



Financiamentos das pequenas e médias empresas

Francisco José Costa Freitas

Relatório de Estágio

Mestrado em Contabilidade e Finanças

Porto – 2015

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**



Financiamentos das pequenas e médias empresas

Francisco José Costa Freitas

**Relatório de Estágio
apresentado ao Instituto de Contabilidade e Administração do Porto para a
obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Finanças, sob orientação
do Mestre Carlos Lourenço Moreira de Barros**

Porto – 2015

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

Resumo

O presente relatório de estágio enquadra-se no âmbito do Mestrado em Contabilidade e Finanças do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP), teve por base um estágio realizado pelo período de seis meses numa empresa de consultoria empresarial. Para a construção deste relatório, tornou-se necessário aprofundar o conhecimento sobre opções de financiamento para pequenas e médias empresas (PME), adquirido durante o período de estágio.

O ano 2008 foi marcado por uma crise financeira mundial que afetou as grandes empresas, mas principalmente as PME, na medida em que o financiamento bancário tradicional tem sido cada vez mais difícil de obter, devido às características inerentes às mesmas, impossibilitando-as de se financiarem e de conseqüentemente crescerem, criando riqueza para o país. O financiamento bancário é o recurso mais procurado pelas empresas portuguesas, porém na sequência da crise financeira, as instituições bancárias passaram a aplicar taxas de juro mais elevadas e a pedirem mais garantias em troca dos créditos, dificultando o acesso ao financiamento das PME.

Assim, o objetivo deste relatório consiste em aprofundar o conhecimento sobre financiamentos aplicáveis às PME e estudados durante o estágio curricular, dada a dificuldade das PME se financiarem na banca tradicional, constituindo um impedimento para a sua sobrevivência e crescimento.

Por fim, é apresentado um caso prático de uma empresa real, que recorreu à ajuda dos serviços de consultoria financeira, para a modernização da sua atividade. Foram apresentados dois financiamentos disponíveis e aplicáveis a esta empresa, o Comércio Investe e o Microinvest, bem como os seus respetivos planos de negócios.

Palavras-chave: Pequenas e médias empresas, Financiamento, Investimento, Plano de Negócio

Abstract

This present stage report falls under the master's degree in accounting and finance from the Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP), was based on a stage performed for six months in a business consulting firm. For the construction of this report it has become necessary to deepen knowledge about financing options for small and medium companies (SMEs), acquired during the probationary period.

The year 2008 was marked by a the world financial crisis that affected large companies but mainly small and medium businesses to the extent that the traditional bank financing has been increasingly difficult to obtain due to the characteristic inherent to them, making it impossible to finance and thereby create wealth for the country. The bank financing is the most wanted feature by Portuguese companies, but the banks following the financial crisis, started applying higher interest rates and asking for more collateral in return for credits difficult access to finance of small and medium companies. So the aim of this report is to deepen knowledge about financing, studied during the traineeship and applicable to small and medium companies. Once the difficulty they have in getting financing in the traditional banking is a major impediment to their survival and growth.

Finally it presents a case study of a real company, which enlisted the help of financial advisory services for the modernization of its activity. Available and applicable financing were presented to the company and elaborate the respective business plans.

Key words: Small and medium companies, Financing, investment, Business Plan

Agradecimentos

Em primeiro lugar agradeço a minha família, pela força e pelo apoio que me deram ao longo deste último ano.

Ao Dr. Gabriel Gonçalves por me ter acolhido na iConsulting, empresa onde me foi possibilitado o estágio e por me ter transmitido todos os conhecimentos essenciais a elaboração do meu relatório.

Ao mestre Carlos Barros, meu orientador, por ter aceitado orientar este relatório e pelo tempo que me disponibilizou, permitindo assim melhorar este trabalho.

Pretendo ainda, agradecer a todos os docentes que me acompanharam neste percurso, em particular à professora Doutora Ana Maria Alves Bandeira que me ajudou a ultrapassar vários obstáculos com que me deparei durante o estágio curricular, e pela forma como sempre me recebeu.

Por fim, a todos os meus colegas que participaram nesta aventura, pelo companheirismo e amizade.

Lista de Abreviaturas

ANDC	Associação Nacional de Direito ao Crédito
CAE	Classificação das Atividades Económicas
CASES	Cooperativa António Sérgio para a Economia Social
CE	Comissão Europeia
CPPME	Confederação Portuguesa das Pequenas e Médias Empresas
IAPMEI	Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação
IEFP	Instituto do Emprego e Formação Profissional
INE	Instituto Nacional de Estatística
IVA	Imposto sobre o Valor Acrescentado
ModCom	Modernização do Comércio
PME	Pequenas e Médias Empresas
ROC	Revisor Oficial de Contas
SGM	Sociedades de Garantia Mútua
SWOT	<i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>
TOC	Técnico Oficial de Contas
VAB	Valor Acrescentado Bruto

