

The image shows the front cover of a book. The background is a light gray color with a subtle, repeating floral pattern. Two vertical red bars are positioned on the left and right sides of the cover. In the center, there is a white rectangular area with a double black border. Inside this white area, the title 'Qualificação Profissional em Empreendedorismo' is written in a black, sans-serif font, centered and arranged in three lines.

Qualificação
Profissional em
Empreendedorismo

Caro(a) Aluno(a)

Estamos bastante felizes com a sua participação em um dos nossos cursos. Sabemos o quanto é importante à capacitação profissional para quem busca uma oportunidade de trabalho ou pretende abrir o seu próprio negócio. Hoje, a falta de qualificação é uma das maiores dificuldades enfrentadas pelo desempregado ou por quem está empregado e quer mudar de ramo de trabalho. Até os que estão trabalhando precisam de capacitação regular para se manter atualizados ou quem sabe exercer novas profissões com salários mais atraentes. Os nossos cursos contam com um material didático especialmente criado para facilitar o aprendizado de forma rápida e eficiente. Com a ajuda de profissionais altamente qualificados e experientes, pretendemos formar bons profissionais para o mercado de trabalho e excelentes cidadãos para a sociedade. Temos a certeza de que iremos lhe proporcionar muito mais que uma formação profissional de qualidade. O curso, sem dúvida, será o seu passaporte para a realização de sonhos ainda maiores. Boa sorte e um ótimo curso! A direção.

Olá !!!

Você está iniciando neste momento o Curso de Atendente de Farmácia, ocupação que oferece boas chances de obter uma vaga no mercado de trabalho, pois faz parte dos segmentos profissionais de farmácias, clínicas e hospitais. É possível que você já saiba algumas coisas sobre o assunto e talvez até já tenha trabalhado no segmento. Nossa proposta é que, com este curso, você possa aprender as técnicas desta atividade ou aprimorar seus conhecimentos sobre elas, passando a ter uma visão organizada daquilo que um bom profissional da área precisa. Vamos também aproveitar nossos encontros para tratar de temas que irão ajudá-lo no momento de buscar uma inserção no mercado, trataremos de vários assuntos que contribuem para sua formação geral, a fim de que você conheça melhor o mundo que começará a desvendar. Assim, aproveite o curso para refletir, escrever, criar, discutir, relacionar-se com os colegas. Tudo isso fará diferença quando você estiver trabalhando.

Vamos às aulas!

O EMPREENDEDOR

IDEIA DE NEGÓCIO

PLANO DE NEGÓCIOS

CONSTITUIÇÃO FORMAL DA EMPRESA

ARRANQUE DA EMPRESA

ERROS A EVITAR NA CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA

CHECK-LIST PARA AVALIAÇÃO DA EXEQUIBILIDADE

DA IDEIA OU PROJETO

INTRODUÇÃO

O Guia do Empreendedor de apoio à Criação de empresas, tem como objetivo dotar os empreendedores de um conjunto de pistas simples mas muito importantes que vão desde a exploração da ideia de negócio até à sua concretização, passando pelas suas várias vertentes que vão desde a estratégia, o marketing, os recursos humanos, o investimento, o plano de financiamento, entre outros. Criar uma empresa pressupõe muitas mudanças ao nível pessoal, pelo que é conveniente fazer uma auto avaliação que permita determinar realmente se está em condições de assumir esse risco e se tem capacidades para enfrentar os obstáculos que surgindo durante o processo de criação e arranque da empresa. I

– EMPREENDEDOR

O empreendedor tem como características principais o espírito criativo e o gosto pelo risco. Está constantemente à procura de novos caminhos e de novas soluções, não esquecendo nunca as necessidades do mercado.

Para ser um empreendedor de sucesso é essencial que tenha algumas características específicas:

- Mente aberta
- Visionário
- Criativo
- Disposto a assumir riscos
- Comprometido
- Corajoso
- Ter espírito de iniciativa
- Flexível e com capacidade de adaptação
- Racional
- Sabe trabalhar em equipa
- Aprende com os próprios erros
- Gere e molda mudanças
- Auto-suficiente
- Auto-confiante
- Optimista
- Procura o sucesso
- Tem necessidade de realização
- Interdependente
- Têm noção dos benefícios e custos
- Sabe procurar, utilizar e controlar recursos

- Traduz os seus pensamentos em ações
- Perseverante e tenaz
- Sobrevivente

No entanto existem também um conjunto de **fraquezas** que os promotores demonstram na fase de criação de uma empresa e que devem ser contornadas:

- Ausência de percepção global do projeto inserido e sua envolvente (oportunidades, barreiras)
- Lacunas ao nível de certas disciplinas de gestão
- Tomada de decisão e passagem à prática problemática.
- Reduzida afirmação de atitudes de liderança e comunicação.

Uma das formas De ultrapassar estas fraquezas consiste no desenvolvimento das suas capacidades de gestão, através de formação que deverá ser:

- Multidisciplinar - cobrir as diversas áreas da gestão
- Global - visão da empresa e da sua envolvente
- À medida - em função das pessoas e suas necessidades

- Reveladora - permitir ir mais longe
- Didática - mais conceitos do que técnica
- Interativo - desenvolver a comunicação.

-IDÉIA

A ideia é um dos pilares fundamentais para a criação de qualquer empresa, no entanto é muitas vezes um dos aspectos mais difíceis de determinar. Para encontrar uma boa ideia é necessário estar atento ao ambiente sócio econômico com o objetivo de descobrir um nicho de mercado (necessidade não coberta pelo mercado) ou um produto e/ou serviço que existia em outro país e que possa ser implementado no Brasil.

Antes de transformar a ideia ou o projeto empresarial em realidade, o promotor deverá fazer uma análise profunda sobre aquilo que tem ou pretende oferecer ao mercado.

Deve tentar responder a um conjunto de perguntas de forma clara e objetiva, das quais destacamos:

- Qual é o seu negócio?
- Que tipo de produtos e/ou serviços vou oferecer ao mercado?

- Estado de desenvolvimento dos produtos e/ou serviços?
- Que processos e meios tecnológicos vou utilizar? - Quem vão ser os meus clientes?
- Quem vão ser os meus fornecedores?
- Qual vai ser a vantagem sobre os produtos e/ou serviços da concorrência?
- Como vou colocar os meus produtos e/ou serviços no mercado? É fundamental que concretize a sua ideia por escrito.

