

## O que associamos a Empreendedorismo?

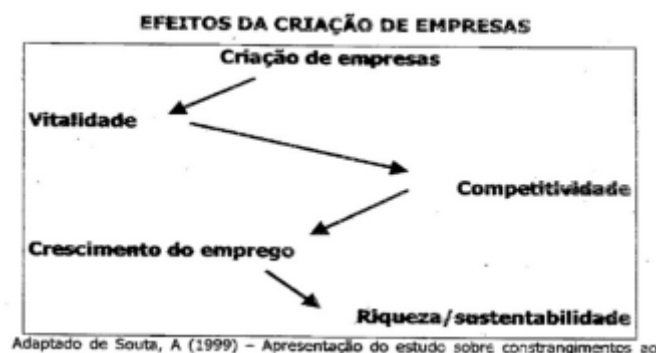
---

- Empreendedor
- Empresa
- Inovação
- Lucro
- Marketing
- Empresário
- Economia
- Gestão
- Negócios
- Financiamento

## Resultados Positivos como consequência do Empreendedorismo

---

- Criação de Emprego
- Difusão da Inovação
- Criação de riqueza e desenvolvimento das regiões
- Aparecimento de estilos de direção mais inovadores e dinâmicos
- Porta aberta a novas tecnologias
- Etc...



## Tipos de Empreendedorismo

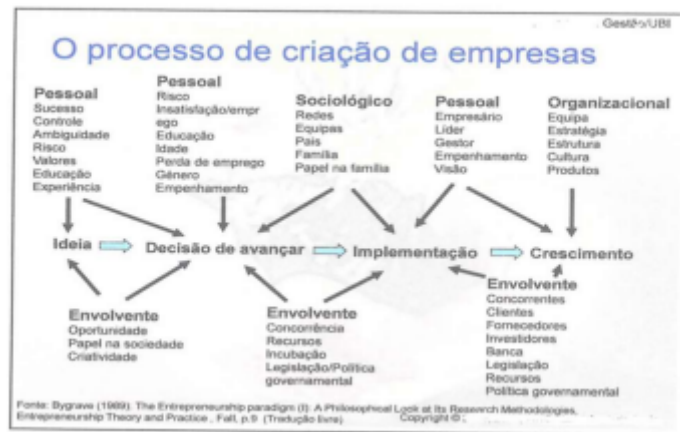
---

- Empreendedorismo a nível Individual => Indivíduo
- Empreendedorismo a nível Organizacional => Organização/Empresa
- Empreendedorismo a nível Grupal => Firms
- Empreendedorismo Coletivo => Todos os participantes são empreendedores



Pode-se Inovar a nível :  
De Produto, processo ou de modo organizacional (marketing)

# Processo de Criação de uma Empresa



## 4 Grandes Fases

!! Ideia (Identificação da oportunidade de negócio) -> Decisão de Avançar -> Implementação -> Crescimento

## Segundo Veciana

!! Geração -> Criação -> Lançamento -> Consolidação

Tempo	Variável	1-2 anos		2-5 anos
	Fase 1 Geração	Fase 2 Criação	Fase 3 Lançamento	Fase 4 Consolidação
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infância</li> <li>• Antecedentes e preparação profissional</li> <li>• Organização incubadora</li> <li>• Acontecimento despoletador</li> <li>• Decisão de criar a sua própria empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura de identificação de uma oportunidade empresarial</li> <li>• Configuração da ideia/projeto empresarial</li> <li>• Avaliação da oportunidade</li> <li>• Criação de uma rede de relações</li> <li>• Elaboração do plano de empresa</li> <li>• Criação formal/legal da empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação da equipa</li> <li>• Aquisição e organização dos meios</li> <li>• Desenvolvimento do produto/serviço</li> <li>• Procura de financiamento</li> <li>• Lançamento do produto/serviço</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desistir ou vencer</li> <li>• Desfazer-se de sócios indesejáveis</li> <li>• Por fim "tudo sob meu controlo"</li> </ul>

Fonte: Veciana, 1988

48

## Ciclo de Vida de uma Empresa

A[Arranque] --> B[Crescimento] --> C[Estagnação] --> D[Declínio]

Faz mais sentido voltar a ser um empreendedor na fase da Estagnação

## Dificuldades/Obstáculos à criação de Empresas

- Ausência de financiamento disponível
- Procedimento Complexo Administrativo

- Elevados riscos não recompensados
- Carência de pessoal qualificado para empresas de conhecimentos

