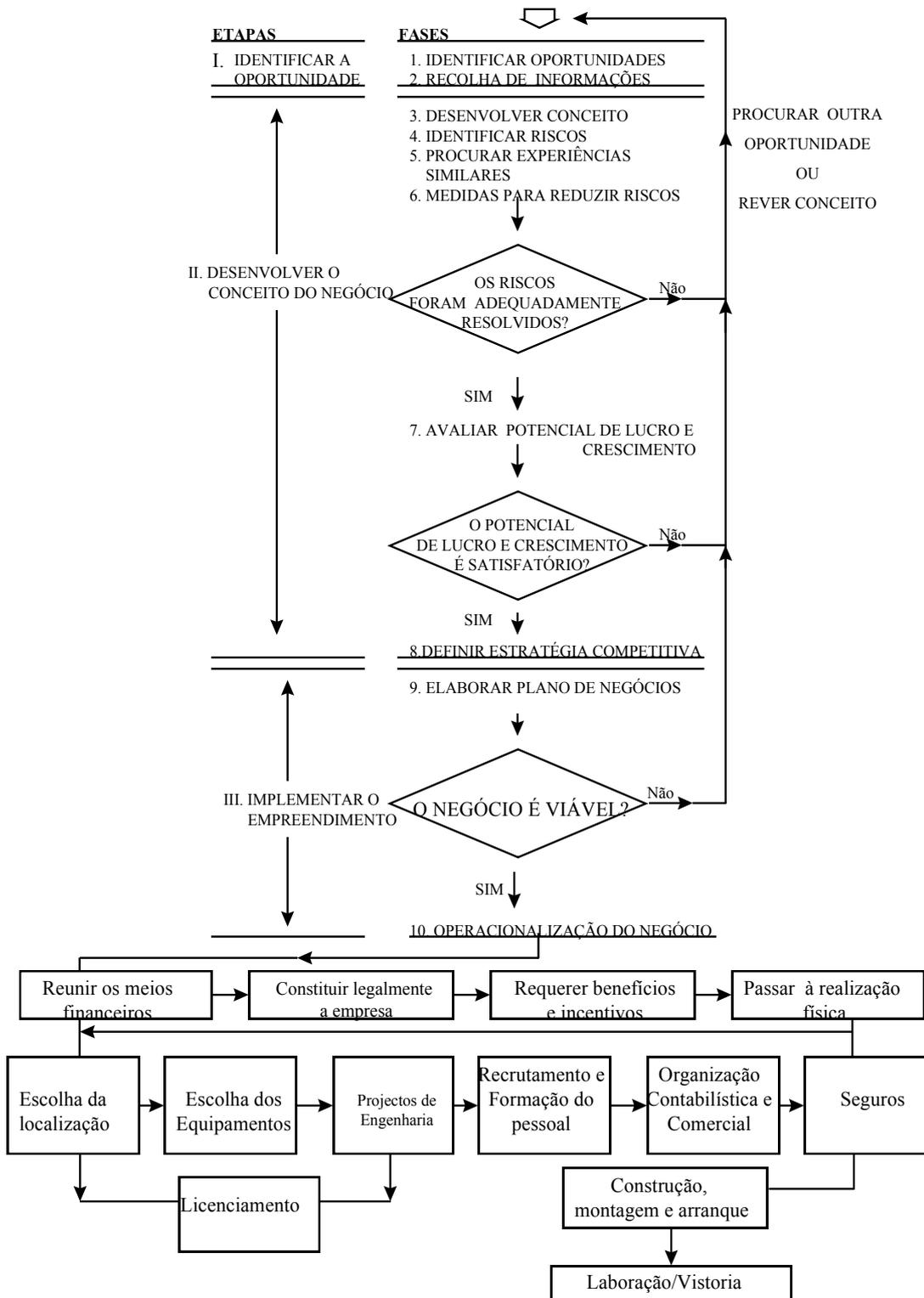
As empresas Unipessoais têm um regime de contabilidade simplificado.

As Sociedades Anónimas têm de ter os seus Relatório & Contas divulgado publicamente, com a aprovação de um Revisor Oficial de Contas.

Assim, antes da criação da empresa, deve-se contactar com infraestruturas de promoção do empreendedorismo, que facultam diversos apoios nomeadamente na fase de constituição da empresa.

O percurso da criação de uma empresa passa por diversas fases:

Figura 3 - Percurso da criação de uma empresa



Fonte: Adaptado de Degen (1989); e, IAPMEI, (1986), in Revista PME, Nº3, III série, Nov/Dez, p. 20.

7. FONTES DE FINANCIAMENTO

As ideias são fundamentais, mas não devem ser descurados os meios financeiros necessários às diferentes fases do projeto (da criação, ao desenvolvimento, crescimento e sustentabilidade da empresa).

Quais as fontes de investimento disponíveis e qual a mais indicada para o meu projeto?

As fontes de financiamento devem adequar-se às necessidades de investimento.

