

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI



DOSSIER DO EMPREENDEDOR



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ÍNDICE

NOTAS

	PÁG.
NOTAS INTRODUTÓRIAS	1
PEI – PROJETO PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE: O QUE É?	3
TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA EM PORTUGAL. POSSO FAZÊ-LO?	6

FICHAS

	SEPARADOR
NEGÓCIO EXPERIMENTAR O NEGÓCIO	FICHA 1
PRODUTO	FICHA 2
SERVIÇO	FICHA 3
CLIENTES	FICHA 4
MERCADO	FICHA 5
LOCAL E INSTALAÇÕES	FICHA 6
CONCORRÊNCIA	FICHA 7
COMUNICAÇÃO	FICHA 8
CUSTOS	FICHA 9
VENDAS E RESULTADOS	FICHA 10

AUTODIAGNÓSTICO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS

PÁG.
1

GUIA PARA INICIAR O SEU NEGÓCIO – PASSO A PASSO

	PÁG.
CONSTRUÇÃO DE UM NEGÓCIO	2
1. ESTRUTURA JURÍDICA	6
2. FISCALIDADE	11
3. CONTABILIDADE	15
4. LOGÍSTICA PLANO DE OPERAÇÕES	20
5. PASSOS PARA CONSTITUIR LEGALMENTE UMA EMPRESA	24

O **Dossier do Empreendedor – Apoio à Criação de Negócios** foi adaptado da *Carta de Criação de Negócios para a Inclusão*, criada pela Central Business, no âmbito do projeto K’CIDADE – Programa de Desenvolvimento Comunitário Urbano, com financiamento do EQUAL e da Central Business.

O ACM, I.P. é detentor de todos os direitos de atualização, alteração ou adaptação do **Dossier do Empreendedor – Apoio à Criação de Negócios**.

O **Dossier do Empreendedor – Apoio à Criação de Negócios** foi revisto em março de 2017. A informação constante neste documento não dispensa a consulta de fontes oficiais.

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI



NOTAS INTRODUTÓRIAS



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM

ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

Distam oito anos desde o lançamento do Projeto Promoção do Empreendedorismo Imigrante (PEI), um projeto que procura responder de forma estruturada aos empreendedores migrantes no apoio ao desenvolvimento e implementação de um negócio.

A implementação do PEI só é possível com o papel das entidades promotoras, de cada um dos seus técnicos e dos seus formadores, que possibilitam um acompanhamento integrado, tendo em conta não só o processo de criação de negócio, mas também a identificação de respostas alternativas para a integração do/a migrante sempre que a criação de um negócio não seja a via da sua integração profissional, ou quando a implementação da ideia apresentada, por algum motivo, seja adiada.

Nestes oito anos, e no âmbito das diversas edições do PEI, foram executados, em diversos territórios, 125 cursos «Apoio à Criação de Negócios», atividade central do PEI, permitindo a participação de 2050 pessoas e a criação de 135 negócios.

As ações do ACM, no que respeita ao apoio ao empreendedorismo, centram-se, contudo, não apenas na resposta direta à pessoa migrante, mas também no incentivo e apoio à investigação e estudos neste domínio que nos levem a conhecer melhor a realidade, a tomar decisões adequadas e a executar medidas que vão ao encontro dos migrantes. Assim, e procurando inovar na continuidade, não descuidamos o nosso papel de estarmos atentos às necessidades dos empreendedores e de nos readaptarmos. O PEI foi já avaliado interna e externamente por diversas vezes, o que tem vindo a conduzir a uma reestruturação face às primeiras edições, mas também à adequação do projeto a novos participantes.

A si, que agora inicia um novo percurso de capacitação, certamente assolado com dúvidas e incertezas, veja neste percurso um desafio. Um desafio no qual estaremos ao seu lado, tudo fazendo para minorar as barreiras que possa encontrar, mas igualmente possibilitando que chegue ainda mais longe.

Pedro Calado
Alto-Comissário para as Migrações.

Sejam bem-vindos ao PEI – Projeto Promoção do Empreendedorismo Imigrante.

Tenho uma grande admiração por todas as pessoas que apesar de, por vezes, viverem situações económicas difíceis desejam uma vida melhor para si e para os seus e que são capazes de atravessar continentes, países e oceanos para o fazer.

Uma vida melhor é, para mim, uma melhoria económica, mas também o prazer de se realizar pessoalmente, de se colocar à prova e ter a ousadia de tentar construir o seu próprio destino.

Todas as grandes e as pequenas obras da humanidade começaram assim, na cabeça de uma pessoa e no seu desejo de mudar de alguma forma o mundo.

O PEI é o nosso contributo para esse esforço pessoal e tem um objetivo simples – ajudar as pessoas a desenvolverem as suas capacidades pessoais para concretizar um projeto de negócio.

Na nossa opinião Empreender é fundamentalmente a capacidade e o desejo de agir, de forma persistente, procurando melhorar a sua vida e a dos outros.

Capacidade – são necessárias capacidades para imaginar, concretizar e desenvolver um projeto;

Desejo – ambição, motivação e confiança em si;

Agir – procurar realizar;

Persistência – saber lidar com os obstáculos e com o fracasso, sem desanimar.

O PEI foi desenhado para o ajudar e é um processo prático, durante o qual poderá desenvolver as suas ideias e tentar concretizá-las.

Acreditamos que todas as pessoas são empreendedoras, se viverem num ambiente promotor do seu potencial humano.

É esta a nossa visão e a nossa missão.

Desejos de um excelente trabalho e de bons negócios!

José Soares Ferreira

Autor do PCN - Programa de Criação de Negócios (Produto CE/Equal) e do PEI.

PEI – PROJETO PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE: O QUE É?

O PEI – Projeto Promoção do Empreendedorismo Imigrante tem como principal objetivo a promoção do empreendedorismo junto das comunidades imigrantes, em especial daquelas que não dispõem de uma resposta a este nível na sua zona de residência.

O PEI visa a capacitação de imigrantes para a aquisição de competências empreendedoras, mas também o desenvolvimento de competências pessoais e sociais, a promoção da criação de negócios de forma sustentada, a facilitação de contactos a instituições de apoio à criação de negócios e a formalização de negócios já existentes na economia informal.

Para atingir estes objetivos o PEI disponibiliza-lhe as seguintes atividades:

- Curso «Apoio à Criação de Negócios»;
- Acompanhamento técnico | Reuniões de orientação.

CURSO «APOIO À CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS» – PERGUNTAS FREQUENTES

1. QUAL A DURAÇÃO DO CURSO?

O curso tem a duração de 62 horas e é desenvolvido ao longo de 10 semanas.

2. COMO SE ORGANIZA O CURSO EM TERMOS DE FREQUÊNCIA?

O curso inclui 10 sessões coletivas e 8 sessões individuais. As sessões coletivas acontecem uma vez por semana, ao longo de 10 semanas e cada uma das sessões tem a duração de 3 horas. As sessões individuais acontecem uma vez por semana, ao longo de 8 semanas, tendo uma duração de 4 horas. Cada sessão individual permite que 8 participantes reúnam durante 30 minutos com o/a formador/a. Mediante o agendamento com o/a formador/a e tendo em conta o número de participantes do curso, a presença nas sessões individuais poderá ser mais ou menos regular.

Cronograma:

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10
	SC 1	SC 2	SC 3	SC 4	SC 5	SC 6	SC 7	SC 8	SC 9	SC 10
		SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	SP 5	SP 6	SP 7	SP 8	
Temas das sessões coletivas	Apresentação	Ficha 1 - Negócio	Fichas 2 e 3 - Produto e Serviço	Ficha 4 - Clientes	Ficha 5 - Mercado	Ficha 6 - Local e Instalações	Ficha 7 - Concorrência	Ficha 8 - Comunicação	Ficha 9 - Custos	Síntese escrita (sumário executivo)
	Balanço de competências empreendedoras	Fichas 2 e 3 - Produto e Serviço	Ficha 4 - Clientes	Ficha 5 - Mercado	Ficha 6 - Local e Instalações	Ficha 7 - Concorrência	Ficha 8 - Comunicação	Ficha 9 - Custos	Ficha 10 - Vendas e Resultados	Balanço final
	Ficha 1 - Negócio									Avaliação da ação
	Ficha 1 - Experimentar o Negócio									

Legenda: SC - Sessão Coletiva; SP - Sessão Personalizada

3. TENHO DE ESTAR PRESENTE EM TODAS AS SESSÕES DO CURSO?

Se é portador/a deste dossier terá passado por um processo de candidatura e triagem onde terá assumido o compromisso de frequentar este curso de modo a concluí-lo com sucesso. No final de cada curso será atribuído um Certificado de Frequência (CF) aos participantes que estiveram em, pelo menos, 7 sessões coletivas e 2 sessões individuais. Para não perder os conteúdos do curso sugerimos que esteja presente sempre que possível.

4. O MEU NEGÓCIO TAMBÉM É AVALIADO?

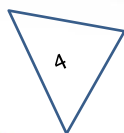
Sim. As sessões coletivas servem para discutir e trabalhar em grupo as variadas temáticas que deverá explorar para constituir o seu negócio. Nas sessões individuais tem a possibilidade de partilhar com o/a formador/a aspetos concretos da sua ideia de negócio e como é que a mesma tem evoluído. Esta partilha permite que o/a formador/a o/a oriente e lhe apresente sugestões de melhoria. Com base em indicadores que permitem aferir a viabilidade e sustentabilidade da ideia de negócio que desenvolveu ao longo do curso o/a formador/a poderá emitir uma Carta de Recomendação (CR) do negócio. Em contrapartida, terá, enquanto participante do PEI, de assinar um Carta de Compromisso (CC) onde demonstra disponibilidade para: acompanhamento posterior ao curso; partilha de informação acerca do desenrolar do seu negócio; ouvir eventuais sugestões por parte do/a orientador/a.

5. PARA QUE SERVE O DOSSIER DO EMPREENDEDOR?

O Dossier do Empreendedor (DE) é um instrumento de apoio ao curso «Apoio à Criação de Negócios», mas é também uma ferramenta útil à construção do seu negócio. O DE contém fichas de trabalho onde deverá escrever as informações que vai obtendo ao longo do curso e nas pesquisas que vai fazendo, com o intuito de o apoiar no desenho da sua ideia de negócio, bem como contém um guia orientador para a formalização do seu negócio. Neste mesmo dossier poderá encontrar informação útil sobre os títulos de residência (ou outros) que o habilitam a trabalhar em Portugal de forma independente. Não se esqueça que este manual foi feito a pensar em si e no trabalho que executará nos próximos tempos. Não se iniba de escrever nas suas páginas de anexar informação que considere relevante.

6. COMO UTILIZAR O DOSSIER DO EMPREENDEDOR (DE)?

O DE pretende ser um instrumento simples e prático que lhe permita facilmente encontrar a informação necessária ou mesmo anexar outros documentos que considere relevantes. Para além destas páginas iniciais onde lhe respondemos a várias questões, existem outros separadores que lhe permitem estruturar a sua ideia de negócio. O separador *FICHAS* contém vários documentos de trabalho, de acordo com o indicado no *ÍNDICE*. Estas fichas seguem, quase todas, o mesmo alinhamento: primeiramente são definidos conceitos em torno de cada um dos temas; de seguida encontra uma ficha com um exemplo onde são feitas várias questões e dadas as respostas de modo a que fique com uma ideia de como irá preencher a sua ficha, que se encontra na página seguinte; por último, existem campos para fazer anotações (ponto de situação sobre o que já fez, o que lhe falta saber, bem como outras anotações). O separador *AUTODIAGNÓSTICO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS* contém um conjunto de afirmações onde terá de se situar face a vários comportamentos ali identificados. O/a formador/a indicar-lhe-á o momento para preencher o documento e os resultados serão analisados conjuntamente. O separador *GUIA PARA INICIAR O SEU NEGÓCIO – PASSO A PASSO* apresenta-lhe várias etapas que tem de concretizar para formalizar e implementar o seu negócio. Por cada tema (ou etapa) são-lhe apresentadas fichas de trabalho com características muito semelhantes às existentes no separador *FICHAS*.



ACOMPANHAMENTO TÉCNICO | REUNIÕES DE ORIENTAÇÃO – PERGUNTAS FREQUENTES

1. QUANDO SE INICIA O ACOMPANHAMENTO TÉCNICO AO EMPREENDEDOR?

O acompanhamento técnico ao empreendedor inicia-se após o término do curso e deverá ser agendado com o/a formador/a. Neste processo de orientação o/a formador/a assumirá a continuidade do apoio prestado durante o curso «Apoio à Criação de Negócios».

