

META Emp

METODOLOGIA
DE APOIO AO
EMPREEN
DEDORISMO



METODOLOGIA
DE APOIO AO
**EMPREEN
DEDORISMO**



apresentação

O MONTE

DESENVOLVIMENTO ALENTEJO CENTRAL, ACE assume desde a sua constituição em 1996, como uma das prioridades da sua atuação, o apoio à promoção do emprego e ao desenvolvimento económico, das comunidades e agentes locais. Tratando-se de uma área estratégica, o Monte, a partir da sua experiência como agente de desenvolvimento, foi construindo e identificando práticas de trabalho mais ajustadas à criação e manutenção do emprego, em territórios rurais e de baixa densidade. É a apresentação desta metodologia de apoio ao empreendedorismo que constitui o objetivo deste trabalho.

Metodologia

A Metodologia de Apoio ao Empreendedorismo (META Emp) visa contribuir para o aumento de iniciativas de criação do próprio emprego e reforçar a sustentabilidade.

A META Emp compreende um conjunto de etapas pelas quais passa o processo de criação de um negócio. O manual compreende a apresentação das fases que constituem os momentos chave para o desenvolvimento de uma ideia de negócio até à sua concretização. Para cada uma das etapas identificam-se os resultados a atingir, como um pressuposto obrigatório para a passagem à fase seguinte. Este processo tem subjacente uma dinâmica de trabalho que terá que existir entre empresária/o e técnica/o, assumindo este último o papel de dinamizador e facilitador do processo de criação de emprego e de empresas. Para cada uma das fases, são apresentados os instrumentos e os recursos que ajudam a/o empresária/o avançar no desenvolvimento da sua ideia de negócio. As ferramentas que se apresentam são consideradas as mais ade-

quadas para responder às necessidades do/a empreendedor/a, integrando quer as criadas pelo Monte quer as disponibilizadas por entidades com intervenção na área da criação e manutenção do próprio emprego, sendo nestes casos identificada a entidade que concebeu esse instrumento. Outra informação constante do Manual, é a identificação dos incentivos e apoios financeiros disponíveis para o empreendedor, em particular, na Região do Alentejo Central.

Os/as destinatários/as da META Emp são os/as empresários/as, da região Alentejo Central, que pretendem identificar e dinamizar a sua ideia de negócio para a criação do próprio negócio e o/a técnico/a que apoia e acompanha o/a empresário/a neste percurso.

A construção da META Emp foi desenvolvida no contexto da iniciativa "Boas Práticas Empreendedoras", financiada pelo Programa da Rede Rural Nacional.

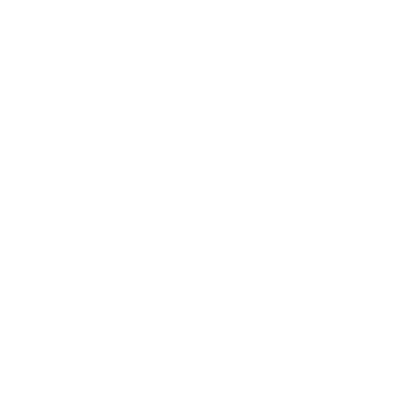
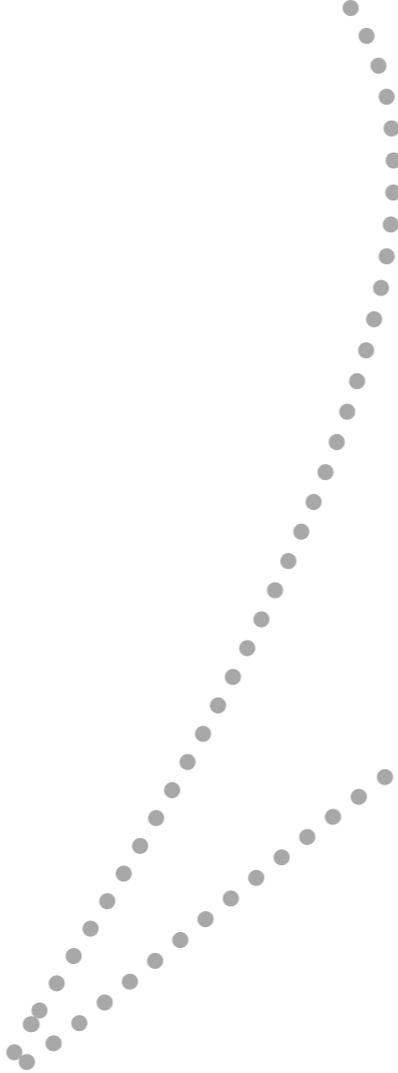
Objectivos

A META Emp, foi construída para e com os/as empreendedores/as da região do Alentejo Central, uma vez que a realização desta, parte da experiência adquirida e das necessidades sentidas, no atendimento e apoio prestado por parte dos técnicos do agrupamento Monte.