O próprio empreendedor e até os que lhe estão mais próximos (familiares e amigos) são a primeira e mais informal fonte de financiamento. O financiamento formal virá sempre completar ou complementar o autofinanciamento. Geralmente o financiador exigirá uma componente de autofinanciamento, porque o primeiro a financiar o negócio tem que ser o próprio empreendedor.

Para além do financiamento que o empreendedor aporta ao projeto, há geralmente necessidades adicionais de financiamento, que pode ser encontrado nos sistemas de incentivos ou junto de fontes de financiamento presentes no mercado. O empreendedor deve desenvolver uma análise cuidada das necessidades de financiamento, identificar, atempadamente, as alternativas de financiamento adequadas e preparar uma apresentação do seu projeto para garantir o apoio de financiamento junto das entidades selecionadas.

Business Angels: que tipo de ajuda e apoio podem dar à minha empresa?

O Business Angel é um investidor com experiência empresarial, que normalmente faz os seus investimentos em nome individual, preferencialmente em oportunidades nascentes (tipo start-up ou early stage). Para além da sua capacidade financeira, o Business Angel coloca à disposição do empreendedor a sua experiência e rede de contactos, elementos importantes à formação do negócio numa base mais sólida.

Como posso aceder ao financiamento por um “Business Angel”?

Deve fazer a apresentação do seu projeto através do preenchimento de uma ficha de identificação e submetê-la à apreciação das entidades que constituem a FNABA (Federação Nacional de Associações de Business Angels). O site da FNABA disponibiliza as informações necessárias para recorrer a este modelo de financiamento.

Business Angels: onde posso saber mais sobre os BAs existentes?

Pode obter-se informação adicional através dos sites das duas entidades representativas de associações e clubes de Business Angels:

FNABA – Federação Nacional de Associações de Business Angels;

APBA - Associação Portuguesa de Business Angels.

Como posso aceder ao financiamento por uma “Capital de Risco”?

Pode fazer a apresentação do seu projeto através do preenchimento do formulário de candidatura no site da Portugal Ventures e submetê-la à apreciação no âmbito da iniciativa “Call for Entrepreneurship”.

8. INTERNACIONALIZAÇÃO

Na era da globalização a expansão do mercado potencial é a ideia que ocorre de imediato a qualquer empreendedor que tenha em vista o desenvolvimento do seu negócio e como motivação para a internacionalização.

O que ter em conta na decisão de internacionalizar?

Na decisão de entrada num mercado, é fundamental analisar esse mercado e verificar se há espaço para os seus produtos ou serviços e quais as alterações que devem ser introduzidas, para adequar a oferta a cada mercado selecionado.

Quais os aspetos práticos a considerar?

Um aspeto fundamental nas trocas comerciais, a nível internacional, prende-se com as condições de pagamento.

Nas trocas internacionais ocorrem diversos custos, nomeadamente transporte e seguro, sendo importante estabelecer com clareza a distribuição de custos entre a empresa e os seus clientes internacionais. As opções estão consignadas nos termos de comércio internacional (INCOTERMS), publicados pela Câmara de Comércio Internacional (CCI).

Que parceiros podem apoiar a internacionalização?

Um dos parceiros a considerar aquando da internacionalização da sua empresa é a Aicep Portugal Global, E.P.E., Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal. Esta entidade pública tem como objetivos, a promoção da internacionalização das empresas portuguesas e o apoio à sua atividade exportadora entre outros.

9. INFRAESTRUTURAS DE APOIO E PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

Existem diversas infraestruturas de apoio a concretização de um projeto empresarial, distribuídas pelo território nacional. Uma das formas mais comuns de apoio é a Incubação, que diz essencialmente respeito ao processo de acolhimento de novos projetos empresariais.

Quais as infraestruturas de apoio que um empreendedor tem à sua disposição?

Fazem parte do ecossistema empreendedor nacional infraestruturas preparadas para apoiar o desenvolvimento de projetos empresariais nas 3 áreas funcionais básicas. Entre elas:

- IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação;
- BIC – Business and Innovation Centre;
- ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários;
- Aceleradores e Incubadoras
- Centros Tecnológicos;

BIBLIOGRAFIA

CARVALHO, J. (1999), *Cultura Empresarial e Criação de Empresas*, Edições Sílabo, Lisboa

IAPMEI (2016), *Guia Prático do Empreendedor*, Lisboa

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

www.inov.pt/

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

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

<http://www.fjuventude.pt/pt/menu/57/ninhos-de-empresas.aspx>

<https://juventude.gov.pt/Emprego/NinhosdeEmpresas/Paginas/NinhosdeEmpresas.aspx>

<http://www.acreditaportugal.pt>

<http://beta-i.pt>

<http://buildingglobalinnovators.eu>

www.startuplisboa.com

<http://www.fabricadestartups.com>

www.fnaba.org

www.apba.pt

www.apcri.pt

<http://www.portugalventures.pt/pt-pt>

<http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplindex.php?msid=12>

<http://ppl.com.pt/pt>

<https://www.kickstarter.com/>

<https://www.seedrs.com/>