ANÁLISE MACRO-ESTRUTURAL

A análise do ambiente macro estrutural que rodeia e influencia o mercado e o negócio da empresa passa pela observação estudo permanente da evolução prospectiva dos fatores que possam vir a condicionar as atividades da empresa.

Atualmente nenhuma empresa está isolada no seu mercado local, regional ou nacional. Todas sofrem a concorrência externa. Assim ao planear a estratégia da sua empresa deverá ter em conta os seguintes fatores:

- Fatores Político-legais
- Fatores Econômicos
- Fatores Sócio demográficos
- Fatores Tecnológicos
- Fatores Ecológicos e Geográficos

-Fatores Político-legais

Deverá conhecer profundamente o ambiente político e legislativo do país onde está inserido, e perceber em que medida essas circunstâncias poderão afetar o seu mercado e o desenvolvimento do seu negócio.

É também fundamental que esteja atento à legislação comunitária, uma vez que as normas comunitárias, impositivas ou mesmo orientadoras, afetam as legislações nacionais. Assim uma atenção especial à produção normativa da Comunidade Europeia poderá antecipar muitas situações, quer negativas quer de oportunidade.

Se tem intenção de proceder à internacionalização da empresa deverá também dispensar uma atenção especial às legislações dos países de destino.

-Fatores Econômicos

Deverá conhecer os indicadores macroeconômicos que poderão afetar o seu negócio. Não se trata de efetuar uma análise descritiva sobre a evolução econômica do país, mas sim de ter uma visão clara do que poderá afetar em termos macroeconômicos a atividade da sua empresa, de saber qual o comportamento da mesma quando algum dos indicadores das contas nacionais se alteram (PIB, Balança Comercial, Inflação, Investimento, entre outros).

-Fatores Sócio demográficos

Deverá ter em conta as alterações ou mudanças na vida das pessoas em termos demográficos e socioculturais que poderão criar oportunidades ou riscos para o seu mercado. Fenômenos como o aumento da esperança de vida, a taxa de natalidade, hábitos culturais, mudanças de hábitos de consumo, entre outros, poderão produzir alterações substanciais no mercado.

-Fatores Tecnológicos

A evolução tecnológica em muitos domínios atinge hoje velocidades alucinantes. Deverá ter em atenção que implicações poderão ter qualquer evolução ou invenção nas atividades da empresa? Quais as capacidades da empresa para realizar investigação e desenvolvimento? Que alterações tecnológicas são previsíveis e poderão afetar a satisfação das necessidades de mercado? Como vai evoluir a tecnologia e o know-how dos seus produtos? Que evolução tecnológica poderão ter os produtos/serviços da concorrência?

Ter conhecimento da investigação e desenvolvimento (I&D) dos principais concorrentes, poderá ser de grande utilidade.

As fontes de informação nem sempre são as melhores, no entanto as publicações científicas e a pesquisa na Internet poderão dar uma grande ajuda na obtenção de dados que poderão servir de base à reflexão e ao planeamento estratégico da empresa.

-Fatores Ecológicos e Geográficos

É também importante prestar atenção aos Fatores ligados ao meio ambiente, uma vez que, tendencialmente estes terão maior importância nas atividades da empresa e nos seus mercados, sendo muitas vezes fonte de oportunidades para novos negócios.

Deverá ter também, em atenção que restrições ambientais podem afetar a atividade da empresa, o seu sector o ou seu mercado? Que oportunidades e ameaças podem ser susceptíveis de afetar a atividade ou a oferta produzida pela empresa?

- PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é um elemento fundamental com que se deve contar quando se pretende criar uma empresa. Deve ser um documento formal, onde se reconhecem por escrito e de uma forma coerente, realista, sistemática e pormenorizada, as ações a levar a cabo de uma forma controlada pelo promotor e pelos seus colaboradores para a consecução dos objetivos pré-estabelecidos.

REGRAS PARA A APRESENTAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

- Dê-lhe a importância devida. Assegure-se que o seu plano vai ao encontro das necessidades dos seus utilizadores.
- Evite o detalhe excessivo.
- Escreva o sumário em último lugar. Escolha um estilo e um conteúdo que atraia o leitor até ao fim do plano.
- Quando avaliar mercados use informações independentes. Desconfie da sua própria percepção de mercado.
- Confirme as bases e o rigor das projeções elaboradas com a folha de cálculo.
- Use seletivamente a "checklist" para orientar o processo de desenvolvimento do seu Plano de Negócios.
- A qualidade da apresentação é importante. Siga os tópicos ao escrever o Plano de Negócios.

REGRAS PARA A ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

- Plano de Negócios é um importante passo para a garantia de sobrevivência da empresa e para a sua rentabilidade.
- Os financiadores não o levarão a sério se não tiver um Plano de Negócios.
- Envolver todos os níveis da gestão da empresa e garantir um consenso de objetivos.
- Distinga estratégia de tática.
- Use informação de terceiros acerca do seu sector de atividade e seus mercados.
- Esteja preparado para dedicar todo o tempo e esforço para o seu Plano de Negócios.

PLANO DE NEGÓCIOS - UMA ESTRUTURA POSSÍVEL 1

- Índice

2 - Resumo do plano e conclusões (sumário executivo).

De forma condensada, sintetizar os capítulos do plano, com as principais conclusões da análise financeira, bem como os Fatores chave de negócio a análise SWOT e os planos contingentes.

3 – Objetivos do plano de negócios

Descrição dos objetivos principais e secundários do Plano que se pretende elaborar.

4 - Identificação da Empresa e dos promotores

Qual a minha atividade? Quem somos e o que fazemos? Deverá referir a designação social, o seu objeto social bem como a forma jurídica.

Deverá analisar as diferentes formas jurídicas para poder optar pela que melhor se adapta às características da sua empresa. Deverá começar por definir o número de sócios, o envolvimento de cada um, o tipo de responsabilidade face a terceiros, tramites e obrigações de constituição, fiscais, laborais e contabilísticas.