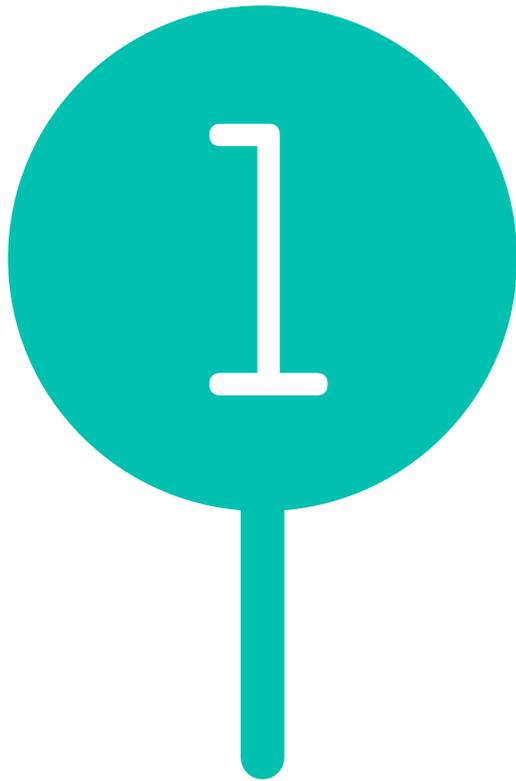
Esta metodologia, foi criada para que possa constituir um elemento facilitador, no acompanhamento dos potenciais empresários, desde o início da sua ideia de negócio.

Tem como objetivos principais:

- Prestar Apoio Técnico à Criação e Consolidação de Projetos;
- Criar e disponibilizar instrumentos necessários para a criação e desenvolvimento da ideia/empresa;
- Estruturar o apoio do técnico no atendimento e acompanhamento aos empreendedores.
- Estimular o desenvolvimento de novos empreendedores.



APRESENTAÇÃO DO
PRODUTO/ SERVIÇO



IDEIA DE NEGÓCIO



Perfil
do/a Empreendedor/a

Ideia
de Negócio

A primeira etapa consiste na validação do próprio empreendedor enquanto indivíduo com qualidades como empreendedor e a sua percepção face à ideia que apresenta.

É importante conhecer o perfil do indivíduo que se propõem a concretizar a ideia de negócio, e como tal deve ser trabalhado ao nível da sua percepção face a todo o processo e implicações inerentes. É a etapa mais difícil de ultrapassar.

O/A futuro/a empreendedor/a tem disponível a **FICHA DE PERFIL DO EMPREENDEDOR**, o **MODELO EUROPASS** do curriculum vitae e um **TESTE** que pode aplicar para verificar a capacidade empreendedora, do IAPMEI.

A composição do **CURRICULUM VITAE** é um instrumento útil para o/a próprio/a empreendedor/a, que possivelmente terá de recorrer a financiamentos externos e a sua experiência tem de ser obrigatoriamente evidenciada.

O/A futuro/a empreendedor/a deve ter uma ideia clara do que pretende efectivamente fazer, determinar qual o produto ou serviço a lançar, como o promover, conhecer qual o mercado que pretende atingir e como o alcançar.

Para facilitar o processo tem disponível a **FICHA DE CARACTERIZAÇÃO DA IDEIA**, estruturada para recolher os elementos básicos necessários à constituição do negócio, e que serve como fio condutor no percurso das etapas seguintes até à constituição da empresa e lançamento do produto e/ ou serviço.

Há a necessidade de especificar os elementos nas diferentes etapas para acautelar no processo de transformação duma vaga ideia de negócio numa realidade organizacional concreta, de modo a que resulte num produto eficaz e aumente a probabilidade de sucesso.