2. TODOS OS PARTICIPANTES DO CURSO PODEM BENEFICIAR DE ACOMPANHAMENTO TÉCNICO?

Os beneficiários do apoio técnico posterior ao curso são os participantes do curso a quem foi emitida uma Carta de Recomendação.

3. QUAL A DURAÇÃO DESTAS AÇÕES?

A duração destas ações deverá ser ajustada à real necessidade do/a empreendedor/a. A sua duração e forma como se organizam são determinadas pela entidade promotora do PEI.

4. QUE TIPO DE APOIO É PRESTADO NESTA FASE?

As reuniões de orientação que se realizam após o curso servem para o/a auxiliar na redefinição da sua ideia de negócio (se ainda se justificar), para a identificação dos apoios financeiros ajustados ao negócio que pretende desenvolver e respetivo encaminhamento para as instituições responsáveis e para apoio à gestão do negócio entretanto formalizado.

5. DURANTE O APOIO TÉCNICO POSSO RECEBER CARTA DE RECOMENDAÇÃO (CR)?

A CR é apenas emitida após terminar o curso e antes de se iniciar o acompanhamento técnico ao empreendedor.

6. ONDE SE REALIZAM ESTAS AÇÕES?

O local será a combinar pelas partes (por si e pelo orientador/a). Estas reuniões poderão realizar-se nas instalações da instituição onde se realizou o curso ou em qualquer outro local definido entre as partes.

Para qualquer esclarecimento adicional não hesite em contactar-nos. Estamos disponíveis em gaem@acm.gov.pt e através do n.º 21 810 61 00. Poderá também obter informações atualizadas sobre o PEI em <http://www.acm.gov.pt/-/programa-de-empendedorismo-imigrante-pe-1> e www.facebook.com/empreendedorismoimigrante

A equipa de coordenação do PEI deseja-lhe bons negócios!

TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA EM PORTUGAL. POSSO FAZÊ-LO?

Provavelmente já se questionou se o seu documento de identificação, enquanto imigrante em Portugal, o/a habilita a trabalhar por conta própria. Encontra neste texto informação sobre os títulos de residência (ou outros) que o habilitam a tal. Se, ainda assim, precisar de detalhar melhor esta informação contacte:

- Os Centros Nacionais de Apoio à Integração de Migrantes (Lisboa, Porto e Faro);
- A Linha de Apoio ao Migrante, através dos números 808 257 257 (a partir da rede fixa) ou 218 106 191 (a partir da rede móvel ou da rede fixa);
- Ou o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, através dos números 808 202 653 (a partir da rede fixa) e 808 962 690 (a partir da rede móvel).

RESIDO FORA DE PORTUGAL E PRETENDO TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA NESTE PAÍS

Os cidadãos estrangeiros que pretendam vir para Portugal exercer uma atividade profissional independente (ou seja, qualquer atividade exercida pessoalmente, no âmbito de um contrato de prestação de serviços, relativa ao exercício de uma profissão liberal ou sob a forma de sociedade) deverão solicitar junto do Consulado português no país de origem um visto para obtenção de autorização de residência para exercício de atividade profissional independente ou para imigrante empreendedor.

O **visto de residência para exercício de atividade profissional independente** pode ser concedido ao nacional de Estado terceiro que, entre outros requisitos, possua: i) contrato de sociedade ou proposta escrita de prestação de serviços, ii) declaração emitida pela entidade competente para a verificação dos requisitos do exercício de profissão que, em Portugal, se encontre sujeita a qualificações especiais (quando aplicável).

O **visto de residência para imigrante empreendedor** que pretenda investir em Portugal é emitido ao nacional de Estado terceiro que, entre outros requisitos, possua: i) declaração que realizou ou pretende realizar uma operação de investimento em Portugal, com indicação da sua natureza, valor e duração, e ii) comprovativo de que efetuou operações de investimento, ou iii) comprovativo de que possui meios financeiros disponíveis em Portugal, incluídos os obtidos junto de instituição financeira em Portugal, e da intenção de proceder a uma operação de investimento em território português, devidamente descrita e identificada. O pedido de visto será apreciado tendo em conta, nomeadamente, a relevância económica, social, científica, tecnológica ou cultural do investimento.

CHEGUEI A PORTUGAL COM UM VISTO DE RESIDÊNCIA QUE ME PERMITE TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA

Após o cidadão imigrante entrar em território nacional munido de um visto de residência para exercício de atividade profissional independente ou munido de um visto de residência para imigrante empreendedor, deverá solicitar junto do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras uma **autorização de residência para exercício de atividade profissional independente**.

Para o efeito, terá de reunir determinadas condições gerais e especiais, nomeadamente, i) ter constituído sociedade nos termos da lei, ou declarado o início de atividade junto da administração fiscal e da segurança social como pessoa singular ou celebrado um contrato de prestação de serviços para o exercício de uma profissão liberal, ii) estar habilitado a exercer atividade profissional independente, iii) dispor de meios de subsistência, iv) estar inscrito na Segurança Social e, v) quando exigível, apresentar declaração da ordem profissional respetiva de que preenche os respetivos requisitos de inscrição.

ESTOU EM PORTUGAL E PRETENDO TRABALHAR POR CONTA PRÓPRIA

Excecionalmente, mediante proposta do Diretor Nacional ou por iniciativa do membro do Governo responsável pela área da administração interna, pode ser dispensada a posse de visto de residência válido, desde que se verifique a entrada e a permanência legais em Portugal.

Se é titular de autorização de residência para o exercício de atividade profissional dependente e pretende trabalhar por conta própria, a atual Lei da Imigração prevê a substituição do título de residência.¹

Na legislação portuguesa prevêm-se vários **títulos que permitem o exercício de atividade independente**, nomeadamente:

- Autorização de residência temporária (inominada, i.e., sem indicação da finalidade específica);
- Autorização de residência temporária para exercício de atividade profissional independente;
- Autorização de residência permanente;
- Beneficiários do Estatuto de Residente de Longa Duração adquirido em Portugal;
- Autorização de Residência concedida a titular de Estatuto de Residente de Longa Duração em outro Estado membro da União Europeia;
- Certificado de registo de cidadão da União Europeia;
- Certificado de residência permanente de cidadão da União;
- Cartão de residência de familiar do cidadão da União nacional de Estado terceiro;
- Cartão de residência permanente para familiares do cidadão da União nacionais de Estado terceiro.

LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

- Lei n.º 27/2007, de 4 de julho (regime jurídico de entrada, permanência, saída e afastamento de estrangeiros do território nacional), republicada pela Lei n.º 29/2012, de 9 de agosto e alterada pela Lei n.º 56/2015, de 23 de junho e pela Lei n.º 63/2015, de 30 de junho.

¹ Acerca deste assunto, o artigo 88.º, n.º 5, da Lei n.º 23/2007, de 4 de julho dispõe o seguinte: “O titular de uma autorização de residência para exercício de uma atividade profissional subordinada pode exercer uma atividade profissional independente, mediante substituição do título de residência, sendo aplicável, com as necessárias adaptações, o disposto no artigo seguinte.”

- Decreto Regulamentar n.º 15-A/2015, de 2 de setembro, diploma que procede à terceira alteração ao Decreto Regulamentar n.º 84/2007, de 5 de novembro, alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 2/2013, de 18 de março e pelo Decreto-Lei n.º 31/2014, de 27 de fevereiro.

- Lei n.º 37/2006, de 9 de agosto (lei que regula o exercício do direito de livre circulação e residência dos cidadãos da União Europeia e dos membros das suas famílias – independentemente da nacionalidade – no território nacional).



PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI



FICHAS DE TRABALHO



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM

ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 1**
negócio
/ experimentar
o negócio



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM

ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 1.1 Negócio

Um negócio é uma ideia que se transforma em algo rentável.



NEGÓCIO ▪ É uma ideia que se transforma em algo rentável, que dá lucro. Para que funcione precisa de:

- **Produtos** - Aquilo que os produtores produzem, os fornecedores fornecem, os vendedores vendem e os compradores compram.
- **Serviço** - É a solução do problema e/ou necessidade de um cliente.
- **Clientes** - Aqueles a quem se vende produtos ou serviços.
- **Local e instalações** - Sítio onde o negócio é desenvolvido.
- **Comunicação** - Corresponde à definição da identidade da empresa, imagem do negócio e ao modo de dar a conhecer o negócio para informar e convencer os clientes a preferirem o(s) nosso(s) produto(s) ou serviço(s).
- **Concorrentes** - Quem trabalha para o mesmo tipo de clientes, vende o(s) mesmo(s) produto(s) ou serviço(s) ou vende produtos ou serviços que substituem os nossos.
- **Preço** - Valor de venda ao público dos produtos e serviços.
- **Fornecedores** - A quem se compra o que é preciso para ter um negócio: materiais, produtos, etc.
- **Custos** - Valores que se têm de gastar para ter o negócio em funcionamento.
- **Vendas** - Valores que se conseguem com a venda dos produtos e serviços.
- **Resultados** - Diferença entre as vendas e os custos. É o que sobra das vendas depois de tirarmos os custos.

☒ **Não esquecer:** O NEGÓCIO É COMO UM PUZZLE. É PRECISO JUNTAR AS PEÇAS TODAS COM DEDICAÇÃO, CORAGEM E ESFORÇO.



Quando pretende criar um **NEGÓCIO** é importante, antes da concretização do mesmo, colocar as seguintes perguntas:

- O que pretendo com o negócio? Quais são os objetivos?
- Qual é o tipo de negócio?
- Quais os produtos/serviços que vou vender?
- Quem vão ser os clientes?
- Onde vai ser o local do negócio?
- O que preciso para abrir o meu negócio?
- Quem me vai fornecer esses produtos?
- Quanto dinheiro preciso para implementar o negócio?
- Como vou comunicar e promover o meu negócio?
- Quais são as ameaças (preocupações) e oportunidades (vantagens) do exterior?
- Quais são as forças e fraquezas do meu negócio?
- Quais são os resultados esperados?

O meu negócio **exemplo**

O meu negócio é uma padaria e chama-se “Pão Quente”.

O que pretendo com o negócio? Quais são os objetivos? Pretendo ganhar XXX euros/mês.	Qual é o tipo de negócio? Padaria - Venda de pão ao público.	Quais os produtos e serviços que vou vender? Pão de forma, broas, papos-secos, ...
Quem vão ser os clientes? Famílias do bairro onde se localiza a padaria.	Onde vai ser o local do negócio? Zona de Lisboa - Bairro da Felicidade.	O que preciso para abrir o meu negócio? <u>RECURSOS FÍSICOS:</u> <u>Espaço:</u> Loja com montra e espaço de produção; <u>Materiais:</u> Forno, balcão, estantes, etc. <u>RECURSOS HUMANOS:</u> Padeiro/a e Vendedor/a.
Quem me vai fornecer os produtos? <u>FARINHAS:</u> Empresa “Farinhas, Lda.” <u>FORNO:</u> Empresa “Fornadas, Lda.”	Quanto dinheiro preciso para abrir o negócio? x€ para a loja; y€ para materiais; z€ para equipamento.	Como vou fazer a promoção do negócio? Distribuição de x folhetos no bairro; Afixação de y cartazes em lojas do bairro.



Análise SWOT¹ (Forças/Fraquezas e Oportunidade/Ameaças):

- **Pontos Fortes:** análise dos elementos de força do projeto relativos às características e experiência dos empreendedores e da sua equipa, bem como dos elementos fortes e diferenciadores do negócio;
- **Pontos Fracos:** análise dos elementos de fraqueza do projeto relativos às características e experiência dos empreendedores e da sua equipa, bem como dos relativos ao negócio que precisam de melhoria/desenvolvimento;
- **Oportunidades:** análise de todo o ambiente externo ao empreendedor para identificação de elementos de oportunidade para a implementação do negócio pensado. Esta análise pode ser feita nos clientes, na legislação, na concorrência, na sociedade em geral, etc...;
- **Ameaças:** análise de todo o ambiente externo ao empreendedor para identificação de elementos de ameaça para a implementação do negócio pensado. Esta análise pode ser feita nos clientes, na legislação, na concorrência, na sociedade em geral, etc...;

A análise SWOT é um processo dinâmico e pode e deve ser reavaliado e corrigido no tempo.

Pontos Fortes	Pontos Fracos (a desenvolver)
FORÇAS: Produtos de qualidade e a baixo preço.	FRAQUEZAS: Custos da renda da padaria muito elevados.
Oportunidades (na envolvente)	Ameaças
OPORTUNIDADES VANTAGENS: Moradores descontentes com os horários da concorrência.	AMEAÇAS PREOCUPAÇÕES: Concorrência muito forte, pois pratica preços baixos.