## Meio Envolverte Propiciador (Dubini)

---

- Forte Presença de modelos empresariais
- Economia Diversificada
- Riqueza de infraestruturas e RH qualificados
- Comunidade financeira sólida
- Presença de incentivos governamentais
- **Tradição Empresarial**
  - Rede de empresas já estabelecidas
  - Atividades de consultadoria
  - Formação orientada para a criação de empresas
  - Fontes tradicionais de financiamento
  - Fraca Percepção de políticas governamentais de apoio
- **Jardim do Eden**
  - Inúmeras Alternativas de financiamento
  - Incentivos governamentais
  - Ausência de barreiras de entrada à criação de negócios
- **Vale de Lágrimas**
  - Não há atividade económica organizada
  - Não há incentivos específicos para a região
  - Não há serviço de informação, consultadoria
  - Não existe informação sobre o mercado (estatísticas)
  - Mercado de capitais fraco
  - Nível de vida médio baixo

## Meio Envolverte Repulsivo (Shapero)

---

- Falta de cultura e valores empresariais
- Falta de tradição em função empresarial
- Falta de indústrias inovadoras
- Falta de infraestruturas

## Fatores que impulsionam/retraem o Empreendedorismo (Bloodgood)

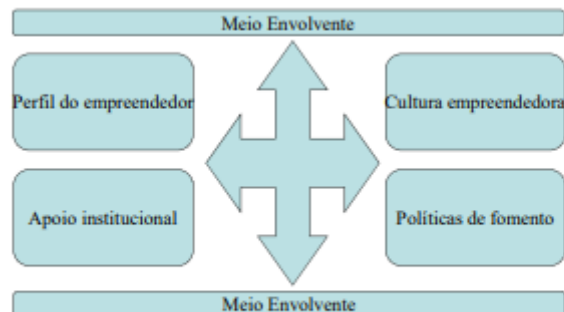
---

- **Sistema de apoio social e familiar**
- **Fontes de financiamento**
- Confiança dos futuros **trabalhadores**
- Acessibilidade dos **Clientes** e manifestação clara das suas necessidades
- Capacidade de angariar **fornecedores**
- **Cultura Local**
- **Agências públicas** proporcionarem apoios
- A **envolvente social e política**

# Fatores Facilitadores do Empreendedorismo e criação de empresas (Poutsma)

---

- **Rede de cooperação informal** entre micro e pequenas empresas locais
- Estrutura económica com base em **empresas familiares**
- **Empreendedores comunitários** que dinamizam a identidade local em torno do empreendedorismo



## Vantagens do Empreendedorismo Digital

---

<i>Para o empreendedor</i>	<i>Para o cliente</i>
Boa forma de desenvolver laços com os clientes.	Conveniência.
Possibilidade de redução de custos.	Facilidade e privacidade.
Possibilidade de aumento na eficiência da rapidez de resposta.	Acesso a maiores produtos.
Grande flexibilidade na oferta	Maior acesso a informação comparativa.
Meio verdadeiramente global.	Compras interativas e imediatas.

Fonte: Adaptado a partir de Ferreira et al. (2009)

---

## Definições

---

**Empresário** => proprietário ou o acionista de controlo de empresas (diferente de Empreendedor) , dá origem e vida à empresa

**Empreendedor** => Alguém capaz de conceber , pôr em prática e de instilar nos que o acompanham uma atitude de desafio permanente, é aquele que detém espírito empresarial

**BornGlobal** => Empresas que ainda não foram criadas mas que têm o objetivo de internacionalização

**AutoEmprego** => Quando o próprio trabalhador cria o seu posto de trabalho

**PME** => Pequenas Médias Empresas

**Empreendedores** => Agentes de Mudança

**Spinoff's** => Empresas criadas a partir de encobadoras

**Spinoff Académico** => Empresa criada a partir de projetos ou ideias universitárias

**IAPMEI** => Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

**Stakeholders** => organizações que fazem parte da criação de uma empresa

**Fatores Contingenciais** => Fatores que não dependem de nós

**Função Empresarial** => Fase de criação de uma empresa / Primeiros tempos de atividade / Revitalização do tecido económico

**Função Diretiva** => Fase posterior de uma empresa após criação / Dirigir e controlar uma empresa em atividade

**IntraEmpreendedor (Teste)** => Abrange 2 vertentes :

- **Indivíduo Inovador** , criativo constantemente em busca de novas oportunidades
- **Empreendedor Interno** Possui as características acima mas trabalha a conta de outrém

**Plano de Negócio** => Destina-se aos investidores, entidades financeiras, empreendedor e colaboradores. **(Teste)**  
Este plano não interessa à administração fiscal pois o plano ainda não está em implementação

**Sumário Executivo** => Resumo do plano de negócios

**Apresentação da Empresa** => Incorpora o nome, setor de atividade e logótipo da mesma

**Análise do Produto/Serviço** => Explicação do Produto/Serviço da empresa

**Análise do Mercado** => Processo de validar a ideia em relação à necessidade do cliente. **(Teste)** Não é possível prever alterações do consumidor