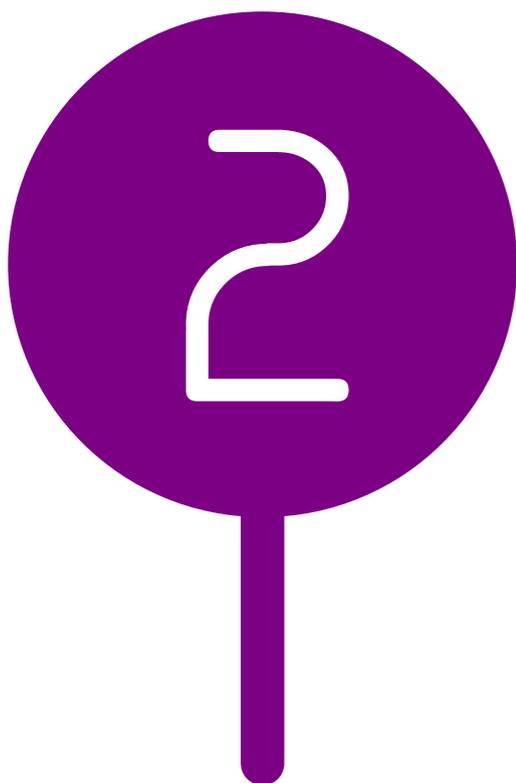
Sendo o acompanhamento um processo gradual e sequencial, será marcada uma nova sessão com o/a empreendedor/a após duas semanas no máximo. Este intervalo pode ser menor caso o/a empreendedor/a se encontre numa fase mais avançada e tenha elementos para avançar na implementação da ideia.

TIMING DA ETAPA

- Primeira abordagem
- Marcação da sessão 2: após 2 semanas, no máximo.

INSTRUMENTOS/ RECURSOS

- FICHA DE PERFIL DO EMPREENDEDOR
- FICHA DE CARACTERIZAÇÃO DA IDEIA
- MODELO EUROPASS DO CURRICULUM VITAE
- TESTE DE CAPACIDADE EMPREENDEDORA



DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO/SERVIÇO

Apresentação da Empresa

Análise SWOT da Empresa

Estratégia da Empresa

A segunda etapa consiste em determinar todos os elementos implícitos à implementação e desenvolvimento da empresa, dividida em três momentos complementares: a apresentação da empresa, análise **SWOT**¹ e estratégia.

Na apresentação da empresa pretende-se uma melhor estruturação da ideia de negócio, nomeadamente na definição dos produtos e/ou serviços, na definição dos potenciais consumidores e/ou clientes e na definição do mercado e da concorrência direta e indireta. Com a análise SWOT pretendemos identificar possíveis ameaças e oportunidades, e quais os pontos fracos e fortes do produto e/ou serviço.

Quando se pretende definir a estratégia da empresa tem obrigatoriamente que se identificar qual o valor extra, de reconhecimento. O que distingue os produtos/serviços dos restantes presentes no mercado pode fazer a diferença no sucesso do mesmo no posicionamento no mercado.

Nesta etapa o produto/serviço é visto ao pormenor, desde qual o melhor preço a praticar, quais as condições de venda, quais os meios de distribuição mais propícios e disponíveis, como e onde proceder à divulgação, e quais as perspetivas de crescimento.

A empresa deve definir à partida um plano de marketing para que dê a conhecer o produto/serviço ao público-alvo de modo eficaz e eficiente.

Criar um produto ou serviço e lançá-lo no mercado só por si não é o suficiente. O produto deve responder a uma necessidade ou a uma falta identificada no mercado, e deve ser identificado qual o potencial consumidor ou cliente. A estratégia é a articulação destes elementos para que permita o posicionamento do produto/serviço no mercado.

O mercado não é constante e deve ser previsto os momentos propícios à apresentação e introdução do produto/serviço tanto à escala local, como a nível regional, nacional ou mundial, atendendo à perspectiva de crescimento prevista.

Atualmente, as técnicas de marketing tradicionais podem não ser suficientes para responder de forma eficaz às exigências dos consumidores e ao mercado, pelo que é necessário desenvolver novas abordagens para alcançar os objetivos pretendidos. As novas tecnologias permitem às empresas articular meios interativos com os meios físicos e assim responder às exigências atuais dos consumidores.

Esta fase implica uma atenção cuidada de todos os elementos identificados, e o acompanhamento pode ser efetuado com a realização de mais sessões de atendimento dependendo das respostas que obtenha ou defina. A passagem à etapa seguinte pode realizar-se após duas semanas quando o processo decorre normalmente ou após quatro semanas consoante o número de sessões necessárias.