¹ SWOT – S = Strengths (Forças); W = Weaknesses (Fraquezas); O = Opportunities (Oportunidades); T = Threats (Ameças).

O meu negócio

O meu negócio é:

O que pretendo com o
negócio?
Quais são os objetivos?

Qual é o tipo de negócio?

Quais os produtos e serviços
que vou vender?

Quem vão ser os clientes?

Onde vai ser o local do
negócio?

O que preciso para abrir o
meu negócio?

Quem me vai fornecer os
produtos?

Quanto dinheiro preciso
para abrir o negócio?

Como vou fazer a promoção
do meu negócio?

Análise SWOT do meu negócio

Pontos Fortes

**Pontos Fracos
(a desenvolver)**

**Oportunidades
(na envolvente)**

Ameaças

O meu negócio

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:

ficha 1.2 Experimentar o negócio

Experimentar o negócio é fazer um teste ao mesmo antes da sua implementação de modo a validar a ideia, melhorar o produto ou serviço ou redefinir a ideia.

Criar um negócio implica sempre riscos, já que os clientes podem reagir de uma forma diferente daquela que se imaginou.

Uma das melhores formas de reduzir o risco e as perdas é experimentar as ideias junto das outras pessoas, afinal são elas que vão comprar os produtos/serviços.

Quanto mais cedo tal for feito melhor será, já que permite validar a ideia, melhorar o produto/serviço ou mesmo levar à mudança de ideias sem perder dinheiro.

☒ **Não esquecer:** UM BOM PRODUTO É AQUELE QUE VENDE.



Para saber a validade do seu **TESTE** pense no seguinte:

1. O quê?

1.1. Falei sobre a minha ideia	1.2. Testei um exemplar de teste ou protótipo	1.3. Usei um produto final acabado e pronto
Tenho uma ideia (escrita ou não) e peço opiniões. Vantagem: obriga-me a pensar na minha ideia e a explicá-la. Desvantagem: as pessoas podem dizer que gostam, mas depois não compram.	Criei alguns produtos/serviços para experimentar. Vantagem: obriga-me a realizar a ideia, descobrindo como a mesma é realmente feita.	Produzi um produto/serviço final, pronto a ser vendido. Vantagem: para o fazer tive de conhecer todos os pormenores e obtive uma resposta.

2. Como?

2.1. Questionário	2.2. Experimentação/teste	2.3. Venda efetiva
Fiz perguntas sobre o meu produto pessoalmente ou na internet. Vantagem: obriga-me a pensar na minha ideia e a explicá-la. Desvantagem: as pessoas podem dizer que gostam, mas depois não compram.	Os “clientes” podem experimentar o meu produto/serviço, sem custos, como por exemplo, em feiras. Vantagem: obriga-me a realizar a ideia, descobrindo como se faz realmente.	Vendi os meus produtos/serviços numa loja. Vantagem: vou receber sinais efetivos sobre a minha oferta e posso observar o que compram, como compram e a que preço e, mediante isto, ajustar o meu negócio.

3. Quem?

3.1. Eu e família	3.2. Amigos e colegas	3.3. Clientes finais
Fiz o teste comigo e com a minha família. Vantagem: fazer o teste com estas pessoas é fácil e rápido. Desvantagem: existe o perigo de estarmos “viciados” na nossa própria ideia.	Fiz o teste com amigos e colegas. Vantagem: são pessoas que gostam de mim pelo que vão dar uma opinião sincera. Desvantagem: podemos ter um gosto semelhante, o que pode “viciar” o teste.	Fiz o teste em condições reais junto de clientes potenciais. Vantagem: vou perceber quem são os meus clientes, que idades têm, onde moram, o que fazem, do que gostam.

Experimentar o meu negócio **exemplo**

Em cada um dos campos (O quê? Como? Quem?) como posiciono no que respeita ao meu negócio?

1. O quê?	2. Como?	3. Quem?
1.1. Falei sobre a minha ideia	2.1. Questionário	3.1. Eu e a família
1.2. Testei um exemplar ou um protótipo	2.2. Experimentação teste	3.2. Amigos e colegas
1.3. Usei um produto final acabado e pronto.	2.3. Venda efetiva	3.3. Clientes finais

Descreva a experiência e as conclusões a que chegou:

Posiciono-me nos pontos 1.2., 2.2 e 3.2.
Criei várias peças do meu produto e pedi a sete amigos e colegas para o experimentarem.
Das opiniões que recolhi resolvi mudar vários aspetos do meu produto e criar mais cores. Depois disso vou voltar a testar o conceito.

Experimentar o meu negócio

Em cada um dos campos (O quê? Como? Quem?) como posiciono no que respeita ao meu negócio?

1. O quê?	2. Como?	3. Quem?
1.3. Falei sobre a minha ideia	2.1. Questionário	3.4. Eu e a família
1.4. Testei um exemplar ou um protótipo	2.2. Experimentação teste	3.5. Amigos e colegas
1.3. Usei um produto final acabado e pronto.	2.3. Venda efetiva	3.6. Clientes finais

Descreva a experiência e as conclusões a que chegou:

O meu negócio



Ponto de Situação



O que eu já sei ou fiz:



Dúvidas e dificuldades:



Próximos passos:

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

FICHA 2



FICHA DE TRABALHO 2 produto



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 2 Produto

O produto é aquilo que o produtor produz, o fornecedor fornece, o vendedor vende, o comprador compra.

Um produto é um objeto produzido, fabricado ou comprado já feito (pão, móvel, carro, etc.) e é palpável. Por exemplo, um pão pode ser feito no forno e o pão de forma pode ser comprado feito.

Um produto pode ter muitas variedades. Por exemplo, o pão pode ser pão de forma grande ou pão pequeno. O pão pequeno pode ser papo-seco ou pãozinho da avó.

Pode existir um produto principal e um produto secundário (com menos importância). Por exemplo, o produto principal de uma padaria é pão e o subproduto pode ser queijo.

Um produto tem produtos concorrentes que os clientes podem preferir. Por exemplo, se vender papos-secos os produtos concorrentes podem ser o pão cozido a lenha.

Um produto deve ter vantagens em relação a outros produtos. Por exemplo, um pão pode ser mais saboroso ou conservar-se fofo durante mais tempo.

☒ **Não esquecer:** UM BOM PRODUTO É AQUELE QUE VENDE.



Quando se tem **PRODUTOS** para vender é importante colocar as seguintes perguntas:

- Quais são as principais características dos meus produtos?
- Quais são os produtos principais e os produtos secundários?
- Quem vai comprar os meus produtos?
- Quais são os pontos fortes dos meus produtos?
- Quais são os produtos que concorrem com os meus produtos?
- O que posso fazer para os clientes preferirem os meus produtos?

O meu produto **exemplo**

O meu produto é pão. Tenho uma padaria onde produzo o meu pão e vendo diretamente aos clientes.

Quais são os produtos principais e os secundários?

PRODUTOS PRINCIPAIS:

- Pão de forma;
- Pão de lenha.

PRODUTOS SECUNDÁRIOS:

- Queijos.

Quais são as características do(s) meu(s) produto(s)?

PRODUTOS PRINCIPAIS:

Farinha de 1.ª qualidade.

PRODUTO SECUNDÁRIO:

Queijo de cabra amanteigado.

Qual é a utilidade do(s) meu(s) produto(s)?

Complemento de refeição.

Quais as vantagens do(s) meu(s) produto(s)?

Dura mais tempo;
Mais saudável;
Mais saboroso.

O meu produto

O(s) meu(s) produto(s) é (são)

Quais são os produtos principais e os secundários?

Quais são as características do(s) meu(s) produto(s)?

Qual é a utilidade do(s) meu(s) produto(s)?

Quais as vantagens do(s) meu(s) produto(s)?

Ficha de Produto

Descrição dos produtos que planeio comercializar.

Produto	
Características do meu Produto Características físicas e ingredientes principais do meu produto:	
Utilidade Os clientes compram o meu produto porque:	
Vantagens Os clientes vão preferir o meu produto porque:	
Observações Informações adicionais sobre o meu produto:	

Deverá reproduzir esta grelha para cada um dos seus produtos.

O meu produto

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:



PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

FICHA 3



FICHA DE TRABALHO 3 serviço



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 3 Serviço

O serviço é a solução do problema de um cliente.

Num negócio podem ser vendidos produtos e serviços.

Um produto é algo que se vê (objeto) e um serviço é algo que não se vê (faz-se ao cliente). Por exemplo, o produto de uma padaria é o pão e o serviço pode ser a entrega do pão em casa dos clientes.

Existem negócios só de serviços. Por exemplo, um restaurante onde os clientes vão comer à mesa e não vão comprar produtos.

Pode existir um serviço principal e um serviço secundário (que tem menos importância). Por exemplo, o serviço principal de um restaurante é servir às mesas e o secundário é fazer entregas em casa.

Os serviços devem estar organizados por ordem. Por exemplo, deve-se saber o que se faz quando o cliente entra no restaurante: mostrar a lista de comida, receber o pedido, servir os pratos e as bebidas, levantar os pratos, entregar a conta, receber o dinheiro, e depois levantar as mesas, etc...

☒ **Não esquecer:** É ESSENCIAL A QUALIDADE DO SERVIÇO QUE SE PRESTA À/AO CLIENTE E A RELAÇÃO QUE SE TEM COM ELA/E.



Quando se tem um **SERVIÇO** é importante fazer as seguintes perguntas:

- Quais são os meus serviços principais e os secundários?
- Quais são as características do meu serviço?
- Qual é a utilidade do meu serviço?
- Quais são as vantagens do meu serviço?

O meu serviço **exemplo**

Tenho um restaurante onde sirvo comida típica do meu país.

Quais são os serviços principais e os secundários?

SERVIÇO PRINCIPAL:

Serviço de mesa.

SERVIÇO SECUNDÁRIO:

Entrega em casa.

Quais são as características do meu serviço?

Carnes especiais.

Molhos especiais.

Grelhados.

Qual é a utilidade do meu serviço?

Refeição saudável.

Quais as vantagens do meu serviço?

Mais barato do que a média.

Carnes únicas.

O meu serviço

O(s) meu(s) serviço(s) é (são):

Quais são os serviços principais e os secundários?

Quais são as características do meu serviço?

Qual é a utilidade do meu serviço?

Quais as vantagens do meu serviço?

O meu serviço

Descrição dos serviços que planeio comercializar.

Serviço

(designação do serviço)

Características do meu serviço

Características físicas e
ingredientes principais do meu
serviço:

Utilidade

Os clientes compram o
meu serviço porque:

Vantagens

Os clientes vão preferir o meu
serviço porque:

Observações

Informações adicionais sobre o
meu serviço:

Deverá reproduzir esta grelha para cada um dos seus serviços.

O meu serviço

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 4
clientes**

FICHA 4



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 4 Clientes

Os clientes são quem compra os produtos ou os serviços.

Os clientes são o mais importante do negócio; quanto mais satisfeitos estiverem mais vão comprar e passar a palavra e dizer bem do nosso negócio pode originar mais clientes.

Os clientes têm características que se podem agrupar em:

- Pessoas – idade, sexo, profissão, poder de compra, gostos, estilo de vida, outros;
- Empresas – tamanho, atividade, formas de pagamento, localização, outros.

Por exemplo, a uma padaria podem ir mulheres do bairro, adultas, empregadas e com família. Estas compram pão todos os dias e sempre a mesma quantidade. Mas os clientes da padaria também podem ser empresas, tais como mercearias e restaurantes do bairro que fazem encomendas todas as semanas de várias qualidades e de diferentes quantidades de pão.

Os clientes compram os produtos/serviços porque têm vantagens com isso: o preço, a qualidade, o aspeto, etc. Por exemplo, as senhoras do bairro podem preferir uma padaria porque o atendimento é mais rápido e mais barato.

Os clientes podem ainda ser diferenciados pela forma **como se organizam** e pelos **motivos da sua compra**. Agrupar os clientes segundo diversos critérios pode ajudar o negócio a melhor adequar as suas estratégias (direcionadas às especificidades dos clientes).

Quanto à ORGANIZAÇÃO:

- **Clientes particulares:** pessoas individuais que podem adquirir os produtos;
- **Clientes coletivos:** pessoas coletivas (empresas, entidades, associações, etc...) que podem adquirir os produtos.

Quanto à UTILIZAÇÃO DOS PRODUTOS/SERVIÇOS:

- **Clientes consumidores:** adquirem e vão ser eles os utilizadores dos produtos (totalmente ou em parte).
- **Clientes compradores:** adquirem mas não vão utilizar/consumir, compram para outros.