**Estratégia de Marketing** => **(Teste)** 4P'S ou 4 Pontos => Produto, Preço, Promoção e Ponto de Distribuição

**Análise Financeira** =>

**Perfil de Gestão** => Perfil da equipa que está a apresentar o projeto, muitas vezes anexam currículos

**Firma** => Nome pelo qual é conhecido a Empresa

**Análise Setorial** => Análise de dados estatísticos

**Análise de Procura** => Potenciais clientes/consumidores

**Estudo do lado da oferta** => Potenciais concorrentes

**Questionário** => Método mais rápido de estudar o lado da procura (O que o consumidor quer)

**Estratégia** => Forma que se deve adotar para atingir os objetivos

**Objetivos** => Dever ser qualificados, calendarizados e realistas

**Missão** => **(Teste)** Deve ser simples, explícita e concreta

**Análise SWOT** => **(Teste)** Método para desenvolver uma melhor **Estratégia** => Análise do seu meio Envolvente

OPORTUNIDADES (opportunities)	AMEAÇAS (threats)
PONTOS FORTES/FORÇAS (strengths)	PONTOS FRACOS/FRAQUEZAS (weaknesses)

**Análise Interna** => Pontos fortes e Pontos Fracos

**Análise Externa** => Ameaças e Oportunidades

**MBO** => (Teste) Management Buyout

**LBO** => (Teste) Leveraged Buyout

**MBI** => (Teste) Management Buyin

<b>MBO</b>	<b>LBO</b>	<b>MBI</b>
<i>A equipa de gestores constitui-se como grupo de investidores, fazendo uso dos seus próprios meios financeiros</i>	<i>Compra de empresas pelos próprios gestores recorrendo a fontes externas de financiamento oferecendo como garantia os activos da empresa</i>	<i>Uma equipa de gestores/investidores externos adquire a empresa</i>
<i>Os compradores já estão dentro da empresa</i>		<i>Os compradores estão fora da empresa</i>
<i>A equipa directiva conhece a empresa e as suas possibilidades de expansão</i>		<i>O conhecimento que os compradores têm da empresa é limitado</i>

**GEM** => (Teste) Global Entrepreneurship Monitor

**Matérias Subsidiárias** => matérias que iremos utilizar para a produção do nosso produto

**Organigrama** => mostra como a empresa está organizada

**Capital Fixo corpóreo** =>

**Capital Fixo Corpóreo:**

- . Terrenos
- . Infra-estruturas
- . Construções
- . Equipamentos produtivos
- . Equipamentos não produtivos
- . Equipamento social
- . Equipamento de segurança
- . Material de transporte e carga
- . Custos de manuseamento, montagem, seguros destes equipamentos

**Capital Fixo Incorpóreo** =>

**Capital Fixo Incorpóreo:**

- . Estudos e projetos
- . Escrituras de constituição
- . Patentes, marcas e licenças
- . Despesas de formação de pessoal

**Empreendedorismo Tecnológico** => Identificação e exploração de oportunidades baseadas em conhecimento científico ou tecnológico através da criação de artefactos digitais.

**Empreendedorismo Digital** => - Os empreendedores digitais geralmente não se importam com a tecnologia específica por trás da sua ideia de negócio, eles simplesmente se concentram no serviço que é criado a partir deste aproveitamento da tecnologia.

**Franchising** => Conjunto de direitos de propriedade industrial, intelectual e/ou capacidades específicas experimentadas e superiores às da concorrência suscetíveis de serem cedidas a um terceiro, mediante um acordo que se recolhe num contrato. Normalmente utiliza-se o termo franchising para designar de forma indiscriminada o acordo ou contrato de franchising.

Atendendo ao seu objeto, o *franchising* pode ser de três tipos:

- 1) industrial,
- 2) distribuição
- 3) serviços.

## PME vs Grande Empresa

### Critérios Quantitativos

- Número de Trabalhadores
- Volume de Vendas
- Valor do Ativo (Património)

### Critério Qualitativos

- Mercado (Quotas) => As PME podem ter maior quotas em nichos de mercado
- Tipo de Gestão => Grandes Empresas é gestão Profissional
- Independência Financeira => PME não precisam de ser filial a uma Grande Empresa

## Número de Trabalhadores

Micro	Pequena	Médio	Grande
$X < 10$	$10 < X < 50$	$50 < X < 250$	$250 \leq X$

**Percentagem de PME's em Portugal** => 99,8%

## Tipos de Recursos

---

Tangíveis	Intangíveis
Tecnológicos	Físicos
Conhecimento	Informação

---

## Principais funções de um gestor

- Planeamento
- Organização
- Direção
  - Liderança
  - Comunicação
  - Cooperação
- Controlo

---

## Possíveis Questões na Frequência

P => Aponte 2 características que ache importante para o empreendedorismo e explique.