5 – O Produto e/ou Serviço

- O que vou vender? (Descrição e caracterização dos produtos e /ou serviços)
- Porque é que os meus produtos/serviços se diferenciam dos produtos/serviços da concorrência? • Deverá também ter em atenção se existe algum tipo de imposição legal que condicione a execução do projeto.
- Deverá ainda realizar a segmentação e posicionamento dos produtos/serviços.

- Refira se existe alguma patente ou licença especial. De seguida apresenta-se um quadro resumo da informação que é necessário referir para cada produto e/ou serviço que a empresa pretende oferecer ao mercado.

Produtos e/ou serviços			
Produtos e/ ou Serviços	Caracterização e Descrição Técnica	Elementos Inovadores	Desenvolvimento do Produto

6 – Mercado

- Como poderá evoluir o sector de atividade onde pretendo atuar?
- Quem são e onde estão os meus clientes e concorrentes?

7 – Plano de Marketing Objetivos

Trata-se de definir os objetivos a curto e médio prazo da empresa.

Objetivos quantitativos - previsões de vendas para os próximos 3 anos. Para que a margem de erro das previsões seja reduzida, estas deverão ser determinadas mês a mês.

Definidas as previsões é então fácil estabelecer as previsões de vendas para o primeiro ano e para os próximos anos com uma perspectiva de crescimento. Um fator a ter em conta é se o produto/serviço é de carácter sazonal, para analisar com detalhe as possibilidades de venda.

Objetivos qualitativos - determinam as possibilidades de crescimento da empresa, as medidas a adoptar de acordo com a evolução que a atividade está a ter, permitindo alterações eventuais de estratégia.

Marketing Mix

O marketing-mix pode ser definido como a combinação das variáveis de marketing que a empresa usa com o propósito de alcançar os objetivos predefinidos dentro de seu próprio nicho do mercado.

A classificação mais conhecida das variáveis do mix é proposta por Mc-Carthy e conhecida pelo nome "quatro P's":

Produto

Esta variável já foi analisada anteriormente, quando definiu os seus produtos e/ou serviços.

Preço

Para estabelecer o preço do produto ou serviço deve ter em conta todos os elementos que vão contribuir para a sua fixação:

Fatores externos: consumidores finais, membros do canal de distribuição, a concorrência e o ambiente legal.

Fatores internos: objetivos da empresa, custos de produção, estratégia global de marketing.

Analisados e tidos em conta estes elementos, pode fixar um preço aproximado para o produto/serviço.

Comunicação

Para dar a conhecer o produto ou serviço aos clientes é necessário a utilização de uma série de ferramentas ou meios de comunicação, a respeito dos quais devemos saber quais os mais rentáveis analisando preço e impacto sobre o público-alvo. Deve ser estabelecido que tipo de imagem quer transmitir aos clientes, que tipo de publicidade se vai levar a cabo, em que meios, com que regularidade, que tipo de linguagem utilizar, que forma, etc. Convém também pensar na possibilidade de fazer planos promocionais (ofertas, descontos, etc.).

Distribuição

A distribuição representa o canal através do qual o produto vai chegar aos clientes ou consumidores, estabelecendo quem e quantos serão os intermediários, as áreas de distribuição, custos de transporte, possibilidades de subcontratação.

8 – Industrialização

- Caracterização da tecnologia a utilizar
- Processo tecnológico
- Descrição dos principais equipamentos a adquirir
- Sistema de gestão da produção
- Matérias-primas a utilizar
- Política de subcontratação
- Política e organização da qualidade

9 – Organização e formação

Dentro de uma empresa um dos Fatores mais importantes para o seu desenvolvimento são os recursos humanos. Há que planear as funções a desenvolver, agrupa-las em postos de trabalho e recrutar as pessoas com o perfil adequado. No início da atividade pode até ser desnecessária a contratação, mas é necessário da mesma forma definir as funções dos promotores.

Deve ser desenhado um organograma empresarial estabelecendo as responsabilidades e funções de cada posto, horário, salário, modalidades de contratação. Não deverá também esquecer a política de formação.

10 – Plano de Investimento e localização da empresa A elaboração do Plano de Investimento bem como a localização da empresa, deverá analisar e descrever de forma pormenorizada os Fatores que influenciam a localização da empresa bem como descrever os aspectos mais importantes do imobilizado corpóreo e incorpóreo, quantificando o seu valor, estabelecendo-se por sua vez a política de amortizações para a empresa.

A localização geográfica da empresa é uma decisão estratégica que de acordo com a definição de cada negócio, se pode tornar vital para a viabilidade do mesmo.

Imobilizado Corpóreo: Integra os imobilizados tangíveis, móveis ou imóveis, que a empresa utiliza na sua atividade operacional, que não se destinem a ser vendidos ou transformados,

com carácter de permanência superior a um ano. Inclui também as benfeitorias e as grandes reparações que sejam de acrescer ao custo daqueles imobilizados.

Imobilizado Incorpóreo: integra qualquer elemento patrimonial intangível, englobando direitos e despesas de constituição, arranque e expansão (ex: Trespases; Patentes; Marcas; Alvarás; Licenças; Investigação e desenvolvimento). Amortização é a expressão do gasto pela depreciação sistemática anual efetiva sofrida pelo imobilizado corpóreo e incorpóreo, pela sua aplicação no processo produtivo da atividade da empresa, assim como a distribuição no exercício do gasto amortizável imputado pelo seu carácter plurianual.

11 - Plano de financiamento

Deverá responder às seguintes questões: Como vou financiar a minha empresa?

Quem a poderá financiar?

Poderá financiá-la com:

- Capitais próprios

Capital Social

Suprimentos e prestações suplementares

- Capitais alheios

Financiamento médio prazo Financiamento curto prazo Contratos leasing

Outras fontes de financiamento

12 - Análise da viabilidade econômico-financeira da empresa

Tenha em conta:

- As condições de exploração
- Programa de vendas e de produção
- Custos variáveis e custos fixos
- Função financeira
- A conta de exploração e balanços provisionais
- Os indicadores econômicos e financeiros

13 - Avaliação do Negócio Fatores chave do sucesso

O que é importante para atingir os objetivos?

Deverá determinar os principais domínios dentro da empresa dos quais “as coisas se devem passar bem” para que os objetivos sejam efetivamente atingidos.