Quanto à FINALIDADE DA COMPRA:

- **Clientes finais:** adquirem para consumo/utilização;
- **Clientes intermédios:** adquirem mas não vão utilizar/consumir, compram para revender ou transformar.

Quanto à TRAJETÓRIA DOS CLIENTES NO RELACIONAMENTO COM O NEGÓCIO:¹

- **Cliente provável:** são possíveis compradores do produto;
- **Cliente potencial:** mostraram interesse pelo produto e podem tornar-se clientes;
- **Cliente experimentador:** cliente que realiza a primeira compra;
- **Cliente fiel:** está satisfeito, repete a compra mas não concentra um valor elevado na marca ou negócio;
- **Cliente repetidor:** repete compra e aumenta o valor e diversidade da marca ou negócio;
- **Cliente advogado:** alto envolvimento com a marca ou negócio recomendando-os a outros.

☒ **Não esquecer:** O CLIENTE TEM SEMPRE RAZÃO.



Quando se tem que conhecer os **CLIENTES** é importante colocar as seguintes perguntas:

- Quem são?
- Onde estão?
- Que necessidades têm? O que é que precisam?
- Porque razão vão comprar os meus produtos ou serviços?
- Quanto estão dispostos a gastar e como?
- Compram de quanto em quanto tempo?

¹ Adaptado de Considine Raphael, “Adventure in relevance marketing”.

Os meus clientes **exemplo**

As minhas principais clientes são mulheres do bairro que têm família.

Quem são?

QUEM COMPRA?

Principalmente mulheres adultas, com família e que trabalham o dia todo: têm pouco tempo; compram só o pão que precisam para o dia; preferem papos-secos.

QUEM CONSUME?

As famílias.

Onde estão?

No bairro onde se localiza a padaria.

Que necessidades têm?

Têm pouco tempo para comprar e se deslocar.

Por que razão vão comprar os meus produtos ou serviços?

Porque o meu pão é de boa qualidade.

Porque a padaria fica num local de passagem.

Compram de quanto em quanto tempo?

Todos os dias de manhã e à noite.

Os meus clientes

Os meus clientes

Quem são?

Onde estão?

Que necessidades têm?

Por que razão vão comprar os meus
produtos ou serviços?

Compram de quanto em quanto tempo?

Os meus clientes

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:



PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 5**
mercado

FICHA 5



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 5 Mercado

O mercado é o local onde os diversos agentes económicos realizam trocas de bens e serviços por unidades monetárias ou por outros bens e serviços.



Quando se tem que conhecer o **MERCADO é importante colocar as seguintes perguntas:**

- Como tem evoluído o mercado nos últimos anos? (em números)
- Quais as tendências de mercado nesta área de negócio?
- Qual é a legislação e regulamentação específica? (caso exista)
- Quais são as entidades responsáveis pelos licenciamentos e certificações? (caso existam)
- Dos diversos participantes neste mercado, quais os maiores influenciadores de consumo e porquê?

O mercado do meu negócio **exemplo**

Ao analisar o meu negócio identifiquei dados importantes tais como empresas concorrentes, mas também os clientes bem como outros agentes que relevam para o desenvolvimento do meu projeto.

Evolução do mercado (números)

Grande crescimento do número e tipologia de padarias.

Aumento do consumo de pão.

Tendências de mercado

Aparecimento de pão com características específicas relacionadas com a saúde e bem-estar dos consumidores.

Muitas variedades de pão e novos conceitos de negócio.

Legislação e Regulamentação

Decreto-Lei 10 /2015 de 16 de janeiro.

Portaria nº 52/2015 de 26 de fevereiro.

Entidades Responsáveis

DGAV

ACIP - Associação do Comércio e da Indústria de Panificação, Pastelaria e Similares

Câmara Municipal

Intervenientes e Influenciadores

Padaria Portuguesa, Fornecedores de Cereais, Nutricionistas e outros profissionais das áreas alimentares e da saúde.

O mercado do meu negócio

Evolução do mercado (números)

--

Tendências de mercado

--

Legislação e Regulamentação

--

Entidades Responsáveis

--

Intervenientes e Influenciadores

--

O meu mercado



Ponto de Situação



O que eu já sei ou fiz:



Dúvidas e dificuldades:



Próximos passos:

Modelo das 5 Forças de Michael Porter¹

Para avaliar o grau de competitividade de cada mercado e a nossa força concorrencial há que analisar cinco aspetos.



Ameaça de uma Nova Entrada:

Devemos avaliar, neste aspeto, o nível de barreiras à entrada de novos concorrentes no mercado. Quanto mais fortes forem as barreiras à entrada de novos concorrentes, maior o poder concorrencial das empresas já fixadas no mercado, o que poderá ser usado como vantagem competitiva.

Exemplos de barreiras à entrada: necessidade elevada de investimento, custos de mudanças elevados, legislação em vigor, necessidades específicas de certificação, tempo de desenvolvimento de produtos/serviços, etc...

Ameaça de Substituição:

Dever-se-á analisar a facilidade com que os clientes encontram outro serviço ou produto que substitua o que é fornecido pelo nosso negócio. Quanto mais diferenciado e atrativo for o nosso produto ou serviço, mais difícil se torna a sua substituição, o que deixa a nossa empresa num estado de vantagem competitiva.

Poder do Fornecedor:

Um fornecedor com muito poder tem mais facilidade em definir o preço daquilo que nos fornece, o que poderá colocar o custo do nosso produto/serviço e colocar em causa a rentabilidade da nossa empresa. Convém, por

¹ Adaptado de Michael Porter, "The Five Competitive Forces That Shape Strategy".

isso, considerar o custo de trocarmos de fornecedor, o tipo de serviço ou produto que nos produz e a força que ele tem para nos controlar. Dependendo de um(a) único (a) fornecedor, fonte de matéria-prima, suporte técnico ou serviços pode ser perigoso.

Poder do Comprador:

Qual a facilidade que os nossos clientes têm para influenciar os nossos preços? Os consumidores com poder podem impactar na descida de preços, no aumento da qualidade do produto ou serviço. Que impacto isto terá na rentabilidade da nossa empresa ou nos custos que praticamos habitualmente? É, pois, importante ter em conta que quanto mais fortes mais fortes são os nossos clientes, mais frágeis estamos perante eles.

Rivalidades entre Concorrentes:

Quanto concorrentes existem e são capazes, ou não, de oferecer o mesmo produto ou serviço? Quanto mais concorrentes existirem, maior é a intensidade da rivalidade e menor é o crescimento da indústria em causa. Ou seja, quanto mais concorrentes existirem, mais frágil será a vantagem da organização ou do produto/serviço que se quer introduzir no mercado. Os concorrentes costumam usar estratégias para afastar os seus concorrentes que passam por descontos, introdução de novos produtos, campanhas publicitárias, melhoria dos seus serviços, entre outras.

Exercício

Ameaça de novas entradas

Ameaça de produtos substitutos

Poder negocial dos clientes

Poder negocial dos fornecedores

Rivalidade entre concorrentes

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 6**
local
e instalações

FICHA 6



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 6 Local e instalações

A localização do negócio é onde estão as suas instalações.

Para escolher o local e as instalações é preciso saber que **tipo de negócio** vai ser criado. Existem vários tipos de instalações de acordo com as **necessidades do negócio**:

- Negócio de venda ao público - **loja/quiosque**. Exemplo: cabeleireiro, sapataria.
- Negócio de fabrico e/ou arranjo de produtos sem venda direta aos clientes - **espaço de trabalho tipo oficina** que pode ser em casa ou numa garagem. Exemplo: arranjos de roupa, marcenaria.
- Negócio de venda ao público e fabrico/arranjos – **espaço de trabalho com montra**. Exemplo: padaria, móveis.
- Negócio de serviços onde o trabalho é feito em casa ou nas instalações do cliente – **espaço para guardar material**. Exemplo: pinturas de casas, serviços de canalização.
- Venda on-line – o **espaço físico poderá ser desnecessário** ou poderá ser necessário um espaço de armazenamento dos produtos. Exemplo: venda de acessórios de moda; venda de artesanato.

Primeiramente é preciso saber quem são os clientes e onde estão, para depois ir ao seu encontro e escolher a melhor localização. Para escolher o local e as instalações é preciso saber também quais as **características da zona**, como por exemplo: Tem possíveis clientes? O espaço está numa rua onde circulam muitas pessoas? Há muita concorrência? O bairro ou a rua tem bons acessos? Etc.

Considerando o referido, é essencial considerar **critérios de localização**. Todos os negócios têm as suas necessidades específicas quanto à localização física ou virtual que vão utilizar. Relativamente à localização física, a escolha de determinado local pode ser determinante no sucesso ou insucesso do negócio, pelo que esta escolha deve ser bem ponderada. Na grelha seguinte encontra-se um conjunto de critérios gerais que podem ser utilizados nesta fase da preparação e também na implementação do negócio, devendo-se identificar os que são mais pertinentes para o conceito de negócio que se pretende implementar.

(A grelha expõe alguns exemplos; podem existir outros mais relevantes para o seu negócio.)

Critérios de localização para negócio de cariz mais “industrial”	Critérios de localização para negócio de cariz mais “comercial”
• Disponibilidade da matéria-prima; • O custo do transporte da matéria-prima até a fábrica; • Localização do mercado alvo e o custo do transporte a partir da fábrica; • Disponibilidade de mão-de-obra; • Recursos energéticos (energia elétrica, água, telecomunicações, combustível industrial); • Infraestrutura (terreno, esgoto, transporte de mão de obra, estradas); • Aspectos fiscais (impostos, incentivos); • Aspectos do meio ambiente (aprovação, custo de tratamento de lixos e desperdícios).	• Condições de segurança da vizinhança; • Facilidade de acesso (transportes públicos e outras facilidades); • Locais para estacionamento; • Movimento de pessoas no local; • Proximidade com o público-alvo (nível, hábitos e rendimento da população local); • Proximidade com fornecedores; • Condições de limpeza e higiene do local; • Proximidade com concorrentes e lojas similares; • Disponibilidade de mão-de-obra; • Proximidade a fábricas, escritórios ou serviços.

Deverá fazer-se ainda um outro exercício relativo à **planta das instalações**. Conforme já mencionado, todos os negócios têm as suas necessidades específicas no que diz respeito às instalações físicas ou virtuais e à forma como os equipamentos ou meios de produção a utilizar serão dispostos, armazenados e utilizados no desenvolvimento do negócio. Este exercício passa por desenhar uma planta do ambiente físico de cada negócio, seja ele uma loja, um armazém, um escritório em casa ou outro espaço ou meio que se ajuste ao conceito do negócio desenvolvido. Após o desenho do espaço e identificação dos equipamentos necessários para o “arranque” do negócio, deverá obter-se, junto de fornecedores de equipamento e mobiliário, o seu valor para se iniciar o cálculo do investimento inicial necessário para o negócio.

☒ **Não esquecer:** A LOCALIZAÇÃO PODE SER O PRINCIPAL FATOR PARA O SUCESSO DO NEGÓCIO.



Quando se tem que escolher a **LOCALIZAÇÃO E AS INSTALAÇÕES** é importante colocar as seguintes perguntas:

- Como é o bairro/rua?
- Onde estão os meus clientes, fornecedores e concorrentes?
- Que tipo de instalações são necessárias?
- Como vou conseguir as instalações? Quanto custam?
- Como vai ser o espaço por dentro e por fora?
- Que materiais preciso de colocar no espaço? Quanto custam?
- Que critérios de localização estão relacionados com o meu público-alvo (clientes)?
- Como vou chamar a atenção dos clientes?

O local e instalações do meu negócio

exemplo

A minha padaria fica na Rua da Alegria do Bairro da Felicidade. As instalações têm duas divisões: uma loja e uma divisão com forno.

Como é o bairro/rua (clientes, concorrentes e fornecedores)?

O BAIRRO: tem muito comércio e movimento de pessoas;

OS CLIENTES: vivem no bairro;

OS CONCORRENTES: vendem no bairro (existe uma padaria na mesma rua);

OS FORNECEDORES: encontram-se a 20 km e fazem a entrega na padaria.

Que tipo de instalações são necessárias? Custo estimado das instalações?

É necessário uma loja com montra e porta para a rua e uma divisão com forno para fazer o pão.

A padaria pode ficar na rua principal perto de uma paragem de autocarro.

A Câmara Municipal vai arrendar-me um espaço e vai custar-me x euros/mês.

Critérios de localização importantes para o meu negócio.

Espaço central no bairro.

Perto de transportes públicos.

Como vai ser o espaço por dentro e por fora?

No interior do espaço estão duas bancadas por detrás do balcão.

No lado exterior vou colocar um letreiro com o nome da padaria e na montra vou colocar o horário de atendimento.