TIMING DA ETAPA

Sessão 2:
Verificação dos elementos definidos.

Marcação da sessão 3:
após 2 semanas, no máximo.

INSTRUMENTOS/ RECURSOS

GRELHA DE ANÁLISE SWOT

O PLANO DA MINHA EMPRESA (APDES)

O PLANO DA MINHA EMPRESA – ANEXOS (APDES)

GUIA – DESENVOLVER UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING (IAPMEI)

GUIA – FAZER UM PLANO DE MARKETING (IAPMEI)

¹ Análise SWOT – é uma ferramenta de análise que permite avaliar as Forças (Strengths) e Fraquezas (Weaknesses) dos aspetos internos, e a nível externo as oportunidades (Opportunities) e ameaças (Threats).



PLANO DE INVESTIMENTO E PLANO DE NEGÓCIOS

Plano de
Investimento

Verificação das
Fontes
de Financiamento

Formalização
da Empresa

Após a definição concreta do produto e ou serviço, há a necessidade de identificar quais os recursos humanos precisos para o funcionamento da atividade, tendo atenção aos postos de trabalhos, funções e respetivas remunerações.

A definição dos recursos humanos é necessária para a realização do plano de negócios, e é igualmente importante para a estratégia da empresa ao definir uma equipa de trabalho motivada e empenhada.

Para a estruturação do plano de investimento, devem ser identificados outros elementos como os equipamentos necessários, obras e viaturas se aplicáveis, despesas com a constituição da empresa, entre outras, que se vão identificando caso a caso.

Para se verificar a viabilidade financeira do projecto tem que se ter em consideração os proveitos das vendas e serviços, os custos com rendas, os custos com pessoal, os custos com stock e matérias-primas. O mais frequente é que seja necessário recorrer a uma ou mais fontes de financiamento, seja a título pessoal, a serviços disponíveis na banca ou através de sistemas de incentivo ao desenvolvimento económico.

Após a verificação da viabilidade financeira e identificação das fontes de financiamento, são verificadas as condições para a formalização da empresa, e são identificadas as obrigatoriedades referentes a registos e licenciamentos de acordo com a actividade económica em questão.

Esta etapa pode concretizar-se entre duas a quatro semanas dependendo do tempo de resposta e recolha de informação, e conseqüentemente realizar uma ou duas sessões de acompanhamento. A etapa seguinte é opcional, o que significa que o/a empreendedor/a pode passar à etapa 5 caso considere dispensável a apresentação do produto/serviço.

NESTE PONTO, O/A EMPREENDEDOR/A TEM TODOS OS ELEMENTOS PARA PASSAR À ETAPA 5

INCENTIVOS E OPORTUNIDADES DE FINANCIAMENTO

DISPONIBILIZADOS PELO MONTE:

Incentivos ao empreendedorismo

[CREMP](#) | [PAECPE](#) | [MOVE](#) | [PROVE](#) | [COOPJOVEM](#) | [GAEEE](#)

Oportunidades de financiamento

[PRODER](#) | [SIM](#) | [MICROCREDITO- PNM](#)

OUTROS INCENTIVOS:

[Portal da Empresa](#) | [PROVE](#) | [FAME- Fundo de Apoio as Micro e Pequenas Empresas](#)

[Rede Microcrédito SIM](#) | [Apoio IEFP](#) | [QREN](#) | [MICROINVEST e INVEST+](#) | [FINICIA e FINICIA JOVEM](#)

TIMING DA ETAPA

Sessão 3 ou 4

Marcação da sessão de apresentação do produto/serviço

INSTRUMENTOS/ RECURSOS

LISTAGEM DE CAE ACTUALIZADA
[Decreto-lei na 381/2007](#)

GUIA "COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS" DO IAPMEI

MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS (IAPMEI)

INSTITUTO DOS REGISTOS E DO NOTARIADO

MODELO DE COMPARAÇÃO DE SERVIÇOS BANCÁRIOS (IAPMEI)



APRESENTAÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

Apresentação
do Produto/Serviço
para teste

A apresentação do produto/serviço a um grupo restrito de elementos, seja composto pelo público em geral ou por um segmento de mercado específico com a presença de elementos representativos de todo o processo de comercialização (fornecedores, distribuidores entre outros), é uma etapa opcional que o/a empreendedor pode dinamizar para verificar a aceitação do produto/serviço no mercado antes do seu lançamento.