Índice Geral

Resumo	i
Abstract.....	ii
Agradecimentos	iii
Lista de Abreviaturas.....	iv
Índice de Quadros	vii
Introdução.....	1
Capítulo I - Apresentação da Empresa Acolhedora	2
1.1 Administração iConsulting	3
1.2 Serviços iConsulting	3
1.3 Enquadramento Estágio Curricular.....	4
Capítulo II – As PME em Portugal	6
2.1 Conceito de PME	7
2.2. Evolução de 2008 a 2013	8
2.3 As PME e o financiamento com a banca	10
Capítulo III – Financiamentos nas PME	12
3.1 Financiamento.....	13
3.2 Fontes de Financiamento	14
3.3 O papel do consultor financeiro	18
Capítulo IV – Plano de Negócio	20
4.1 Plano de negócio	21
4.2 Benefícios do plano de negócio	22
4.3 Dificuldades do plano de negócio.....	23
4.4 Estrutura do plano de negócios	23
4.5 Diferentes análises ao plano de negócio	26
4.6 Disposições diferentes do plano de negócio	27
Capítulo V – Microcrédito e Comércio Investe	28

5.1 Microcrédito.....	29
5.2 Programa: Comércio Investe	34
Capítulo VI – Casos Práticos	41
6.1 Descrição da empresa	42
6.2 Necessidades de investimento da “Empresa A”	43
6.3 Comércio Investe	45
6.4 Linha de crédito Comércio Investe	47
6.5 Programa Nacional de Microcrédito	48
6.5 Análise comparativa dos financiamentos	49
Capítulo VII – Conclusão	52
Referências Bibliográficas	54
Anexos.....	1
Anexo I – Documentos necessários à candidatura ao Comércio Investe.....	1
Anexo II – Documentos necessários à candidatura ao Programa Nacional de Microcrédito.....	14
Apêndices.....	1
Apêndice I – Serviço de dívida da linha de crédito Comércio Investe da empresa A.....	1
Apêndice II – Serviço de dívida do Microinvest da empresa A	2

Índice de Quadros

Quadro 1 Classificação de empresas segundo a recomendação da CE.....	7
Quadro 2 Resumo do Microinvest	32
Quadro 3 Resumo das condições do Comércio Investe para projetos individuais.....	36
Quadro 4 Resumo das condições do Comércio Investe para projetos conjuntos.....	37
Quadro 5 Dotação orçamental do programa Comércio Investe pelas várias regiões.....	39
Quadro 6 Análise sintética à Empresa A.....	43
Quadro 7 Investimento necessário na Empresa A.....	44
Quadro 8 Investimento necessário na Empresa A para submissão ao Comércio Investe	45
Quadro 9 Cálculo do incentivo a receber pelo programa Comércio Investe	46
Quadro 10 Cálculo da linha de crédito Comércio Investe.	47
Quadro 11 Cálculo do incentivo a receber pelo Programa Nacional de Microcrédito. ...	49

Introdução

O relatório de estágio curricular em Contabilidade e Finanças representa a etapa final do percurso académico para obtenção do grau de mestre.

O estágio foi realizado na empresa iConsulting uma consultora empresarial, com a duração de seis meses, com início a 1 de Dezembro de 2014 e término a 31 de Maio de 2015. No estágio foi dada a oportunidade de estar em contacto direto com os atuais problemas das PME, na obtenção de financiamentos, após o período da crise financeira mundial.

A escolha do tema do relatório de estágio deve-se ao facto de ser um problema que tem despertado interesse junto das consultoras financeiras nacionais, a crise financeira ter afetado severamente os bancos, foram obrigados a dificultar o financiamento às PME, emprestando menos e exigindo mais delas.

As PME são empresas que possuem um conjunto de características que fazem aumentar o risco de operação de crédito, como a sua reduzida dimensão, a opacidade de informação e a insuficiência de garantias. Motivos que levam os bancos a exigir altas taxas de juro e em muitos casos a não aprovar os financiamentos.

Neste sentido, no capítulo inicial será efetuado o enquadramento à empresa responsável pela orientação do estágio e às funções aí desempenhadas. Seguindo-se no segundo capítulo a definição de PME, bem como a evolução que este grupo de empresas sofreu com a crise financeira.

No terceiro capítulo serão referidas as principais fontes de financiamento disponíveis, seguindo-se a apresentação de uma das ferramentas mais utilizadas pelos consultores, o plano de negócio, salientando a sua importância, assim como a estrutura que normalmente é respeitada na sua elaboração.

Por fim, no último capítulo será abordada a componente prática, de uma empresa com necessidade de financiamento para a modernização da sua atividade.

Serão também incluídos anexos e apêndices, onde foi remetida a informação de suporte à compreensão de determinados pontos do relatório.

Capítulo I - Apresentação da Empresa Acolhedora

1.1 Administração iConsulting

A empresa onde decorreu o estágio tem como denominação social Números Insólitos Sociedade Unipessoal Lda, tendo para efeitos comerciais a designação de iConsulting.

A iConsulting iniciou atividade a 1 de Outubro de 2014, localizada no Centro Empresarial de Matosinhos e foi fundada pelo atual diretor Dr. Gabriel Gonçalves.