O local e as instalações do meu negócio

O meu negócio localiza-se

Como é o bairro/rua (clientes,
concorrentes e fornecedores)?

Que tipo de instalações são necessárias?
Custo estimado das instalações?

Critérios de localização importantes para
o meu negócio.

Como vai ser o espaço por dentro e por
fora?

O local e as instalações do meu negócio

Ponto de Situação



O que eu já sei ou fiz:



Dúvidas e dificuldades:



Próximos passos:

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 7**
concorrência

FICHA 7



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 7 Concorrência

Os concorrentes trabalham para o mesmo tipo de clientes, vendem o mesmo que nós ou vendem produtos que substituem o nosso.

É muito importante conhecer a concorrência para ganhar vantagens e ganhar clientes.

A concorrência pode trabalhar de várias formas:

- Ter os preços mais baixos;
- Ter produtos/serviços diferentes dos que existem (por exemplo, pão de passas);
- Querer só um tipo de clientes (por exemplo, pessoas da própria rua).

Qualquer concorrente tem forças e fraquezas. É importante conhecê-las para utilizá-las em nossa vantagem.

Por exemplo, uma padaria concorrente pode ter como força a localização porque está numa rua com muito movimento de clientes e pode ter como fraqueza a baixa qualidade do pão e os preços altos.

Existem diversas formas de conhecer e analisar os concorrentes. Esta pesquisa deve ser adaptada à realidade e deve ser sistemática para recolher informações importantes para a definição da estratégia do negócio.

Sugere-se o seguinte exercício quando se trata de loja ou espaço aberto ao público (restauração, vestuário, artesanato, etc.):

- **Identificar os principais concorrentes (diretos e indiretos);**
- **Mapear os concorrentes geograficamente:**
Imprimir um mapa da zona de intervenção do negócio (negócio local) e percorrer a zona assinalando no mapa os concorrentes diretos e indiretos existentes.
- **Conhecer os concorrentes:**
Elaborar uma ficha de observação com os os concorrentes que se pretendem visitar e com os critérios a avaliar, podendo ser seguido o exemplo abaixo. No caso dos concorrentes considerados mais diretos e pertinentes poderá existir uma segunda visita para aprofundar esta análise.

Fatores a observar	Concorrente A	Concorrente B	Concorrente C
Atendimento			
Variedade de produtos			
Horário			
(...)			

Sugestão prática para negócios sem loja aberta ao público (serviços, online, etc...):

1. **Identificar os principais concorrentes (diretos e indiretos).**
2. **Pesquisar sites, facebook e outra informação disponível:**
Utilizar uma ficha de dados para sistematizar os dados gerais dos concorrentes.

3. Contactar com os concorrentes, simulando ser um cliente:

Esta estratégia dá-nos a conhecer a forma de operar dos concorrentes bem como a sua oferta, preços de mercado, tempo de entrega e outros dados importantes para a estratégia futura do negócio.

Utilizar uma ficha de observação para registar estes dados.

Estas técnicas de análise da concorrência podem ajudar-nos a conhecer melhor e a identificar os pontos fortes e os pontos fracos.

☒ **Não esquecer:** PARA GANHAR UM JOGO É IMPORTANTE CONHECER BEM A OUTRA EQUIPA.



Quando se tem que estudar os **CONCORRENTES** é importante colocar as seguintes perguntas:

- Quem são?
- Como são?
- Quais os produtos/serviços que vendem?
- Como vendem?
- A quanto vendem?
- Quais são os seus pontos fortes e fracos?

A concorrência do meu negócio **exemplo**

A minha concorrência são duas mercearias do bairro que também vendem pão.

Quem são?	Quais os produtos/serviços que vendem? Como vendem?
Mercearias do bairro.	Vendem papos-secos, pão de centeio e broas; Vendem na loja, em prateleiras perto das caixas de pagamento, e o pão já está embalado; Fazem entregas ao domicílio.
Quais são os pontos fortes?	Quais são os pontos fracos?
Conseguem ter preços baixos e têm um serviço muito rápido.	A qualidade do pão é fraca e o atendimento é pouco amigável.

A concorrência do meu negócio

Os meus concorrentes

Quem são?

(Identificar 5 concorrentes diretos)

**Quais os produtos/serviços que
vendem? Como vendem?**

Quais são os pontos fortes?

Quais são os pontos fracos?

Os meus concorrentes

Ponto de Situação



O que eu já sei ou fiz:



Dúvidas e dificuldades:



Próximos passos:

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 8**
comunicação

FICHA 8



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 8 Comunicação

Definir a identidade da organização e criar uma imagem para o negócio são dois elementos essenciais no processo de afirmação da organização e do negócio no seu relacionamento com a sociedade. São fatores que potencialmente podem distinguir a organização dos outros intervenientes e facilitar o processo de comunicação.

Identidade da Organização: As entidades devem definir princípios de atuação, visão do negócio e organização para estabelecerem a identidade no relacionamento com a sociedade. Para concretizar este processo são, normalmente, definidos estes três aspetos:

- **Missão:** define o propósito fundamental e a finalidade da organização, ou seja, os motivos pelos quais foi criada. Deve responder às questões: A empresa existe para quê? O que a empresa faz? Para quem?
- **Visão:** representa um estado futuro para a empresa, onde ela deseja chegar, o que quer alcançar. A visão deve ser prática, realista e visível, mostrando a todos onde a empresa quer chegar.
- **Valores:** princípios ou crenças que servem de guia para os comportamentos, atitudes e decisões das pessoas envolvidas na organização para que a empresa exerça sua missão e busque alcançar sua visão

Imagem do negócio:¹ A definição da imagem do negócio é um instrumento importante e obrigatório para afirmar o negócio no mercado e estabelecer uma relação com os vários intervenientes no mercado (clientes, fornecedores, parceiros, concorrentes, entre outros). Este processo concretiza-se com a criação de uma marca e do respetivo logótipo:

- **Marca:** é um sinal que identifica no mercado os produtos ou serviços de uma empresa, distinguindo-os dos de outras empresas. Se a marca for registada, passa o seu titular a deter um exclusivo que lhe confere o direito de impedir que terceiros utilizem, sem o seu consentimento, sinal igual ou semelhante, em produtos ou serviços idênticos ou afins (ou seja, o registo permite, nomeadamente, reagir contra imitações). **Atenção!** Em princípio, o registo apenas protege a marca relativamente aos produtos e aos serviços especificados no pedido de registo (ou a produtos ou serviços afins). Isto significa, por exemplo, que uma empresa que detenha um registo de marca para assinalar computadores pode reagir contra o uso de uma marca igual ou semelhante por uma empresa que preste serviços de reparação de computadores, mas já não o poderá fazer, em princípio, contra a utilização dessa marca por outra empresa que fabrique aspiradores.
- **Logótipo:** é o sinal adequado para identificar uma entidade que preste serviços ou comercialize produtos, distinguindo-a das demais, podendo ser utilizado, nomeadamente, em estabelecimentos, anúncios, impressos ou correspondência. É o modo pelo qual determinada entidade pretende ser conhecida junto do público. O logótipo pode ser constituído por um sinal ou conjunto de sinais suscetíveis de representação

¹ Fonte: Instituto Nacional de Propriedade Industrial (www.inpi.pt)

Promover um negócio é usar uma ou várias formas de o dar a conhecer para informar e convencer os clientes a preferirem os seus produtos ou serviços.

Pode-se fazer a promoção do negócio de várias formas:

- Publicidade externa (montra da loja, cartazes, folhetos, anúncios na rádio, jornais, revistas, televisão, internet, ...)
- Publicidade interna (decoração da loja, destaque dos produtos, serviços especiais, ...)
- Promoções de produtos e serviços (“pague 1 leve 2”, “na compra de pão de leite, tem desconto no pão com chouriço”, ...)

A promoção pode ser feita com vários objetivos:

- Chamar a atenção: “Já abriu a nova padaria no bairro”.
- Despertar o interesse: “Já sabia que existe uma padaria nova de qualidade no bairro?”
- Provocar um desejo: “Vai querer provar os pãezinhos mais deliciosos...”
- Provocar uma ação: “Prove e verá...”

A mensagem a passar deverá ser:

- Simples, para que se perceba bem;
- Diferente, para que seja melhor do que a concorrência;
- Sincera, para que acreditem no que se está dizer;
- Repetida, para que “fique na cabeça” das pessoas.

☒ **Não esquecer:** A PUBLICIDADE É A “CARA” DO NOSSO NEGÓCIO.



Quando se pretende **COMUNICAR OU PROMOVER O NEGÓCIO** é importante colocar as seguintes perguntas:

- Qual a identidade da minha empresa?
- Qual a imagem do meu negócio?
- Qual é o objetivo da promoção?
- A quem se dirige?
- O que se quer que as pessoas pensem?
- Qual a mensagem que se quer passar?
- Onde se quer publicitar?
- Como se vai publicitar?
- Quando se vai publicitar?
- Quanto custa a publicitação?

Comunicar o meu negócio **exemplo**

A minha campanha de lançamento da padaria será feita com a distribuição de folhetos no bairro.

Qual a identidade da minha empresa?

MISSÃO: Melhorar a qualidade do pão na alimentação dos portugueses;

VISÃO: Crescer em número de padarias e funcionários;

VALORES: Valorizar os produtos e as tradições portuguesas.

Qual a imagem do meu negócio?

MARCA: Bom Pão

LOGÓTIPO: Ainda não tenho.

A quem se dirige a promoção do meu negócio? O que se quer que pensem?

DIRIGE-SE A: pessoas do bairro que podem vir a ser meus clientes.

QUERO QUE PENSEM O SEGUINTE: “Esta padaria parece ter pão de qualidade. Tenho de ir lá!”

Qual a mensagem que se quer passar?

“Na nova padaria do bairro o serviço e o pão são de qualidade e a baixo preço”.

Como se vai publicitar?

Através da distribuição de x folhetos.

Os folhetos vão ser distribuídos nas lojas do bairro e colocados nas caixas do correio.

Esta publicitação vai realizar-se uma semana antes de a padaria abrir.

Quando se vai publicitar? Quanto custa?

Uma pessoa vai distribuir os folhetos durante um dia.

Valor de X folhetos produzidos.

Comunicar o meu negócio

Qual a identidade da minha empresa?

--

Qual a imagem do meu negócio?

--

**A quem se dirige a promoção do meu
negócio? O que se quer que pensem?**

--

Qual a mensagem que se quer passar?

--

Como se vai publicitar?

--

Quando se vai publicitar? Quanto custa?

--

Comunicar o meu negócio

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 9**
custos

FICHA 9



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 9 Custos

Os custos são os valores que se têm de gastar para ter o negócio em funcionamento.

Para iniciar um negócio é preciso fazer um investimento inicial - o que é necessário para arrancar com o negócio. Por exemplo, para a padaria iniciar a atividade é preciso instalações (loja e espaço para fabrico, implicando o pagamento de 2 meses de renda), matérias-primas (farinhas) e ferramentas (pás, forno).

Para um negócio funcionar é preciso gastar dinheiro todos os meses em diferentes tipos de custos:

1. Custo dos produtos vendidos (matérias-primas e ferramentas) – *o que é preciso para fazer o pão;*
2. Salários, Segurança Social, Subsídio de Alimentação – *pessoas que fazem o pão;*
3. Renda e alugueres – *instalações da padaria;*
4. Eletricidade – *outros custos com instalações da padaria;*
5. Água – *outros custos com instalações da padaria;*
6. Telefone – *outros custos com instalações da padaria;*
7. Limpeza – *outros custos com instalações da padaria;*
8. Promoção – *produção e distribuição de x folhetos;*
9. Transporte – *combustível e prestação da carrinha para transporte e entrega do pão;*
10. Prestações e juros de empréstimos – *empréstimo do microcrédito e prestações do forno;*
11. Seguros – *seguro de acidentes de trabalho e seguro da padaria;*
12. Outros – *outros custos com a padaria.*

Os custos podem dividir-se em custos fixos e custos variáveis.

1. CUSTOS FIXOS: são custos que se têm de pagar todos os meses. As vendas podem variar mas os custos fixos são sempre os mesmos. Por exemplo, pode-se vender mais pão em janeiro e menos pão em fevereiro mas todos os meses se paga o mesmo de renda da padaria.
2. CUSTOS VARIÁVEIS: são custos que dependem do volume de vendas ou da atividade. Por exemplo, se se vai produzir mais pão é necessária mais farinha, logo o valor a pagar ao fornecedor é superior ao pago habitualmente.

O custo dos produtos vendidos é o que se gasta com cada produto ou serviço (gastos com mão-de-obra, com a utilização e compra dos materiais para produção). Por exemplo: o custo dos papos-secos é o valor de 2 horas de mão-de-obra, 1 hora de utilização do forno, 10 kg de farinha.