R =>

P => Diga quais os 3 pontos da Tipologia de Porter

R => Diferenciação, Concentração e Liderança de Custos

---

## Fontes de Ideias

- Fontes Internas
  - Conceitos
  - Princípios
  - Imagens
  - Fatos
- Fontes Externas
  - Jornais/Revistas
  - Feiras/Exposições
  - Registo de patentes



- Etc...
- Inovação
- Interação com outros
- Etc...

**Ideias** => Para uma ideia ter sucesso é necessário que esta seja **inovadora** tendo em conta o mercado e que **satisfaça** necessidades do mesmo. Estas ideias podem ocorrer devido a **Fatores Internos ou Fatores Externos**

## Tipos de Estratégias

- **Tipologia de Porter**
  - Diferenciação
  - Liderança de Custos
  - Enfoque ou Concentração
- **Tipologia de Ansoff Matriz de Ansoff** =>
  - Penetração de Mercado (PA + CA)
  - Desenvolvimento de Mercado (PA + CN)
  - Desenvolvimento de Produto (PN + CA)
  - Diversificação (PN + CN)

-----	Abreviação
Consumidores Atuais	CA
Consumidores Novos	CN
Produtos Atuais	PA
Produtos Novos	PN

## Para desenvolver um Plano Operativo

- . Programa Pormenorizado da Produção
- . Capacidade Instalada/Capacidade Utilizada
- . Descrição do Processo Produtivo
- . Caracterização dos Equipamento
- . Lay-out
- . Condições Acessórias do Processo de Fabrico
- . Matérias Primas e Subsidiárias
- . Meios Materiais não diretamente afetos à Produção
- . Estudo Técnico para o Sector: - Serviços

# Plano de RH/Organização

---

## Plano de Recursos Humanos/Organização (cont.)

- Número de trabalhadores, funções e estrutura (organigrama)
- Planeamento e Gestão de R.H.
- Política de R.H. (recrutamento, seleção, contratação)
- Programa de formação de R.H.

### Em resumo:

. Equipa Dirigente	Tarefas Responsabilidades Postos de trabalho
. Trabalhadores	Objetivos a atingir Ordenados/ regalias

# Plano de Investimento

---

## Imobilizado Corpóreo

Terrenos  
Edifícios  
Eq. Básico  
Eq. Administrativo

## Imobilizado Incorpóreo

Estudos e projetos  
Despesas de instalação  
Patentes / Marcas  
Despesas de formação de pessoal

## Juros durante o Investimento

## Acréscimos de Fundo de Maneio

# Plano Financeiro

---

## Capitas Próprias

- . Capital Social
- . Prestações suplementares

## Autofinanciamento

## Capitais Alheios

- . Suprimentos
- . Empréstimos bancários
- . Leasing

a) Plano de Tesouraria	➔	Orçamento de Tesouraria
b) Plano de Exploração	➔	Demonstração de Resultados
c) Balanço de Situação	➔	Balanço
d) Indicadores de Gestão	➔	Análise de Rácios
e) Análise da Sensibilidade	➔	Construção de Cenários

## Indicadores de Gestão

---

### **Tipos:**

#### **Financeiros:**

- . Solvabilidade
- . Autonomia financeira
- . Liquidez (geral, reduzida e imediata)
- . Cobertura de imobilizado

#### **Económicos**


- . Rendibilidade das vendas
- . Ponto crítico das vendas
- . Margem de segurança
- . Rendibilidade dos Capitais Próprios
- Etc...**

## Estudo de Viabilidade

---

**Em síntese, o Estudo de Viabilidade Económico-Financeira** deve incorporar os seguintes Planos:

Plano de Investimento  
Plano de Financiamento  
Plano de Exploração  
Plano Financeiro (Orçamento de Tesouraria)  
Demonstração de Resultados  
Balanços Previsionais



. Cálculo dos Cash-Flow  
. Indicadores de Gestão  
. Análise da Sensibilidade do projeto

143

## Tipos de Produção

---

- Produção por lotes
- Produção Conjunta
- Produção disjunta

A diferença entre o capital próprio e o investimento é o capital alheio

---

## Formas Jurídicas

---

- Sociedade por cotas
- Sociedade Anónima => Mais complexa em termos de finanças e jurídicos
- Sociedade unipessoal por quotas
- LDA => Responsabilidade limitada (Em caso de dívidas, só respondem os bens da empresa)

# Processo de estabelecimento de uma Firma

---

Pedem 3 nomes em ordem de importância => verifica-se se existem ou não nomes iguais ou parecidos

## Diferenças entre Empreendedorismo e Gestão

---

	<i>Empresário/Empreendedor</i>	<i>Gestor</i>
<b>Status</b>	. Recursos próprios . "Dono" do negócio	. Recursos usados . Empregado
<b>Características</b>	. Aceita o risco . Intuitivo	. Aversão ao risco . Sistemático
<b>Comportamento</b>	. Focado nas oportunidades . Quer inovação . Obscado pelo desempenho . Faz as coisas correctamente	. Focado no trabalho . Quer melhoramentos . Faz as coisas correntemente