Os Fatores chave de sucesso devem ser avaliados para cada objetivo proposto.

Análise SWOT

Esta análise tem como objetivo estudar os pontos fortes e fracos da sua empresa, as oportunidades e as ameaças com que a empresa se vai deparar ao realizar a sua atividade.

As **oportunidades** são situações da envolvente que permitem melhorar a situação competitiva da empresa se forem aproveitadas.

As **ameaças**, pelo contrário, são situações que, se não se enfrentam adequadamente, podem colocar a empresa em pior situação competitiva.

Os **pontos fortes** de uma empresa são aqueles aspectos da mesma que supõem uma vantagem comparativa frente às demais empresas concorrentes do sector.

Pelo contrário, os **pontos fracos** de uma empresa são aqueles aspectos que supõem uma desvantagem comparativa frente a essas mesmas empresas concorrentes.

14 - Principais riscos e condicionantes da evolução da empresa. Formas de os contornar.

Deverá responder às seguintes questões: O que pode correr mal?

Como prever e ultrapassar esta situação?

Planos contingentes.

O que é que pode acontecer para que as coisas funcionem mal? Como o corrigir?

Uma vez estabelecida a estratégia e as técnicas é altura de antecipar os acontecimentos imprevisíveis que o poderão impedir de atingir os objetivos. Grande parte deles poderão estar fora de controlo. Deverá refletir atentamente na resposta a dar, quando quaisquer imprevistos surgirem, antecipando assim uma solução.

NÃO ESQUEÇA

- Não conceba o Plano de Negócios sozinho. Procure críticas ao trabalho efetuado.
- Adeque o projeto à capacidade financeira da equipa e à sua disponibilidade motivacional.
- Tenha em atenção que raramente a família aceitará durante muito tempo uma situação em que trabalha mais ganhando menos.
- Desconfie sempre dos financiadores. Mesmo que tenha a carteira de encomendas “cheia” nem sempre é fácil obter financiamentos rápidos.
- Arranque pequeno procurando crescer à medida do mercado.

- Evite dedicar-se exclusivamente à execução dos contratos assinados esquecendo-se de prospectar novos clientes.
 - De igual modo não se esqueça de acompanhar a sua tesouraria.
 - Acompanhe sempre de perto os prazos de pagamento dos seus clientes.
 - Não se esqueça que antes de receber vai ter de pagar.
 - Verifique (teste) os seus conhecimentos sobre o sector de atividade onde quer entrar.
 - Não subestime os prazos de realização do projeto. •
- E finalmente teste a sua motivação bem como a sua condição psíquica e física:
- O seu espírito empreendedor e grau de ambição.
 - A sua resistência à fadiga (longos períodos de trabalho) e à pressão.
 - A capacidade de liderança e motivação da equipa.
 - A capacidade de organização, gestão do tempo e trabalho em equipa.
 - O seu gosto pelo risco e tomada de decisão.

- A preferência por uma percepção global do negócio.
- A sua disponibilidade para assumir um forte compromisso psicológico e material com o projeto.

IV – Constituição Formal da Empresa

Uma das primeiras coisas que deverá fazer quem decide criar uma empresa é definir qual é a forma legal mais adequada para o desenvolvimento da mesma. Desde logo, o fundamental é a própria ideia empresarial, a planificação do negócio, o estudo e a análise dos custos iniciais e de produção; no entanto a seleção da forma jurídica da empresa marcará desde o início uma série de situações, que tornam importante acertar no modelo selecionado.

Questões como o tipo de responsabilidade, o compromisso dos bens prévios ao início da atividade, a fiscalidade do negócio, o cumprimento do maior ou menor número de requisitos, a necessidade de financiamento externo, etc., são todos eles Fatores que se devem ter em conta na hora dessa decisão.

O quadro seguinte resume as principais características das diferentes formas jurídicas que a empresa pode adoptar.

Forma	N.º de	Capital Mínimo	Responsabilidade	Obrigações Fiscais	Segurança social**
Empresário em Nome Individual	1	Sem capital mínimo obrigatório	ilimitada O empresário responde ilimitadamente pelas dívidas contraídas no exercício da sua atividade	IRS IVA*	Contribuição
Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada	1	5.000,00	Pelas dívidas resultantes da atividade compreendidas no objeto EIRL respondem apenas os bens a ele afetos. Em caso de falência, se o princípio da separação patrimonial não for devidamente observado na gestão do estabelecimento, o falido responde com todo o seu	IRS IVA*	Contribuição
Sociedade Unipessoal por Quotas	1	5.000,00	Limitada ao montante do capital social	IRC IVA*	Contribuição
Sociedade em Nome Coletivo	Mínimo 2	Não existe montante mínimo obrigatório	ilimitada e subsidiária perante a empresa e solidariamente, entre si perante os credores	IRC IVA*	Contribuição
Sociedade Comandita	em Comandita simples - Mínimo 2 Comandita por ações - Mínimo 5	-	Mista. Reúne sócios de responsabilidade limitada (comanditários), que contribuem com o capital e sócios de responsabilidade ilimitada (comendados), que	IRC IVA*	Contribuição

	comanditado		gestão e a direcção efetiva da sociedade.	
Sociedade por Quotas	Mínimo 2	5.000€	Limitada ao montante do capital social.	Cont
Sociedade Anónima	Mínimo 5	50.000€	Limitada. Os sócios limitam a sua responsabilidade ao valor das ações por si	IRC IVA* Cont

Nota: *Deduz e liquida IVA quando aplicável

**Deve ter este ponto em atenção, pois existem diferentes regimes contributivos: regime geral, regime não contributivo e regimes complementares. Decidida a forma jurídica da empresa, é necessário realizar os seguintes trâmites para a constituição da sociedade:

- **Nome e razão social.** Recomendações:
 - Que seja distintiva, original e fácil de entender, pronunciar e recordar.
 - Que tenha alguma relação com a atividade da empresa.
 - Que seja atrativo tanto ao nível do som como na sua grafia. Tanto mais que do nome se deve desenhar um logótipo.
 - Que tenha vocação do futuro e expansão comercial.
 - Que não coincida com o de nenhuma outra.