É importante saber qual o custo dos produtos vendidos para se saber qual é o melhor preço de venda ao público. O preço de venda ao público tem que ser maior do que o custo dos produtos vendidos para que se tenha uma margem de lucro.

☒ **Não esquecer:** É ESSENCIAL TER O MÍNIMO DE CUSTOS FIXOS POSSÍVEL.



Quando se tem que controlar os CUSTOS é importante colocar as seguintes perguntas:

- Qual é o investimento inicial?
- Quais são os custos mensais com o meu negócio?
- Quais são os custos fixos? Quais são os custos variáveis?
- Qual é o custo dos produtos vendidos?

Os custos do meu negócio **exemplo**

O principal custo fixo da padaria é a renda e o principal custo variável é a farinha.

Investimento inicial			
Quantidade	Descrição	Valor	Mês
1	Viatura ligeira	€14.000,00	3
5	Computadores	€5.000,00	3
3	Meses de caução Renda	€1.500,00	0
	Fundo de maneio	€2.500,00	1
	Total	€23.000,00	

Custos fixos			
Quantidade	Descrição	Valor mensal	Observações
1	Renda	€700,00	
2	Salários	€1.500,00	
1	Contabilista	€100,00	
2	Seguros	€50,00	
1	Prestação do empréstimo	€450,00	
	Total	€2.800,00	

Custos variáveis			
Quantidade	Produto 1 - Bitoque	Valor	Observações
100g	Batatas	€0,20	
100g	Carne	€1,10	
50g	Arroz	€0,10	
100g	Salada	€0,10	
Estimativa	Óleo	€0,05	
Estimativa	Gás	€0,10	
5g	Temperos	€0,05	
	Total	€1,70	

Os custos do meu negócio

[illegible]

Custos fixos			
Quantidade	Descrição	Valor mensal	Observações
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
	Total	€	

Custos variáveis (relacionados diretamente com as vendas)			
Quantidade	Produto 1 - _____	Valor	Observações
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
		€	
	Total de custos do produto 1	€	

Nota: Deverá replicar esta tabela para os vários produtos que vende e relacionar com os dados da ficha de produto/serviço.

Os custos do meu negócio

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:



PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**FICHA DE
TRABALHO 10**
vendas
e resultados

FICHA 10



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ficha 10.1 Vendas

As vendas são o resultado do negócio; correspondem aos valores que se obtêm pela comercialização dos produtos e serviços.

Vendas é o que se obtém com a venda de produtos/subprodutos e de serviços. As vendas devem cobrir todos os custos.

É preciso fazer uma **previsão de vendas** com o objetivo de calcular quanto se irá vender no futuro. As previsões de vendas “adivinham” a quantidade de produtos/serviços que se acha que vai vender e devem ser realistas, porque muitas vezes o que estamos à espera não acontece.

As previsões de vendas podem ser feitas tendo em conta:

- O número de clientes que pensamos que vamos ter (*Na padaria vão entrar 20 pessoas por dia*).
- A quantidade de produtos/serviços que pensamos que os clientes vão comprar (*Em média, cada pessoa vai comprar 3 pães*).
- Os limites da produção do negócio (*A padaria só tem capacidade para produzir 100 pães por dia*).
- A época de vendas – subida ou descida da procura em determinados dias ou alturas do ano. Por exemplo vendem-se mais gelados no Verão. (*Na padaria vende-se mais ao fim-de-semana*).

☒ **Não esquecer:** GRÃO A GRÃO ENCHE A GALINHA O PAPO.



Quando se tem que fazer a previsão de VENDAS é importante colocar as seguintes perguntas:

- Qual é a previsão de vendas, mensal e anual, para produtos/subprodutos e serviços?
- Qual é o crescimento previsto das vendas anuais?

As vendas do meu negócio **exemplo**

O produto que vendo mais é o papo-seco, o subproduto é o pastel de nata e o serviço é a entrega do pão ao domicílio.

Vendas			
Quantidade/Mês	Descrição	Valor unitário	Total/Mês
1000	Pão 50g	€0,50	€500,00
200	Pão integral 50g	€0,60	€120,00
500	Pastel de nata	€0,80	€400,00
	Total	€1,90	€1020,00

As vendas do meu negócio

Qual é a previsão de vendas mensal para produtos/subprodutos e serviços?

Vendas			
Quantidade/Mês	Descrição	Valor unitário	Total/Mês
		€	€
		€	€
		€	€
		€	€
		€	€
		€	€
		€	€
	Total	€	€

ficha 10.2 Resultados

Os resultados são o reflexo da atividade do negócio. Correspondem aos valores que se obtêm com a venda dos produtos e serviços, subtraindo os custos.

Os resultados do negócio podem ser positivos (Lucro) ou negativos (Prejuízo).

- O lucro é quando o valor que se ganha com o negócio é maior do que o que se gasta.
- Há prejuízo quando o valor que se ganha com o negócio é menor do que o que se gasta.

Cálculo do Lucro ou Prejuízo = Vendas - Custos Totais

É importante saber quanto é que se ganha ou perde com a venda de cada produto ou serviço, o que se chama a margem do produto. Com a margem fica-se a saber quais são os produtos ou serviços que mais compensa vender, onde se tem mais lucro. **Atenção:** às vezes os produtos que têm mais lucro não são os que mais se vendem.

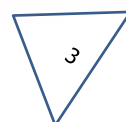
Cálculo da margem do produto = Preço de venda ao público - Custo dos produtos vendidos

☒ **Não esquecer:** TODOS OS CÊNTIMOS CONTAM.



Quando se tem que controlar os **LUCROS** é importante colocar as seguintes perguntas:

- Quais vão ser os resultados?
- Qual a margem que tenho com os produtos e serviços?



Os resultados do meu negócio **exemplo**

Tenho lucro com a venda dos papos-secos e tenho prejuízo com a venda dos pastéis de nata.

Quais vão ser os resultados?

	Total custos fixos (1)*	Total custos variáveis (2)*	Total de custos (1+2=3)	Valor das vendas (4)**	Lucro ou prejuízo (4-3)
Total	F	V	F-V=C	V	V-C

* Recolher informação na Ficha 9 – Custos.

** Recolher informação na Ficha 10 - Vendas e resultados.

Resultados	
Custos	Valor
Total de custos fixos	€100,00
Total de custos variáveis	€55,00
Total de custos	€155,00

Receitas	Valor
Total de receitas	€205,00

Resultados	
Resultados mensais sem impostos	€50,00
Resultados anuais sem impostos	€600,00

Os resultados do meu negócio

Quais vão ser os resultados?

	Total custos fixos (1)*	Total custos variáveis (2)*	Total de custos (1+2=3)	Valor das vendas (4)**	Lucro ou prejuízo (4-3)
Total					

* Recolher informação na Ficha 9 – Custos.

** Recolher informação na Ficha 10 – Vendas.

Resultados	
Custos	Valor
Total de custos fixos	€
Total de custos variáveis	€
Total de custos	€
Receitas	Valor
Total de receitas	€

Resultados	
Resultados mensais sem impostos	€
Resultados anuais sem impostos	€

Vendas e Resultados

Ponto de Situação



O que eu já sei ou fiz:



Dúvidas e dificuldades:



Próximos passos:

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

AUTODIAGNÓSTICO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM

ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

Autodiagnóstico de Competências Empreendedoras

Modelo em Árvore de desenvolvimento de competências empreendedoras ¹

O perfil desejável do/a empreendedor/a é composto por 6 competências-chave: Autoconfiança, Iniciativa, Organização, Resiliência, Inovação e Relacionamento Cooperativo. Tendo em conta cada uma destas competências-chave, assinale se se identifica mais com o comportamento A, B, C ou D.

AUTOCONFIANÇA

Descrição – Encara com otimismo as situações e enfrenta a incerteza/risco, confiando nas suas capacidades. Gosta de desenvolver as suas próprias ideias/projetos.

A	B	C	D
Não manifesta as suas ideias nem desenvolve qualquer ação sem ser orientado.	Manifesta as suas ideias, mas não desenvolve ações com medo de errar. Pede frequentemente instruções.	Expõe as suas ideias com clareza, mas reage mal a críticas e sugestões. Desenvolve ações com autonomia mas seguindo as regras.	Manifesta as suas ideias e defende-se sem agressividade. Pede e aceita sugestões. Desenvolve ações/experiências com autonomia.

INICIATIVA

Descrição – Atua frequentemente por iniciativa própria antes de receber ordens/instruções ou em reação aos acontecimentos.

A	B	C	D
Não toma qualquer iniciativa, mesmo quando é pressionado.	Toma iniciativa quando recebe instruções para o fazer.	Toma iniciativas de forma autónoma.	Toma iniciativa de forma autónoma, antecipando problemas.

ORGANIZAÇÃO

Descrição – É capaz de reunir e mobilizar recursos diversos (humanos, sociais, materiais, etc.) de forma estruturada e sistemática com um objetivo. Determina as prioridades das tarefas e controla o seu cumprimento.

A	B	C	D
Não utiliza os recursos disponíveis (humanos, sociais, materiais, etc.) nem estabelece prioridades na sua ação.	É capaz de organizar um conjunto de tarefas, estabelecendo um plano simples, sequencial e coerente.	Organiza um conjunto de tarefas num plano coerente no tempo, inventariando os recursos necessários para a sua execução.	É capaz de mobilizar e integrar outros recursos para desenvolver um projeto com êxito. É capaz de criar prioridades e cumpri-las.

¹ Tree Model [®]

RESILIÊNCIA

Descrição – Lida com problemas e obstáculos mantendo o equilíbrio e persistindo no alcance dos objetivos.

A	B	C	D
Lida mal com os obstáculos, desorganizando-se ou desistindo das suas opiniões/ações.	Desiste facilmente face a contrariedades, não procurando compreendê-las/resolvê-las.	Resiste às pressões e contrariedades, procurando manter os seus objetivos.	Mantém a calma e a focalização nos objetivos, mesmo em ambientes desestruturados/adversos, procurando resolver/tornear os problemas.

INOVAÇÃO

Descrição – Aplica ou usa novas ideias e/ou métodos não convencionais para resolver um problema ou uma tarefa.

A	B	C	D
Segue regras e /ou instruções, não revelando curiosidade por novas formas de “fazer”.	Manifesta ideias de melhoria, mas não concebe/tenta a sua aplicação prática.	Aceita experimentar novas ideias/processos para resolver um problema.	Procura novas abordagens para obter novos resultados/desempenhos. Procura melhoramentos constantes.

RELACIONAMENTO COOPERATIVO

Descrição – Estabelece relações interpessoais para atingir objetivos comuns.

A	B	C	D
Desenvolve as suas tarefas de forma isolada. Os seus interesses sobrepõem-se a todos os outros.	Procura atingir os seus objetivos, usando os outros, mas não considerando os seus interesses.	Trabalha em grupo, tendo uma atitude negocial de vantagens mútuas.	Trabalha em grupo, em torno de objetivos comuns. Nos seus projetos procura que existam vantagens para todos os participantes.

Registo

Assinale com um x os comportamentos com que se identificou dentro de cada uma das competências empreendedoras.

Competências empreendedoras	A	B	C	D
AUTOCONFIANÇA	☐	☐	☐	☐
INICIATIVA	☐	☐	☐	☐
ORGANIZAÇÃO	☐	☐	☐	☐
RESILIÊNCIA	☐	☐	☐	☐
INOVAÇÃO	☐	☐	☐	☐
RELACIONAMENTO COOPERATIVO	☐	☐	☐	☐

PROJETO PROMOÇÃO
DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

PEI

**GUIA
PARA INICIAR
O SEU NEGÓCIO**
passo a passo



REPÚBLICA
PORTUGUESA



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES, I.P.

ÍNDICE

	PÁG.
CONSTRUÇÃO DE UM NEGÓCIO	2
1. Estrutura jurídica	6
2. Fiscalidade	11
3. Contabilidade	15
4. Logística Plano de operações	20
5. Passos para constituir legalmente uma empresa	24

NOTAS AO GUIA PARA INICIAR O SEU NEGÓCIO:

Os valores e/ou custos bem como outras informações inerentes à criação e manutenção de um negócio indicados neste guia não dispensam a consulta de fontes oficiais.

Construção de um negócio

“Vou avançar! E agora o que tenho de fazer para criar o meu negócio?”