Fonte: Hammer (2000)

## Características do Empreendedor

---

- . Capacidade de estabelecer e desenvolver relações interpessoais
- . Ambição e motivação para o sucesso
- . Curiosidade e desejo de adquirir informação
- . Empenho e capacidade de trabalho
- . Sentido de responsabilidade e capacidade para assumir compromissos
- . Capacidade para resolver problemas e para tomar decisões
- . Capacidade de adaptação e disponibilidade para atuar em contextos diferentes
- . Capacidade de iniciativa - aptidão para empreender ações

75

- . Energia e imaginação fértil para conceber ideias e flexibilidade para adaptá-las
- . Criatividade e inovação para transformar as ideias em oportunidades de negócio
- . Abertura de mente e capacidade para aceitar opiniões que possam alterar a ideia original
- . Visão - capacidade para ver e perceber a mudança como uma oportunidade
- . Autoconfiança - capacidade para transformar pontos fracos em pontos fortes
- . Competência técnica - aliar conhecimento à capacidade de execução prática
- . Cooperação - capacidade para trabalhar em equipa

## Perfil do Empreendedor

---

**Veciana** => Tradicional

- . Desejo de alcançar os objetivos
- . Autoconfiança, perseverança e dedicação
- . Energia e empenho na sua atividade
- . Capacidade para assumir riscos
- . Capacidade organizativa
- . Iniciativa
- . Otimismo

**Veciana** => Atual

- . Integridade
- . Formação e capacidade de gestão
- . Espírito inovador e criatividade
- . Orientação para o mercado e às oportunidades
- . Visão global da empresa
- . Tolerância à ambiguidade

## Razões para o Surgimento dos Empresários (**Veciana**)

---

- **Características psicológicas**

- . Necessidade de independência/autonomia
- . Motivação e necessidade de êxito
- . Controlo interno
- . Propensão para assumir riscos
- . Intuição e visão de futuro
- . Tolerância na ambiguidade e na incerteza
- . Capacidade de aprender com a experiência

- **Antecedentes**

- . Infância dura
- . Idade
- . Formação

- **Meio Envolvente**

- . "Acontecimento disparador"
- . Ambiente face ao empresário
- . Marginalização

## Tarefas para a execução de um plano de Negócio

---

- **Análise à priori** => Procura de todas as informações que posteriormente serão trabalhadas
- **Plano em si** => Conjugação de todos os dados.
- **Avaliação dos resultados** => Procura-se uma certa rendibilidade e antes de avançar para a implementação é necessário avaliar essa rendibilidade

## Para quê elaborar o Plano ?

---

- **O próprio Empresário** =>
  - Sintetiza o negócio que pretende vir a desenvolver e reflete toda a diversidade informações e de reflexões durante a conceção do mesmo.
  - É um guia que vai indicando o que fazer em cada fase e como fazê-lo;
  - Obriga o empresário a dar atenção a todos os elementos do negócio que pretende implementar
- **Entidades Financeiras** => Se o plano tiver todas as informações de forma clara de como atingir o mercado, de obter qualidade, etc., então será mais fácil convencer terceiros a arriscar e a embarcar na aventura!
- **Próprios Empregados** => O plano pode ser também adotado para convencer os empregados a aderir à ideia.

## Conteúdo de um plano de negócios

---

- **Sumário executivo**
  - Objetivos do plano
  - Conceito de negócio
  - Dados Financeiros
  - Necessidades Financeiras
  - Situação atual da empresa no mercado
  - Expectativas de crescimento
  - Realizações Importantes
- **Apresentação da empresa**
  - Nome do negócio, sócios/promotores
  - Historial da empresa
  - Objetivos fundamentais
- **Análise do produto ou serviço**
  - Oferta de valor para o consumidor ...
  - Investimento em RH e materiais
  - Necessidades de investimento em equipamentos e instalações e as razões do porquê
  - Processos e tecnologia utilizada
  - Evolução do produto no futuro
- **Análise de mercado**
  - Identificação do mercado alvo e o tipo de segmentação de clientes.
  - Identificar e caracterizar os competidores, consumidores e análise do setor de atividade em geral
  - Explicar o porquê do produto ter condições de sucesso
- **Estratégia de marketing**
  - Estratégia global de marketing
    - Preço
    - Vendas
    - Distribuição
    - Comunicação
    - Produto
- **Análise Financeira**
  - Inclui todas as demonstrações financeiras
  - Orçamento de tesouraria
- **Perfil da gestão**
  - Apresentação dos perfil dos gestores e principais colaboradores acompanhado com o seu currículo
  - Estrutura organizacional da empresa , incluindo titulos e niveis de responsabilidade
  - Descrição das realizações e experiência dos principais responsáveis da empresa
  - Estrutura de RH atual e a evolução desejada
  - Apresentação dos profissionais externos