- Pedido do Certificado de Admissibilidade de Firma ou denominação de pessoa coletiva (CAF)

O CAF poderá ser obtido em qualquer Conservatória do Registo Comercial ou na sede do Registo Nacional das Pessoas Coletivas (RNPC) ou ainda no CFE (Centro de Formalidades das Empresas).

A sociedade comercial a criar terá de ter um nome (a firma) sem o qual não é possível proceder à outorga do pacto social. O certificado é a garantia que o nome escolhido pela nova empresa é válido (no sentido de que não existe no mercado uma firma com uma designação similar). - **Pedido do Cartão Provisório de Identificação de Pessoa Coletiva (opcional).**

Ao requerer o CAF deverá também solicitar o Cartão Provisório de Pessoa Coletiva. Documentos necessários:

- Impresso Modelo 11 (pedido do Certificado de Admissibilidade - original e duplicado);
- Impresso Modelo 10 (pedido do Cartão Provisório);
- Guia de depósito dos respectivos emolumentos - (Certificado de Admissibilidade e Cartão Provisório).

O prazo de validade do certificado é de 180 dias para efeitos de escritura e válido por 1 ano após a celebração da escritura, para efeitos de registo comercial.

- Marcação da Escritura Pública

Está pois em condições de marcar a escritura pública, que deverá ser realizada num Cartório Notarial.

Documentos necessários:

- Formulário do CFE relativo à constituição de sociedades preenchido;
- Certificado de Admissibilidade de Firma;
- Fotocópia dos documentos de identificação dos outorgantes (pessoas singulares: B.I. e N.I.F - pessoas Coletivas: Certidão da Conservatória do Registo Comercial comprovativa de todas as inscrições em vigor emitida há menos de um ano, Cartão de Pessoa Coletiva, Pacto Social em vigor, B.I. e cartão de contribuinte de quem obriga ou representa a sociedade);
- Relatório do Revisor Oficial de Contas para as entradas em bens diferentes de dinheiro;

- Documento comprovativo do pagamento do I.M.T. (Imposto Municipal sobre as Transmissões Onerosas de Imóveis), quando há entradas em bens imóveis para a realização do capital social, salvo se estiver isento.

- Celebração da Escritura Pública

Documentos necessários:

- Documentos de identificação dos outorgantes

- Declaração de Início de Atividade

Após a celebração da escritura pública deverá pedir a declaração de início de atividade na DGCI - Direção Geral dos Impostos (repartição de finanças da área da sua sede).

O pedido da declaração do início de atividade deverá ser realizado no prazo de 90 dias a contar da inscrição no RNPC (data da emissão do cartão provisório).

Documentos necessários:

- Modelo da INCM em vigor - em triplicado, com os dados relativos ao técnico oficial de contas, devidamente certificado;
- Cartão Provisório de Identificação de Pessoa Coletiva ou Certificado de Admissibilidade de Firma;

- Fotocópia da escritura pública;
- Fotocópia do B.I. e dos N.I.F. dos sócios e do técnico de contas;
- Guia de depósito relativa ao cartão de identificação de pessoa Coletiva

- Requisição do Registo Comercial, Publicação no DR e Inscrição no RNPC.

Deverá proceder ao registo da constituição da sociedade. Só com o registo definitivo do contrato, a sociedade adquire efetivamente a sua personalidade jurídica.

Entidade competente no CFE: Gabinete de Apoio ao Registo Comercial .

Este Gabinete encarregar-se-á de enviar toda a documentação à Conservatória do Registo Comercial competente (da área da sede da sociedade).

Documentos necessários:

- Escritura Pública da constituição da sociedade;
- Certificado de Admissibilidade de Firma;
- Declaração de Início de Atividade.

Prazo: Até 3 meses após a celebração da escritura pública.

Nota: A requisição do registo deve ser efetuada por um sócio, por um gerente da sociedade ou por representante legal. No Gabinete de Apoio ao Registo Comercial serão efetuados três pagamentos distintos (à Conservatória do Registo Comercial, ao RNPC e à Imprensa Nacional Casa da Moeda pela publicação do pacto social no Diário da República), pagamentos que devem ser realizados através de 3 cheques diferentes.

Publicações:

Diário da República: sociedades por quotas, anónimas ou comandita por ações; Jornal da localidade da sede ou da respectiva região: sociedades por quotas ou anónimas (salvo se o requerente declarar expressamente que não a pretende).

- Inscrição na Segurança Social

Deverá agora proceder à inscrição na Segurança Social, no Centro Regional da Segurança Social da sua área da sede, ou na entidade competente no CFE (ISS – Instituto da Segurança Social) Documentos:

- Boletim de Identificação do Contribuinte;
- Escritura Pública de constituição da sociedade;
- Cartão de Identificação de Pessoa Coletiva ou Certificado de Admissibilidade de Firma;
- Acta da nomeação dos membros dos órgãos estatutários e sua situação quanto à forma de remuneração;
- Fotocópia do cartão de contribuinte dos membros dos órgãos estatutários da sociedade;
- Declaração de início de atividade.

Prazo:

- A inscrição na Segurança Social deverá ser efetuada no prazo de 10 dias úteis, a contar da data declarada no Modelo de início de atividade.

Os CFE (Centros de Formalidades das Empresas) são serviços de atendimento e de prestação de informações aos utentes que têm por finalidade facilitar os processos de constituição, alteração ou extinção de empresas e atos afins.

ERROS A EVITAR NA CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA

Existem ERROS a evitar quando se pretende criar uma empresa, dos quais destacamos:

- **Formalidades jurídicas (Falsa questão)**
- **“One man show”**
- **Isolamento**
- **Exclusividade e dedicação**
- **Conhecer o mercado e a envolvente**
- **Sobredimensionar a empresa**
- **Abordar mercados desconhecidos**
- **Menosprezar a concorrência**
- **Atuar orientado para o mercado**
- **Imaginar que o produto se vende só por si**
- **Julgar que os catálogos se transformam em clientes**
- **Financiamento**
- **Sobre dimensionamento**
- **Subavaliar encargos**
- **Acreditar excessivamente na banca e nos subsídios**
- **Gestão dos recursos humanos, técnicos e financeiros**
- **Não controlar a tesouraria**
- **Ter clientes maus pagadores**
- **Entrar em conflitos com os sócios**

Não se esqueça, sempre que tiver dúvidas sobre o caminho a seguir na criação da sua empresa utilize o seguinte check-list que servirá de linha orientadora para a realização do projeto.