Agora que já tomei a decisão de avançar com o meu negócio, com base em toda a informação que fui recolhendo ao pensar no meu produto, nos meus clientes, qual a melhor localização, quais são os meus concorrentes, na forma de dar a conhecer a minha empresa, nas estimativas de vendas, nos custos, no investimento inicial e, finalmente, nos resultados do meu negócio, chegou o momento de pensar em todos os passos necessários para constituir a minha empresa. Estes podem ser divididos em:

- 1) **ESTRUTURA JURÍDICA** – Qual é a forma legal que quero para a minha empresa?
- 2) **FISCALIDADE** – Quais são os impostos que tenho que pagar ao Estado?
- 3) **CONTABILIDADE** – Como registar e organizar as contas da minha empresa?
- 4) **PLANO DE OPERAÇÕES** – Como vou a organizar a minha empresa?
- 5) **PASSOS PARA CONSTITUIR LEGALMENTE UMA EMPRESA** – O que é preciso fazer para constituir legalmente a minha empresa?

Mas por onde começar? Há tarefas que podem ser realizadas em paralelo (ao mesmo tempo) e há tarefas que são sequenciais (uma depois da outra). O melhor é vermos todas as tarefas juntas, para percebermos quais estão dependentes de outras e qual o tempo que levam. [Ver o quadro da página seguinte.]



Antes de iniciar a **CONSTRUÇÃO DO MEU NEGÓCIO** é importante colocar as seguintes perguntas:

- Como me vou a organizar nesta fase? Vou ter uma pasta? Vou arranjar um caderno para fazer apontamentos? Vou marcar as datas de cada um dos passos numa agenda?
- Em quanto tempo quero abrir as portas do meu negócio?
- Quais são todas as tarefas que tenho de realizar para abrir o negócio? Posso fazer uma lista?

A construção do meu negócio **exemplo**

“Vou avançar! E agora o que tenho de fazer para criar o meu negócio?”

Tarefas	Janeiro					Fevereiro					Março				
	Semana					Semana					Semana				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1) Estrutura jurídica															
Escolher uma forma jurídica															
Falar com os potenciais sócios															
2) Fiscalidade															
Perceber os diferentes regimes fiscais															
3) Contabilidade															
Falar com o TOC (Técnico Oficial de Contas)															
Requisitar Livro de faturas															
4) Plano de operações															
Definir o plano de operações															
Iniciar as operações															
5) Constituição da empresa															
Recolher toda a documentação															
Registo da empresa															

Nesta fase vou ter que organizar muitas ideias, relacionar-me com diversas pessoas e tratar de alguns papéis pelo que será útil guardar toda a documentação recolhida e apontar informações importantes.

A construção do meu negócio

O que tenho de fazer:

O Meu Planejamento¹

[illegible]

¹ O calendário de planeamento e o período das tarefas deverá ser ajustado ao negócio.

A construção do meu negócio

Ponto de Situação

O que eu já sei sobre a construção de um negócio

Na ficha *“Construção de um negócio”* quais são as etapas e aspetos mais relevantes?



As minhas notas

1 Estrutura Jurídica

“Qual o tipo de empresa que quero constituir: sociedade ou empresário em nome individual?”

Para ter um negócio é necessário que o mesmo esteja constituído formalmente, isto significa que o devo registar nas entidades competentes para que seja legalmente reconhecido.

Mas antes de o registar devo definir qual é o tipo de empresa que mais me convém em relação aos seguintes aspetos:

- 1) PROPRIETÁRIOS DO NEGÓCIO: Será que devo desenvolver a atividade sozinho (empresa singular) ou devo associar-me com outras pessoas (empresa coletiva)?
- 2) O CAPITAL SOCIAL: Com quanto dinheiro estou a pensar entrar no negócio? Tenho capital próprio ou estou a contar com sócios ou com outras fontes (exemplos: família, entidades bancárias)?
- 3) O REGIME DE RESPONSABILIDADE: Qual é a responsabilidade que quero assumir pelas dívidas da empresa: limitada ao capital que investi ou ilimitada (para além do capital que investi)?
- 4) OBRIGAÇÕES FISCAIS: O que é que devo pagar ao Estado?
- 5) TRÂMITES E CUSTOS DA CONSTITUIÇÃO DO NEGÓCIO: Quais são os passos para criar a minha empresa? Quando se trata de Empresário em Nome Individual o processo é muito mais simplificado do que para uma Sociedade e o custo é também menor.

A estrutura jurídica de uma empresa é um aspeto muito importante, já que determina a forma de funcionamento da mesma. Por exemplo, se quero criar uma padaria com um amigo (um sócio) temos que criar uma sociedade e para isso precisamos de ter capital social, embora este possa ser fixado livremente. As sociedades por quotas e unipessoais por quotas não podem ser constituídas com capital social inferior a €1,00 por cada sócio. (Fonte: www.portaldaempresa.pt)



Quando se está a pensar na **FORMA JURÍDICA DA EMPRESA** é importante colocar as seguintes perguntas?

- Pretendo desenvolver este projeto sozinho ou associar-me com outras pessoas?
- Qual é o dinheiro disponível para iniciar esta empresa?
- De onde vem o dinheiro: de mim, de sócios ou de entidade(s) financeira(s)?
- Qual é o tipo de responsabilidade que quero assumir perante as dívidas da empresa: limitada ou ilimitada?

O quadro seguinte apresenta as formas jurídicas mais utilizadas e as respetivas características:

	Empresário em nome individual	Sociedades	
		Unipessoal	Por quotas
N.º de empresários	1	1	2 ou +
Capital social mínimo	€0,00	Livre ²	
Responsabilidade	Ilimitada	Limitada	
Obrigações fiscais	IRS IVA Segurança Social (isento no 1.º ano de atividade)	IRS IVA Segurança Social	
Custos de constituição	0	A confirmar junto da entidade responsável	

² Exceto em empresas reguladas por legislação especial. O valor das quotas de cada um dos sócios não poderá ser inferior a €1,00.
FONTE: <https://bde.portaldocidadao.pt/>

A estrutura jurídica do meu negócio **exemplo**

“A minha empresa é uma padaria. Somos dois sócios, por isso vamos criar uma Sociedade.”

Vou criar a empresa sozinho ou com alguém?

Atualmente somos dois: o meu amigo António e eu.

Qual é o dinheiro de que dispomos para iniciar a empresa: Dinheiro próprio? Dinheiro de sócios? Ou vamos pedir um empréstimo?

O dinheiro é capital próprio dos sócios.

Qual é o tipo de responsabilidade, perante as dívidas, que pretendemos para a empresa?

Queremos responsabilidade limitada.

Quais são as nossas responsabilidades fiscais? O que temos de pagar ao Estado?

- IRC
- IVA
- Segurança Social

Que passos temos de dar para criar legalmente a nossa padaria? E quanto vai custar?

- Criar uma sociedade por quotas;
- O custo é de €360,00.³

³ Valor de referência para constituição de uma “Empresa na Hora”, podendo acrescer outros montantes. Mais informações em www.empresanahora.mj.pt

A estrutura jurídica do meu negócio

Vou criar a empresa sozinho ou com alguém?

--

Qual é o dinheiro de que disponho para iniciar a empresa: Dinheiro próprio? Dinheiro de sócios? Ou vamos pedir um empréstimo?

--

Qual é o tipo de responsabilidade, perante as dívidas, que pretendo para a empresa?

--

Quais são as minhas responsabilidades fiscais? O que tenho de pagar ao Estado?

--

Que passos tenho de dar para criar legalmente a minha empresa? E quanto vai custar?

--



A estrutura jurídica do meu negócio

Ponto de Situação

 **O que eu já sei ou fiz:**

 **Dúvidas e dificuldades:**

 **Próximos passos:**

2 Fiscalidade

“Tenho contas para pagar ao Estado e não posso esquecê-las!”

A Fiscalidade inclui todos os pagamentos que uma empresa faz ao Estado. Dividem-se em:

- 1) IMPOSTO SOBRE O RENDIMENTO: É o imposto que as empresas têm que pagar ao Estado sobre o lucro que obtiveram.
 - Nas Sociedades é calculado o **IRC (Imposto de Rendimento das Pessoas Coletivas)**, onde se aplica uma taxa ao lucro obtido pela empresa.
 - Nos Empresários em Nome Individual é calculado o **IRS (Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares)**; os seus rendimentos serão englobados nos rendimentos do agregado familiar e será calculado o IRS como o de uma pessoa particular.
- 2) IVA - IMPOSTO SOBRE O VALOR ACRESCENTADO: As empresas cobram IVA aos seus clientes e pagam IVA aos seus fornecedores. Se o IVA cobrado aos clientes é superior ao IVA pago os fornecedores então a empresa tem que pagar essa diferença ao Estado. Se o IVA pago aos fornecedores é superior ao IVA cobrado aos clientes então a **o Estado reembolsa ao empresário essa diferença**. Existem atividades isentas de IVA.
- 3) CONTRIBUIÇÕES PARA A SEGURANÇA SOCIAL: Corresponde ao valor a pagar ao Estado sobre o salário dos trabalhadores. Tem que ser pago até o dia 15 de cada mês. Está dividido em duas partes:
 - Uma paga pela empresa;
 - Outra paga pelo trabalhador, mas que a empresa retém diretamente do seu salário;
 Os valores são diferentes conforme se trate de empregados ou sócio da empresa.

Existem algumas diferenças em relação à fiscalidade, conforme se trate de Empresários em Nome Individual ou de Sociedades, nomeadamente: valor a pagar em impostos e contribuições para a segurança social. O modo de apresentação da contabilidade também pode variar: contabilidade organizada (obrigatoriedade de ter um contabilista) ou regime simplificado.



Quando se está a pensar na **FISCALIDADE** da empresa é importante colocar as seguintes perguntas:

- Qual é o imposto que melhor se aplica ao meu negócio: IRC ou IRS?
- Será que a minha atividade está isenta de IVA?
- Quem são os empregados da minha empresa? São os próprios sócios ou contratei outras pessoas?
- Quais são as taxas da Segurança Social para cada caso?

A fiscalidade do meu negócio **exemplo**

“A padaria tem contas a pagar ao Estado como qualquer empresa. Quais são estas contas?”

Qual é o imposto que vou pagar:
IRS ou IRC?

Como se trata de uma sociedade vamos pagar IRC – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas.

Qual a taxa sobre o rendimento
que vamos pagar?

Como vamos ter contabilidade organizada a taxa sobre o rendimento é de x %.

A nossa atividade está isenta de
IVA?

Não.

Qual a taxa de Segurança Social
que vamos ter de pagar ao Estado?

Os trabalhadores da padaria são apenas o meu sócio e eu. Vamos pagar x % do salário-base. (A empresa paga x % e o trabalhador paga x %.)

A fiscalidade do meu negócio

Qual é o imposto que vou pagar:
IRS ou IRC?

--

Qual a taxa sobre o rendimento
que vou pagar?

--

A minha atividade está isenta de
IVA?

--

Qual a taxa de Segurança Social
que vou ter de pagar ao Estado?

--

A fiscalidade do meu negócio

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:

3 Contabilidade

“A contabilidade é registar e organizar todas as contas da minha empresa para poder ter um melhor controlo.”

A Contabilidade é o registo de todas as operações realizadas pela empresa com a finalidade de prestar contas aos sócios e ao Estado. Este registo está regulamentado por lei e deve cumprir com um conjunto de regras pré-estabelecidas, pelo que é recomendado a contratação de um TOC – Técnico Oficial de Contas, pessoa que nos vai a ajudar a organizar a contabilidade da empresa.

A organização contabilística pode ser feita de duas formas:

- 1) Regime Simplificado (não obriga a ter TOC – Técnico Oficial de Contas);
- 2) Contabilidade Organizada (obriga a ter TOC).

O tipo de **Organização Contabilística** é diferente consoante a estrutura jurídica que escolher:

Estrutura jurídica da empresa	Organização contabilística – tipo de regime		Deduções
ENI – Empresário em Nome Individual	REGIME SIMPLIFICADO	Com um montante anual ilíquido de rendimentos inferior a €200.000,00 dispensa-se a contabilidade organizada não sendo necessário ter um TOC. O empresário poderá, ainda assim, optar pelo regime de contabilidade organizada ou solicitar a alteração do tipo de regime, devendo-se observar os períodos próprios para o efeito.	No regime simplificado não é possível deduzir as despesas que se têm com a atividade.
	CONTABILIDADE ORGANIZADA	Com um montante anual ilíquido de rendimentos igual ou superior a €150.000,00 é obrigatório o regime de contabilidade organizada.	As despesas da atividade, incluindo os custos com o TOC, podem ser deduzidas.
Sociedades		O regime de contabilidade organizada é obrigatório.	

Este quadro apresenta informação genérica sobre o tipo de organização contabilística. Deverá ainda considerar informar-se sobre os **regimes de tributação** associados ao seu negócio. Para maior detalhe informe-se junto das entidades competentes.