# Estudo de mercado

---

Deve responder às seguintes questões

1. Dimensão do mercado
2. Evolução previsional do mercado
3. Dimensão qualitativa e quantitativa do mercado
4. Qualidade desejada pelos consumidores
5. Níveis de preço
6. Circuitos da distribuição
7. Ações promocionais

1,2,3 e 4 => **Perspetiva Externa**

4,5,6 e 7 => **Perspetiva Interna**

## Recolha de Informação

- **Estatísticas do INE (Instituto Nacional de Estatística)**
  - Montante do Consumo Global
  - Dimensão da população
  - Crescimento da população
- **Estatísticas de Associações**
  - Consumos por sector
  - Consumos por tipo de clientela
- **Estatísticas do Banco de Portugal**
  - Situação económica do país, investimento, poder de compra...

# Passos para fazer estudos de Mercado

---

Passo 1 - Formular o problema de estudo

Passo 2 - Fazer um trabalho preparatório

Passo 3 - Escolher a metodologia de pesquisa

Passo 4 - Seleccionar a amostra

Passo 5 - Elaborar o questionário

Passo 6 - Escolher o método de realização dos questionários

Passo 7 - Implementar o estudo no terreno

Passo 8 - Analisar os resultados

# Plano de Marketing

---

Define como se vende o produto/serviço que a empresa produz ou comercializa

- **Política de Produto** => Definir claramente o produto ou serviço que produz e/ou vende
- **Política de Preço** => Definir o preço e condições de venda
- **Política de promoção/comunicação** => Como divulgar o produto/serviço ao mercado
- **Política de Distribuição** => Qual a via a utilizar para que o produto/serviço chegue ao cliente

# Estratégias de Entrada na Função Empresarial

---

- Criação de Raiz de uma Nova Empresa

- Assumir o Negócio de Família

- Objetivos das EF (Empresas Familiares)
  - São consistentes
  - Motivações e características do fundador influenciam a definição dos objetivos
  - Fundador detém o controlo da empresa mas o crescimento e desenvolvimento dos membros da família é o objetivo principal
  - Os objetivos do negócio e da família podem tornar-se conflituosos
  - Os objetivos de negócio necessitam de ser mudados como resultado das necessidades da família
- A Sucessão é um importante objetivo das EF
  - Aspetos a considerar no processo de Sucessão :
    - Educação de formal, formação, experiência de trabalho...
  - Relacionamentos entre a família e membros do negócio
  - Plano de controlo das atividades (planeamento da sucessão)
- Problemas Potenciais associados ao assumir o negócio da Família

. Dificuldade em responder à mudança

. Quem decidir assumir o negócio da família tem de se preparar para vir a gerir um negócio de euros, mas também um "negócio" de relações familiares

. Há um conflito latente entre o crescimento e a propriedade da empresa

. O desempenho da empresa ressent-se dada a sobre utilização de mão e obra familiar em detrimento da seleção de pessoas, estranhas à família, mas mais competentes

155

- É mais frequente a criação de raiz do que a retoma de uma empresa quando alguém se quer tornar empresário

- Existe a ideia preconcebida de que uma empresa que está à venda é uma empresa com dificuldades

- Todavia, por detrás da decisão de vender pode estar o desejo de perenidade da empresa comprometido pela ausência de sucessores ou tratar-se simplesmente de um acto de gestão estratégica.

- Podem de facto, encontrarem-se à venda empresas falidas, mas, mesmo estas, podem constituir uma excelente oportunidade de negócio.

156

- Retoma de uma Empresa

- Motivações para Vender

Lucros insuficientes

Disputa entre sócios

Receio da concorrência

Desejo de mudar de negócio

- Vantagens

![[Pasted image 20220411191051.png]]

- Riscos



- . O perigo de uma patente expirar
- . Eventuais indemnizações a que a empresa esteja sujeita
- . A lealdade dos trabalhadores aos anteriores proprietários
- . Os hábitos e procedimentos instituídos
- . A má reputação da empresa por condutas pouco éticas do passado
- . Fica mais dispendioso do que criar de raiz

- **Management Buy-out**

<i><b>MBO</b></i>	<i><b>LBO</b></i>	<i><b>MBI</b></i>
<i>A equipa de gestores constitui-se como grupo de investidores, fazendo uso dos seus próprios meios financeiros</i>	<i>Compra de empresas pelos próprios gestores recorrendo a fontes externas de financiamento oferecendo como garantia os activos da empresa</i>	<i>Uma equipa de gestores/investidores externos adquire a empresa</i>
<i>Os compradores já estão dentro da empresa</i>		<i>Os compradores estão fora da empresa</i>
<i>A equipa directiva conhece a empresa e as suas possibilidades de expansão</i>		<i>O conhecimento que os compradores têm da empresa é limitado</i>