CHECK-LIST PARA AVALIAÇÃO DA EXEQUIBILIDADE DA IDEIA OU PROJETO

Exequibilidade Técnica

A ideia está disponível (não está já protegida de propriedade)? É tecnicamente realizável?

É industrialmente realizável?

É patenteável?

Terá interesse em se processar à patente ação?

Quando? Em que países?

Avaliação dos trabalhos de investigação e desenvolvimento ainda necessários, competências, equipamentos, instalações e materiais necessários e qual o período de tempo necessário para estar completamente pronto?

Avaliação dos pontos fortes e fracos no plano técnico, por comparação com a concorrência. Determinação dos esforços a introduzir para manter um avanço tecnológico. Determinação do ciclo de vida do produto.

Quantificação dos problemas de controlo e de garantia de qualidade. Quantificação dos problemas de utilização do produto pelos clientes e eventualmente do investimento na formação dos clientes.

Quantificação das probabilidades e riscos associados ao fornecimento de matérias-primas ou componentes e dos eventuais subcontratados. Análise da problemática de condicionamento dos stocks e do transporte.

Quantificação das consequências em matéria de garantias e do serviço técnico pós-venda.

Exequibilidade Comercial 1 - Procura

Identificação e quantificação dos potenciais clientes.

Segmentação de acordo com as necessidades.

- Por áreas geográficas;
- Por categoria dos potenciais clientes;
- Por canais de distribuição.

Enumerar as necessidades e aspirações quantitativas das diferentes categorias dos potenciais clientes.

Identificação da forma sob a qual serão satisfeitas as necessidades dos potenciais clientes.

2 - Oferta Identificação dos produtos concorrentes

- Posicionamento face à procura.
- Especificações técnicas.
- Posicionamento tecnológico dos produtos concorrentes.
- Duração de vida útil dos produtos de mercado.
- Quantificação do mercado global (produção exportação, importação).
- Níveis de preços praticados. Identificação das empresas concorrentes (por produto)
- Dimensão e atualização tecnológica - mercado alvo (regional, nacional, exportação).
- Política de preços, estratégias de marketing, práticas comerciais e canais de distribuição.
- Produtores e/ou importadores.
- Quantidade e valor de quotas de mercado da concorrência.

3 - **Caracterização do mercado potencial e perspectivas de valorização**

Comportamento verificado ao longo dos últimos anos (taxas de crescimento, ...)

Perspectivas de evolução.

Conhecimento da existência de potenciais concorrentes.

4- **Estratégias de penetração**

Detecção das oportunidades de penetração no mercado (segmentos de mercado). Perspectiva de um novo mercado dificilmente acessível pela concorrência. Determinação do nível de preços praticados. Identificação das vantagens comparativas trazidas por um novo produto. Quantificação das possibilidades e esforços de penetração no mercado. Esboço de uma estratégia comercial com estimativa dos custos de promoção, de venda e de distribuição.

Exequibilidade Humana

O empresário e sua equipa

- Idade.
- Formação de base.
- Experiência profissional (gestão, técnica, comercial).
- Perfil psicológico (dimensão, criatividade, vontade de correr riscos, resistência aos choques psicológicos, conhecimento dos seus limites, tenacidade).
- Pontos fortes, pontos fracos relacionados com o projeto.

O empresário e a equipa de gestão, possuem a motivação a motivação e a capacidade para desenvolver o projeto e em seguida gerir a atividade e o seu futuro com sucesso, do ponto de vista:

- Estratégico
- Técnico
- Comercial
- Recursos humanos
- Administrativo e financeiro

Existem na região as competências necessárias aos diversos níveis, para assegurar o funcionamento e a evolução? E a que custo?

- Enquadramento qualificado, técnico ou outro.
- Mão-de-obra qualificada, técnica ou outra.
- Laboratórios e organismos de I&D.

Existem na região organismos e programas de formação susceptíveis de contribuir para a formação dos quadros e a mão-de-obra em função das necessidades? E a que custo?

Pré-avaliação da estrutura a manter e seu custo.

Exequibilidade relacionada com a envolvente

Existem leis, regulamentações, normas a respeitar na região e nos mercados potenciais, que são susceptíveis de influenciar a atividade da empresa e seus resultados de forma significativa nos domínios de:

- Autorização e controlo dos produtos e/ou de exploração.
- Alfândega.
- Prevenção da poluição.
- Legislação do trabalho.
- Condicionamento.
- Transporte.
- Proteção do consumidor, etc.

Existem Fatores económicos susceptíveis de influenciar as taxas de juro, taxas de câmbio, inflação, etc.

Existem fatores socioculturais, tais como pressões sociais, susceptíveis de influenciar a atividade e os resultados.

Exequibilidade Económica e Financeira 1 - Investimento e financiamento.

1.1 - Quantificação dos custos de desenvolvimento do projeto até ao estágio de arranque.

- Custos de uma eventual patente
 - Custos dos estudos e de desenvolvimento técnico (investigação, protótipo, pré-série e afinação final, peritos, ensaios laboratoriais).
 - Custos dos estudos de mercado eventualmente a subcontratar.
- Custos de consultoria.

1.2 Cobertura das necessidades financeiras para o desenvolvimento do projeto.

- Identificação dos fundos próprios disponíveis.
- Determinação do capital de semente

necessário.62984334877 1.3 Estimativa dos custos dos investimentos industriais e outros.

- Terrenos, edifícios.
- Equipamentos e instalações.
- Fundo de maneio.
- Outros... 1.4 Estimativa do capital necessário ao

investimento industrial

- Fundos próprios.
- Capital de risco.
- Créditos, bancários e de fornecedores, leasing.
- Outros (incentivos).

2 - Funcionamento (Exploração) 2.1. - Proveitos

- Previsão dos preços a praticar
- Previsão das quantidades de venda.
- Previsões dos proveitos de vendas.
- Previsão dos custos fixos e variáveis e do ponto morto, em função da capacidade de produção e do mercado potencial.