A apresentação de um protótipo a um nível experimental ou piloto para verificar a adesão ao mercado e identificar possíveis pontos de melhoria a implementar antes do lançamento, pode fazer a diferença aquando no posicionamento no mercado.

Esta etapa é importante mas não imprescindível.

Pode haver a necessidade de confirmar o sucesso esperado antes da constituição da empresa e do lançamento oficial do produto e ou serviço, dependendo do risco calculado.

A apresentação do produto consiste na demonstração do mesmo perante algumas pessoas selecionadas de acordo com o segmento de mercado, ou ao público em geral no decorrer de uma feira, por exemplo, ou numa sessão privada.

A apreciação pode ser essencial para alterar ou confirmar o produto/serviço.

TIMING DA ETAPA

• Apresentação do produto/serviço proposto

INSTRUMENTOS/ RECURSOS

• ANÁLISE COMPETITIVA



LANÇAMENTO DO PRODUTO/SERVIÇO E CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA



Lançamento
do Produto/Serviço

Constituição
da Empresa

A etapa 5 é a da confirmação de todos os elementos e de passagem à constituição efetiva da empresa, de acordo com as soluções definidas previamente, e do lançamento do produto/serviço no mercado.

São solicitados os licenciamentos ou alvarás identificados para a implementação da atividade. É comunicado o início de atividade à Autoridade para as Condições de Trabalho – ACT.

Após a constituição da empresa, ainda está disponível um acompanhamento ao empreendedor para verificação de possíveis financiamentos complementares ao desenvolvimento e crescimento da atividade económica, e de apoio ao disponibilizar um plano formativo de acordo com as necessidades identificadas junto dos mesmos.

TIMING DA ETAPA

- *Constituição da Empresa*
- *Lançamento do produto/serviço*

INSTRUMENTOS/ RECURSOS

- *EMPRESA NA HORA*
- *PORTAL DA EMPRESA*
- *INSTITUTO DOS REGISTOS E DO NOTARIADO*
- *ACT - COMUNICAÇÕES E AUTORIZAÇÕES OBRIGATÓRIAS*
- *INSTITUTO DA SEGURANÇA SOCIAL*
- *PORTAL DAS FINANÇAS*

RECURSOS E INSTRUMENTOS POR ETAPAS

1

IDEIA DE NEGÓCIO

FICHA DE PERFIL DO EMPREENDEDOR

FICHA DE CARACTERIZAÇÃO DA IDEIA

MODELO EUROPASS DO CURRICULUM VITAE

TESTE DE CAPACIDADE EMPREENDEDORA

2

DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO/SERVIÇO

GRELHA DE ANÁLISE SWOT

O PLANO DA MINHA EMPRESA (APDES)

O PLANO DA MINHA EMPRESA – ANEXOS (APDES)

GUIA - DESENVOLVER UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING (IAPMEI)

GUIA - FAZER UM PLANO DE MARKETING (IAPMEI)

3

PLANO DE INVESTIMENTO E PLANO DE NEGÓCIOS

LISTAGEM DE CAE ACTUALIZADA
Decreto-lei na 381/2007

GUIA “COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS” DO IAPMEI

MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS (IAPMEI)

INSTITUTO DOS REGISTOS E DO NOTARIADO

MODELO DE COMPARAÇÃO DE SERVIÇOS BANCÁRIOS (IAPMEI)

4

APRESENTAÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO

ANÁLISE COMPETITIVA

5

LANÇAMENTO DO PRODUTO/SERVIÇO E CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA

EMPRESA NA HORA

PORTAL DA EMPRESA

INSTITUTO DOS REGISTOS E DO NOTARIADO

ACT - COMUNICAÇÕES E AUTORIZAÇÕES OBRIGATÓRIAS

INSTITUTO DA SEGURANÇA SOCIAL

PORTAL DAS FINANÇAS

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Agência Piaget para o Desenvolvimento a cedência de utilização do manual "O Plano da Minha Empresa".

Agradecemos a todas as entidades que de algum modo contribuíram para a construção da presente metodologia, seja direta ou indiretamente através da disponibilização de conteúdos nas respetivas páginas web.

METODOLOGIA DE APOIO AO EMPREEN DEDORISMO