- **Spin-Off**
- **Franchising**

## Franchising

1.	O termo que se considera mais adequado é o de "regras de gestão".
2.	Inclui todo o negócio, os conhecimentos técnicos especializados, os direitos de propriedade intelectual ou industrial, os fundos de comércio, as marcas comerciais, os contactos comerciais (o <i>franchising</i> é geral, enquanto que as licenças referem-se unicamente a um aspeto particular do negócio).
3.	Costuma ser uma situação de nova empresa desde logo no que respeita ao adquirente do <i>franchising</i> .
4.	O contrato de <i>franchising</i> dura normalmente 5 anos, e nalguns casos chega aos 10 anos. Os contratos de <i>franchising</i> renovam-se habitualmente.
5.	O titular do <i>franchising</i> é eleito muito selectivamente pelo concedente, e a sua substituição depois de um período de tempo é controlada pelo concedente.
6.	Supõe-se que o concedente do <i>franchising</i> trespassará ao adquirente os resultados do seu programa de investigação em curso como parte do acordo.
7.	Apesar de que o concedente retém a maior parte do seu fundo de comércio, o adquirente do <i>franchising</i> leva uma determinada parte do fundo de comércio.
8.	Existe uma estrutura standar de <i>royalties</i> e qualquer alteração no sistema de <i>franchising</i> dado 169 provocaria confusão.

<b>PROBLEMAS</b>	<b>%</b>
. Restrições legais ou governamentais	59,6
. Dificuldades para encontrar suficientes franchisados qualificados	44,2
. Falta de investimento inicial suficiente	36,5
. Dificuldade para controlar os franchisados	36,5
. Dificuldade para redesenhar o pacote de <i>franchising</i> e torná-lo mais atractivo aos franchisados estrangeiros	28,8
. Obstáculos relacionados com a protecção das marcas comerciais ou com os direitos de autor	28,8

# Formas de Fomento à Criação de Empresas

---

## Objetivos

### OBJETIVOS DAS FORMAS DE FOMENTO À CRIAÇÃO DE EMPRESAS:

- . Reativação económica
- . Potenciar a investigação
- . Estreita relações
- . Transferência de tecnologia
- . Ambiente favorável à criação de empresas
- . Ajudar os novos empresários
- . Investigar o processo de criação de empresas

## Organismos de Apoio

### i) *Centros Empresariais da Associação Nacional dos Jovens Empresários*

- Trata-se de organismos cujo principal objetivo é incentivar os jovens empreendedores que pretendam iniciar ou prosseguir uma atividade profissional, através da criação da sua própria empresa.
- Nestes espaços, os jovens empresários têm acesso a toda uma gama de infraestruturas e condições que lhes permitem um desenvolvimento sustentado e com maiores probabilidades de sucesso no início de atividade.

### ii) *Loja do Empresário*

- A Loja do Empresário consiste num espaço físico que concentra determinados serviços básicos de várias instituições públicas e privadas, responsáveis pelos procedimentos relacionados com a atividade empresarial. Este organismo presta serviços de apoio a empresários e profissionais, em geral, ou a indivíduos com ideias de negócio, ou prestes a entrar no mercado de trabalho.

176

### iii) *Gabinete de Apoio ao Empresário (GAE)*

- O GAE consiste num espaço de apoio e prestação de informações aos empresários sobre os mais diversos aspetos relacionados com a sua atividade.
- Estes Gabinetes resultam geralmente de um protocolo entre as Câmaras Municipais e outras instituições, como Associações Industriais ou Associações de Municípios e têm como **principal objetivo** o fomento de contactos com outros organismos e a criação de parcerias úteis e fundamentais para um apoio eficaz aos empresários da região.

#### Principais atribuições destes organismos destacam-se as seguintes:

- . Esclarecimento de questões relativas às formalidades a cumprir para o exercício de uma determinada atividade;
- . Estabelecimento de contactos com as respetivas entidades;
- . Apoio à criação e constituição de empresas, a organização de colóquios e seminários como meio de formação e informação do tecido empresarial da zona.

**iv) Incubadoras**

- Trata-se de organizações divididas em pequenas unidades que fornecem um ambiente de aprendizagem e apoio técnico a empresários e investidores durante a fase de desenvolvimento da ideia ou de *start-up*.

- Estas organizações dispõem de um espaço físico para instalação de cada empresa e oferecem outros espaços como sala de reuniões, *show-room*, secretaria, salas de formação, cozinha, serviços (administrativos e Internet), auditório e laboratórios.