2.2. - Custos

- Previsão dos custos industriais e dos aprovisionamentos.
- Previsão dos custos com o pessoal.
- Previsão dos custos comerciais.
- Previsão dos gastos gerais.
- Previsão dos preços de custo e dos gastos financeiros

3 - Avaliação global das oportunidades de encontrar os fundos necessários antes e depois do arranque.

ÉTICA

A ética está presente em todas as raças. Ela é um conjunto de regras, princípios ou maneira de pensar e expressar. Ética é uma palavra de origem grega com duas traduções possíveis: costume e propriedade de caráter.

A ética visa o bem coletivo e não o individualismo.

O QUE É SER ÉTICO?

Ser Ético nada mais é do que agir direito, proceder bem, sem prejudicar os outros. É ser altruísta, é estar tranqüilo com a consciência pessoal. “É cumprir com os valores da sociedade em que vive, ou seja, onde mora, trabalha, estuda, etc.” Ética é tudo que envolve integridade, é ser honesto em qualquer situação, é ter coragem para assumir seus erros e decisões, ser tolerante e flexível, é ser humilde. Todo ser ético reflete sobre suas ações, pensa se faz o bem ou o mal para o seu próximo. É ter a consciência “limpa”. O

QUE É ÉTICA PROFISSIONAL? Um profissional deve saber diferenciar a Ética da moral e do direito. A moral estabelece regras para garantir a ordem independente de fronteiras geográficas. O direito estabelece as regras de uma sociedade delimitada pelas fronteiras do Estado. As leis têm uma base territorial, valendo apenas para aquele lugar. Pessoas afirmam que em alguns pontos elas podem gerar conflitos. O desacato civil ocorre quando argumentos morais impedem que uma pessoa acate certas leis.

Às vezes as propostas da ética podem parecer justas ou injustas. Ética é diferente da moral e do direito porque não estabelece regras concretas.

A Ética profissional se inicia com a reflexão. Quando escolhermos a nossa profissão, passamos a ter deveres profissionais obrigatórios. Os jovens quando escolhem sua carreira, escolhem pelo dinheiro e não pelos deveres e valores. Ao completar a formação em nível superior, a pessoa faz um juramento, que significa seu comprometimento profissional. Isso caracteriza o aspecto moral da ética profissional.

Mesmo quando você exerce uma carreira remunerada, não está isento das obrigações daquela carreira.

Nós adolescentes temos várias perguntas para fazer sobre o futuro profissional. Quando temos uma carreira a seguir devemos colaborar mesmo com o que não é proposto. Muitas propostas podem surgir, por isso devemos estar receptivos. Sabemos que existem vários tipos de ÉTICA: ética social, do trabalho, familiar, profissional.

Ética profissional é refletir sobre as ações realizadas no exercício de uma profissão e deve ser iniciada antes da prática profissional.

Se você já iniciou a sua atividade profissional fora da área que você gosta não quer dizer que você não tenha deveres e obrigações a cumprir como profissional.

COMO É SER UM PROFISSIONAL ÉTICO?

Ser um profissional ético nada mais é do que ser profissional mesmo nos momentos mais inoportunos. Para ser uma pessoa ética, devemos seguir um conjunto de valores.

Ser ético é proceder sem prejudicar os outros.

Algumas das características básicas de como ser um profissional ético é ser bom, correto, justo e adequado.

Alem de ser individual, qualquer decisão ética tem por trás valores fundamentais. Eis algumas das principais:

1. Ser honesto em qualquer situação – é a virtude dos negócios.
2. Ter coragem para assumir as decisões – mesmo que seja contra a opinião alheia.
3. Ser tolerante e flexível – deve-se conhecer para depois julgar as pessoas.
4. Ser íntegro – agir de acordo com seus princípios.

5. Ser humilde – só assim conseguimos reconhecer o sucesso individual. “Difícil não é fazer o que é certo, é descobrir o que é certo fazer”. Robert Henry Srour

COMO FAZER UM CURRÍCULO

A crescente procura por profissionais especializados e qualificados e a competitividade na busca de uma colocação no mercado de trabalho fazem com que as pessoas se adaptem cada vez mais às novas exigências do mercado de trabalho. Para que um candidato a um emprego tenha sucesso na sua busca é necessário um currículo bem feito, dentro dos padrões exigidos pela empresas.

O “Currículo” ou “Curriculum Vitae” (do latim trajetória de vida) é um documento histórico contendo dados pessoais e de trajetórias educacional e acadêmica, habilidades, competências e experiências profissionais. Tem por objetivo apresentar o perfil de um profissional para um empregador.

Para despertar a curiosidade e interesse do empregador, o currículo deve ser muito bem elaborado proporcionando uma leitura fácil e rápida. Para isso, deve ser resumido e objetivo.

Seja breve

O seu currículo deve conter no máximo 2 páginas. Currículos com mais páginas podem ficar cansativos. Informe os dados que realmente são relevantes para o empregador, como:

- **Dados pessoais:** (nome completo, endereço completo, estado civil, número de filhos, nacionalidade, idade, telefone residencial e celular com DDD, e e-mail);

Obs. Dados como RG, CPF, número da carteira profissional, título de eleitor, atestado de reservista e passaporte são completamente dispensáveis. O número de filhos é muito importante para algumas empresas.

- **Objetivos Profissionais** – O que você quer, é uma informação muito importante para o empregador, assim ele analisa se os seus objetivos são os mesmos da empresa;

- **Resumo Profissionais** – O que você quer, é uma informação muito importante para o empregador, assim ele analisa se os seus objetivos são os mesmo da empresa;

- **Resumo Profissional** – Um resumo de suas competências e habilidades profissionais;

Obs. Esta é uma etapa muito importante, pois se o examinador gostar do seu resumo ele continuará lendo seu currículo.

- **Formação Acadêmica** – Listagem de cursos de graduação, pós-graduação, especialização, do mais recente para o mais antigo com ano de início e de conclusão.

Obs. Nunca coloque onde você fez o ensino médio ou fundamental, a não ser que o examinador peça isso para você.

- **Histórico Profissional** – Resuma seu histórico profissional com as empresas nas quais você trabalhou (da mais recente para a mais antiga), seu cargo, o período em que trabalhou e uma breve descrição de suas funções e responsabilidades.