“Ao organizar a minha contabilidade também devo pensar nas faturas e nos orçamentos!”

Faturação:

Qualquer que seja o setor de atividade em causa, a emissão de fatura ou de documento a que a lei atribua igual efeito é obrigatório para todas as transmissões de bens e prestações de serviços, incluindo os pagamentos antecipados, independentemente da qualidade do adquirente dos bens ou destinatário dos serviços e ainda que estes não a solicitem. Para mais informações sobre faturas consulte <https://faturas.portaldasfinancas.gov.pt>

Orçamentos e faturas pró-forma:

Os orçamentos servem para discriminar trabalhos com ou sem produtos associados, enquanto as faturas pró-forma servem para discriminar apenas produtos.

Independentemente da contabilidade ser de regime simplificado ou de regime organizado dever-se-á ter sempre o controlo das operações do negócio.

Embora em algumas situações, conforme já mencionado, não seja obrigatório ter um TOC, não se deve esquecer a importância de contratar um para apoiar na organização da documentação e dos aspetos contabilísticos.



Quando se está a pensar na **CONTABILIDADE** da empresa é importante colocar as seguintes perguntas:

- Qual é o meu volume de vendas estimado?
- Qual é o tipo de organização contabilística que melhor se adequa às vendas do meu negócio?
- Conheço algum TOC ou alguém que me possa recomendar um?
- Vou precisar de fazer orçamentos?
- Como obter as faturas?
- Qual o orçamento?

A contabilidade do meu negócio **exemplo**

“Ao organizar a minha contabilidade também devo pensar nas faturas e nos orçamentos!”

Qual é o volume anual de vendas estimado para a minha empresa?

É inferior a €150.000,00.

Qual é o regime tributário pelo qual vou optar?

Vou optar pelo regime simplificado por se tratar de uma ENI e dado que o volume de vendas é inferior a €150.000,00.

Tenho algum TOC (Técnico Oficial de Contas) conhecido?

O meu vizinho. Já falei com ele!

Preciso de fazer orçamentos?

Sim, para as mercearias que contratarem o meu serviço de fornecimento de pão.

Como obter faturas?

Posso emitir faturas online, caso se trate de serviços, bem, como posso ter um livro de faturas manual (para quando faço vendas em feiras) ou ter um software de faturação.

A contabilidade do meu negócio

Qual é o meu volume anual de vendas estimado?

--

Qual é o regime tributário pelo qual vou optar?

--

Tenho algum TOC (Técnico Oficial de Contas) conhecido?

--

Preciso de fazer orçamentos?

--

Como obter faturas?

--

A contabilidade do meu negócio

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:

4 Logística | Plano de operações

“O que é que vou fazer e como organizo todos os meios (materiais, humanos, tempo) para o fazer?”

O plano de operações serve para pensar em todas as atividades com o objetivo de organizar o espaço, o tempo e os meios (materiais e humanos) necessários para o funcionamento da empresa.

Para tal é importante pensar nas seguintes questões:

- **Produção:** Que bens e serviços a empresa vai produzir? Por exemplo, definir todos os tipos de pão que vão ser fabricados e vendidos (papos-secos, pãezinhos da avó, pão de passas, etc.).
- **Atividades:** O que é preciso fazer para produzir esses bens e serviços? Por exemplo, preparar a massa e cozer o pão ou comprar a massa feita e só cozer o pão?
- **Capacidade produtiva:** Quanto vai produzir a empresa? Quantos papos-secos podem ser produzidos por dia? E quantos pãezinhos da avó? Quantos pães efetivamente vão ser produzidos? Inicialmente só se produz metade e vai-se aumentando segundo as vendas?
- **Tecnologia:** Como vai ser realizada cada uma das atividades? Que máquinas são precisas para fazer a massa? Vai ser feita manualmente ou é necessária uma máquina industrial? E para cozer o pão: é em forno a lenha ou elétrico? E as vendas, são ao balcão ou vai ser feita distribuição?
- **Recursos humanos:** Quem executa as atividades? Quem vai tratar do fabrico do pão? Quem vai tratar das vendas (vendas diretas ao público e/ou distribuição às mercearias)?
- **Instalações e distribuição do espaço:** Como organizar o espaço? Onde colocar as máquinas e o forno? E o balcão estará bem em frente à porta? Vai haver montra?
- **Planeamento:** Quanto tempo que demora fabricar o pão? Quantas fornadas podem ser feitas ao dia? Qual será o horário de funcionamento de fabrico e de venda ao público?



Quando se está a pensar na **LOGÍSTICA** da empresa é importante colocar as seguintes perguntas:

- Quais são os bens e serviços que vão ser produzidos e em que quantidades?
- Como é realizada cada uma das operações: manualmente ou vão ser necessárias máquinas?
- Quem vai realizar cada uma das atividades?
- Onde vão ser executadas as atividades? Como vou distribuir o espaço?
- Quando é realizada cada uma destas operações?

A logística e o plano de operações do meu negócio **exemplo**

“O que é que eu vou fazer e como organizo todos os meios (materiais, humanos, tempo) para o fazer?”

Quais são os bens e serviços que vamos produzir e em que quantidades?

Vamos produzir pão de diferentes qualidades (500 pães por dia) e bolos de aniversário (4 por dia).

Como é realizada cada uma das operações: manualmente ou vamos precisar de máquinas?

Utilizaremos máquinas industriais para preparar a massa e um forno elétrico para cozer o pão.

Quem vai realizar cada uma das atividades?

O meu sócio será responsável pelo fabrico do pão e distribuição nas mercearias; eu serei responsável pelas vendas na loja e pelo contacto com os fornecedores.

Onde serão executadas as atividades?

Há uma divisão interior que será para o fabrico de pão. Na divisão com visibilidade para o exterior estará um balcão e um frigorífico para os bolos.

Quando é realizada cada uma destas operações?

Das 05h00 às 07h00 realiza-se a preparação da massa e as primeiras fornadas; às 07h30 abrimos as portas da loja e começamos a distribuir.

A logística e o plano de operações do meu negócio

Quais são os bens e serviços que vou produzir e em que quantidades?

--

Como é realizada cada uma das operações: manualmente ou vou precisar de máquinas?

--

Quem vai realizar cada uma das atividades?

--

Onde serão executadas as atividades?

--

Quando é realizada cada uma destas operações?

--

A logística e o plano de operações do meu negócio

Ponto de Situação

 O que eu já sei ou fiz:

 Dúvidas e dificuldades:

 Próximos passos:



5 Passos para constituir legalmente uma empresa

“Os passos para constituir legalmente uma empresa são diferentes conforme se trate de um Empresário em Nome Individual ou de uma Sociedade.”

Sociedade		
Modo de constituição	Passos a seguir	Onde
ONLINE	Empresa Online em www.empresonline.pt	
PRESENCIALMENTE	Empresa na Hora	1.º Escolher uma firma pré-aprovada 2.º Optar por um pacto social 3.º Ir ao balcão de atendimento⁴ 4.º Elaborar o pacto social e o registo comercial. 5.º Entregar a declaração de início de atividade 6.º Depositar o capital social Balcões Empresas na Hora, disponíveis na Loja da Empresa. Para localizar uma Loja da Empresa consulte o portal www.portaldaempresa.mj.pt
	Método tradicional	www.empresonline.pt, no Instituto dos Registos e do Notariado (http://www.irn.mj.pt/IRN/sections/inicio) ou presencialmente num Registo Nacional de Pessoas Coletivas. Instituição de crédito ou proceder à sua entrega nos cofres da sociedade até ao final do 1.º ano económico. A legislação em vigor indica este passo como facultativo. Serviços das Finanças. Conservatória do Registo Comercial. Serviços da Segurança Social.

⁴ Os sócios deverão apresentar os seguintes documentos: cartão de contribuinte; documento de identificação; cartão de beneficiário da segurança social (facultativo). Caso os sócios sejam empresas deverão ser apresentados os seguintes documentos: cartão de empresa ou de pessoa coletiva ou código de acesso aos referidos cartões; ata da Assembleia-Geral que confere poderes para a constituição de sociedade.

ENI – Empresário em Nome Individual	
Passos a seguir	Local
1.º Declarar início de atividade	Repartição de Finanças
2.º Inscrição na Segurança Social	Serviços da Segurança Social



Quando se está a pensar nos **PASSOS PARA A CONSTITUIÇÃO LEGAL DA EMPRESA** é importante colocar as seguintes perguntas?

- Tenho o meu plano operacional concluído?
- Já escolhi a forma jurídica da empresa? É individual ou coletiva?
- Qual o nome que pretendo para a minha empresa?
- Já recolhi toda a documentação necessária para a constituição legal da empresa?
- Onde se encontram localizadas as entidades às quais tenho que me dirigir?

“Há outros aspetos a tratar para além da constituição jurídica da empresa. Tenho de tratar do contrato de aluguer, do contrato da água, ... Ah! E não posso esquecer-me do contrato da luz e do gás!”

Para além das etapas a realizar para a constituição jurídica da empresa, **devemos dar novos passos** que dizem respeito a outros aspetos legais. Estes poderão variar em função do tipo de negócio. Por exemplo, numa padaria, por se tratar de um estabelecimento alimentar, vão ser necessárias licenças e vistorias. Estes passos têm a ver diretamente **com outras entidades**.

Para **enumeração e registo de todas as tarefas** que se têm de realizar será útil o uso de uma lista, tomando como exemplo a que abaixo se apresenta:

Tarefas a realizar	Entidade Contactos	Datas previstas	Concluído
- Celebrar o contrato de aluguer do espaço	Senhorio	20 de fevereiro	✓
- Solicitar licenças de funcionamento	Câmara Municipal		
- Celebrar contratos da água, eletricidade, gás e telefone			
- Contratar seguros			
- Selecionar e recrutar pessoal e celebrar os contratos			



Quando se está a pensar nos **PASSOS PARA A CONSTITUIÇÃO LEGAL DA EMPRESA** é também importante colocar as seguintes perguntas?

- Quais são os outros passos a dar: Contratos? Licenças? Vistorias? Outros?
- Quais são as entidades a contactar?
- Quais são as datas previstas para a realização dessas tarefas?

Passos para constituir legalmente a minha empresa **exemplo**

“Vou constituir juridicamente a minha empresa mas não me posso esquecer dos outros passos, como por exemplo, licenças, contratos, etc.

Temos o nosso plano de operações concluído?

Sim, já pensamos em todas as operações da empresa. Agora vamos avançar!

A forma jurídica da empresa vai ser individual ou coletiva?

Vai ser coletiva, pois somos dois sócios. Eu e o António vamos criar uma Sociedade por Quotas.

Qual é o nome que pretendemos para a nossa empresa? Será que este nome está disponível?

O nome que pretendo está disponível. Já confirmei em www.empresanahora.mj.pt.

Onde se encontram localizadas as entidades às quais temos de nos dirigir?

Vou dirigir-me a um dos balcões Empresa na Hora (http://www.empresanahora.mj.pt/ENH/sections/PT_contactos). Posso fazer tudo lá!

E os outros passos que temos de dar: já pensamos nisso?

Eu trato das licenças e vistorias, o António trata dos contratos da luz e da água. Mas já fizemos a lista para não esquecer nada!

Passos para constituir legalmente a minha empresa

Tenho o meu plano de operações concluído?

--

A forma jurídica da empresa vai ser individual ou coletiva?

--

Qual é o nome que pretendo para a minha empresa? Será que este nome está disponível?

--

Onde se encontram localizadas as entidades às quais tenho de me dirigir?

--

E os outros passos que tenho de dar: já pensei nisso?

--



Passos para constituir legalmente a minha empresa

Ponto de Situação

 **O que eu já sei ou fiz:**

 **Dúvidas e dificuldades:**

 **Próximos passos:**



CONTACTOS/*CONTACTS*

Centro Nacional de Apoio à Integração de Migrantes (CNAIM)
National Support Centre for the Integration of Migrants

CNAIM Lisboa

Rua Álvaro Coutinho, 14
1150-025 Lisboa
Tel. +351 218 106 100

CNAIM Porto

Av. da França, 316, Lj. 57, Edf. Capitólio
4050-276 Porto
Tel. +351 222 073 810

CNAIM Algarve

Loja do Cidadão – Mercado Municipal, 1º piso
Largo Dr. Francisco Sá Carneiro
8000-151 Faro
Tel. +351 289 106 590

Gabinete de Apoio ao Empreendedor Migrante
Alto Comissariado para as Migrações, I.P.
gaem@acm.gov.pt | informacoes@acm.gov.pt
+351 218 106 100



www.facebook.com/ACMigracoes



www.acm.gov.pt