As incubadoras atuam também segundo os **seguintes objetivos**:

- Promover o desenvolvimento empresarial com base em novas tecnologias;
- Aumentar a criação de empregos especializados e do autoemprego;
- Fomentar a criação de empresas com base num elevado nível de conhecimento;
- Desenvolver redes que assegurem a atualização constante de tecnologias de ponta;
- Facilitar a aplicação de capital de risco.

178

**v) Centros de Apoio à Criação de Empresas (CACE)**

- Organizações que visam a criação de novos negócios, a promoção do emprego e formação profissional numa determinada zona geográfica, proporcionando aos empresários os apoios técnicos e logísticos necessários para um desenvolvimento sustentado.

- Foram criados com vista ao fomento do autoemprego e posterior integração destes novos empresários no mercado, que usufruem de total autonomia, contribuindo desta forma para a modernização empresarial da região onde estão inseridos.

- Estes organismos resultam de um protocolo entre o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP) e as entidades locais e prestam os **seguintes serviços**:

- Organização e desenvolvimento de ações de formação empresarial destinadas a potenciais empreendedores;
- Acompanhamento técnico na fase de arranque e desenvolvimento das iniciativas empresariais;
- Cedência de espaços e respetivos serviços de logística para a instalação das empresas numa fase inicial.

**vi) Business Innovation Centers (BICs)- Centros de Inovação e Negócios**

- São pequenas organizações estabelecidas como sociedades comerciais ou associações sem fins lucrativos, constituídas por capitais públicos e/ou privados numa estrutura de parceria local ou regional.

- Estes Centros abrangem uma grande variedade de serviços, orientando-se sobretudo para a inovação no sector da indústria e para o sector dos serviços a ela prestados.

- A principal tarefa dos BIC traduz-se na identificação, seleção e orientação, tanto de empreendedores em início de atividade, como de PME já existentes e que revelem vontade e potencial de diversificação ou modernização.

- Uma vez que os BIC atribuem especial importância à inovação, a sua atuação passa essencialmente pela distribuição de capital a empresas que contribuam para a riqueza nacional e para a criação de mais postos de trabalho e para empresas que demonstrem capacidade de inovação.

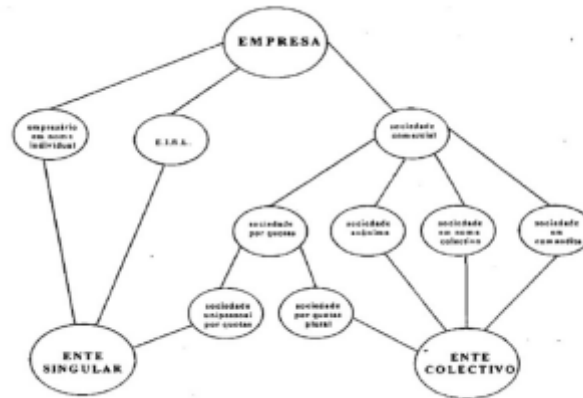
- Estes Centros promovem também o acesso das PME ao mercado internacional e à cooperação interempresarial.

## Trâmites Legais À Criação de Empresas

### Principais Passos

- 1) Escolha da forma jurídica
- 2) Pedido de admissibilidade da firma
- 3) Pedido do cartão de identificação
- 4) Depósito do capital subscrito
- 5) Escritura pública de constituição
- 6) Declaração de início de atividade
- 7) Comunicações diversas

## Escolha do tipo de forma Jurídica



189

### A escolha do tipo de forma jurídica depende de diversos aspetos:

- . Complexidade e dimensão do empreendimento
- . Capacidade de constituição financeira dos sócios
- . Vínculo de solidariedade desejado
- . Transmissão de património
- . Regime fiscal

**Empresa na hora** => permite constituir uma sociedade unipessoal, por quotas ou anónima no momento e num só balcão.

## Vantagens

- Não necessitam de obter, previamente, o certificado de admissibilidade da firma, junto do Registo Nacional de Pessoas Colectivas;
- Deixa de ser necessária a celebração de escritura pública;
- No momento da constituição é entregue o cartão definitivo de pessoa colectiva, comunicado o número de identificação da segurança Social e ficam, desde logo, na posse da empresa o pacto social e o Código de Acesso à Certidão Permanente do registo comercial pelo prazo de um ano ou, em alternativa pelo prazo de três meses acompanhada de certidão em papel;
- O registo do contrato da sua sociedade foi publicado de imediato no sítio <http://www.mj.gov.pt/publicacoes>, de acesso público e gratuito;
- É atribuído registo de domínio na Internet.pt a partir da firma da sua empresa. Esta funcionalidade é assegurada pela Fundação para a Computação Científica Nacional (FCCN) e é gratuita durante o primeiro ano de vida da sua empresa.

A iniciativa de modernização administrativa 'Empresa na hora' constitui o primeiro passo para a simplificação do relacionamento das empresas com a Administração Pública, ao longo de todo o seu ciclo de vida.