Obs. Se você já possui uma grande experiência no mercado de trabalho coloque o histórico profissional antes da sua formação.

- **Idiomas** – Listagem dos idiomas com o nível de conhecimento (básico, intermediário ou fluência).

Obs. Esta informação é importantíssima. Alguns examinadores aconselham que você faça uma subavaliação de seus conhecimentos, pois você pode ser surpreendido em uma entrevista, ou seja, nunca minta.

- Informações Adicionais – Listagem de habilidades específicas, cursos complementares, seminários e workshops.

Apresentação

O seu currículo deve ser impresso em um papel de qualidade e não pode conter rasuras. Utilize uma fonte simples e de boa leitura como Verdana, Tahoma ou Arial. Fontes com muitas “firulas” nunca devem ser utilizadas, pois dificultam a leitura e por fim, não use fotos ou figuras em um currículo.

- **Não envie anexos** – Com a atual epidemia de vírus e “spywares” muitos empregadores eliminam arquivos indexados. Se for enviar o seu currículo por e-mail, insira o mesmo no corpo da mensagem de e-mail;

- **Nunca minta** – Você pode ser surpreendido já na entrevista;

- Não escreva sua pretensão salarial – Só escreva a sua pretensão salarial se o examinador exigir. Muitas vezes, o salário proposto pode ser maior do que o oferecido pela empresa, reduzindo, assim, as chances de ser selecionado sem contar que é muito deselegante;

- **É desaconselhável dividir as informações em itens**– como, por exemplo: 1, 1.1, 1.2, 2, etc;

- É desnecessário datar e assinar o currículo;

- Erros de português são inaceitáveis.

COMO SE PORTAR EM UMA ENTREVISTA

Nesta etapa, o jovem terá pouco tempo para se apresentar. Será questionado sobre a sua vida pessoal ou serão feitas perguntas que parecem impossível de serem respondidas. Busca-se perceber se o candidato possui um raciocínio sólido.

A entrevista dura cerca de 45 minutos, onde se busca, também analisar desde a sua estrutura familiar, auto-imagem, situação econômica, momentos marcantes da vida e qualidades individuais que possam render vantagens para a empresa.

Para causar uma boa impressão na entrevista o candidato deve:

Treinar, treinar, treinar: simule a entrevista com a ajuda de um amigo e uma câmera de vídeo. Veja os resultados e corrija as falhas.

Escolha a roupa certa: prefira peças de cores lisas, nos tons azul, vinho, bege ou cinza.

Procure saber qual é o traje mais comum na empresa.

Saiba se a entrevista é só com você ou se é em grupo: chegue pelo menos 20 minutos mais cedo. Responda as perguntas olhando para o entrevistador. Responda com transparência e educação. Fale pausadamente e pronuncie bem as palavras. Fale de maneira firme.

Sem perder a calma.

Posicione-se na cadeira com elegância: mantenha a cabeça erguida, mas sem exageros; não fique balançando as pernas nem se mexendo o tempo todo. Faça a expressão fácil trabalhar a seu favor: a fisionomia tem que estar relaxada, com ar natural e descontraído.

Seria bom:

Ter conhecimento prévio da empresa em que se procura emprego (converse previamente com funcionários, recrutadores ou pesquise no site da empresa).

Demonstrar entusiasmo, liderança e disposição para trabalhar e inovar.

Procure evitar:

A tentativa de enganar ou bajular o entrevistador, parecendo aquilo que você não é.

Gestos que soem falsos e uso exagerado de expressões estrangeiras. Falar mal de pessoas, principalmente daqueles que estão disputando a mesma vaga com você

COMO SE PORTAR BEM NO TRABALHO

O fato é o seguinte: a gente passa a maior parte do tempo da vida com as pessoas com quem trabalhamos. Muito mais tempo do que com os amigos, os namorados, a família.

Curiosamente, o horário nobre do dia de todos nós é entre pessoa que não escolhemos, não conhecíamos antes e de quem podemos, inclusive, não gostar. No entanto, bem ou mal, funciona.

E pode funcionar ainda melhor se cada um observar pequenos cuidados para uma política de boa convivência. Não custa nada e torna 8 horas do seu dia muito mais agradáveis. Fala a verdade: não é pouca coisa! Algumas sugestões:

1- Não invada o ambiente com a música do seu computador. Você pode amar as Cansei de ser Sexy, mas seu vizinho pode odiar.

2- Não se isole com o fone de ouvido a ponto de obrigar seus colegas a levantar e bater em seu ombro para falar com você.

3- Preste atenção em seus gestos e evite: batucar com a caneta enquanto fala ao telefone, causando um barulho irritante para quem está ao lado; tamborilar sistematicamente com a ponta dos dedos a mesa de reunião; assoviar baixinho enquanto escreve seus relatórios; balançar as pernas ou fazer isso chutando (ainda que de leve) os pés na mesa.

4- Cuidado com tiques pouco higiênicos como ficar mexendo no nariz, fungar o nasal como se estivesse resfriado ou produzir horríveis roncos e resfôlegos como se o pulmão fosse sair pela garganta.

5- Não abuse do perfume nem da falta dele. Um cheirinho de limpeza é sempre muito agradável.

6- Telefonemas particulares devem ser rápidos e em tom baixo. Alias, não fale alto nunca.

7- Ao sair para um cafezinho, leve seu celular para que ninguém tenha que aturar os sons das chamadas enquanto você está fora.

8- Não coma na mesa de trabalho para não enjoar seu vizinho com o cheiro da comida. E, ao terminar o lanche, deixe a mesa impecavelmente limpa.

9- Não fume, em hipótese nenhuma, na mesa de trabalho. Não adianta abrir a janela e fumar ali do lado. Saia e vá ao local de fumantes.

10- Se atender uma ligação para um colega ausente, não precisar dizer que ele está no banheiro. Basta dizer que ele não está por ali naquele momento e tome nota do recado. Não custa nada.

11- Seja bem educado, sempre. Sorria e diga bom dia, diga muitas vezes, por favor e obrigado e diga “até amanhã” aos seus colegas, porteiros, manobristas, telefonistas, faxineiros e chefes.