Mestre em Engenharia Eletrotécnica de Computadores pela Universidade do Porto (2008), conta também com uma pós-graduação em Economia e Administração de Empresas (2013) pela Faculdade de Economia do Porto, e ainda com uma pós-graduação em Finanças Empresariais (2014) pela Escola Superior Estudos Industrial e Gestão. Encontra-se, atualmente, a frequentar o MBA Executivo Internacional na Católica *Business School*.

O Dr. Gabriel Gonçalves foi responsável por orientar as minhas funções na empresa e por todo o plano de trabalho elaborado ao longo do estágio curricular.

1.2 Serviços iConsulting

A empresa presta serviços especializados de consultoria empresarial principalmente em quatro áreas profissionais:

- Consultoria de gestão de empresas, onde procura a eficiência, sustentabilidade e a criação de valor para a obtenção de vantagens competitivas dos clientes;
- Consultoria financeira, onde tem como objetivo apoiar e aconselhar, oferecendo sempre as soluções mais viáveis para cada caso, através de análises financeiras, na captação das fontes de financiamento e na elaboração de candidaturas a sistema de incentivos;
- Consultoria informática, onde procura ajudar os clientes nas necessidades de mercado face às novas tecnologias através do desenvolvimento de páginas de *internet*, correios eletrónicos e na implementação de *softwares* de gestão;

- Consultoria jurídica, onde dá apoio dificuldades ou problemas jurídicos relacionados com a atividade empresarial.

Para além destes serviços a empresa também faz acompanhamento aos empreendedores, desde a construção da ideia até à criação do modelo de negócio. Passando pela estratégia de *marketing* e pelas soluções de financiamento necessárias à criação da empresa.

A jovem empresa conta já com vários parceiros oficiais:

- *Software* de Gestão Primavera, portfólio de *software* de gestão para empresas;
- *GRENKE*, *renting* de soluções tecnológicas;
- Parceria com a Associação Empresarial de Portugal;
- Associação para o Desenvolvimento, Reestruturação e Internacionalização das Empresas de Matosinhos;
- Promotor Novo Banco;
- Parceiro da Cidade das Profissões;
- Membro do *Business Network Internacional*;
- Tutor da *Júnior Achievement*.

1.3 Enquadramento Estágio Curricular

O Estágio Curricular teve a duração de seis meses, com início a 1 de Dezembro de 2014 e término a 29 de Maio de 2015.

O planeamento do estágio na empresa acolhedora focou-se na procura das soluções de financiamento para empresas clientes, maioritariamente PME. Exigiu um estudo aprofundado da legislação do Portugal 2020 e à presença em conferências sobre fundos comunitários e empreendedores, para uma melhor compreensão do processo de atribuição de incentivos, desde o momento da candidatura até ao processo de encerramento.

Foi ainda dada oportunidade de aplicar a casos reais os estudos das soluções de financiamentos, com a elaboração de análises de mercado e planos de negócios para clientes e projetos em desenvolvimento.

Nas funções exercidas, estavam ainda incluídos o acompanhamento de reuniões com clientes e a participação em feiras. Sempre com o objetivo de apresentar a empresa e dar a conhecer os serviços prestados.

O período de estágio permitiu desenvolver o conhecimento sobre diversos temas das PME portuguesas, perceber as dificuldades que estas enfrentam no seu dia-a-dia, perante o atual ambiente económico nacional.

Capitulo II – As PME em Portugal

2.1 Conceito de PME

PME é a sigla de pequena e média empresa. É uma sigla utilizada para classificar empresas com critérios distintos das grandes empresas. Critérios como o número de pessoas empregues, o volume de negócios e o balanço total anual. O critério do número de pessoas empregues, é considerado o critério principal, mas os restantes critérios financeiros são um complemento necessário para que se possa compreender a importância de uma empresa e o seu desempenho.

Segundo a recomendação da Comissão Europeia (CE) 2003\361, de 6 de Maio de 2003, considera-se média empresa, quando emprega menos de 250 pessoas e tem um volume de negócios que não ultrapasse os 50 milhões de euros, ou se tiver um balanço anual inferior a 43 milhões de euros.

É considerada pequena empresa, quando o volume de negócios anual ou balanço total anual é menor que 10 milhões de euros e quando emprega menos de 50 pessoas.

Por último define-se microempresa, quando o volume de negócios anual ou balanço total anual é menor ou igual a 2 milhões de euros e que emprega menos de 10 trabalhadores.

Segundo Costa (2014), o volume de negócios das empresas de comércio e da distribuição, por norma é mais elevado que o do setor transformador, sendo assim, não deve usar-se como único critério financeiro o volume de negócios, devendo este ser combinado com o do balanço total, que reflete o património global de uma empresa, podendo um dos dois critérios ser ultrapassado.

No quadro 1 podemos observar a classificação de uma empresa segundo a recomendação da união europeia.

Quadro 1 Classificação de empresas segundo a recomendação da CE.

	Volume de negócios (euros)	Balanço (euros)	Nº de trabalhadores
Microempresa	≤ 2 Milhões	≤ 2 Milhões	< 10
Pequena empresa	≤ 10 Milhões	≤ 10 Milhões	< 50
Média empresa	≤ 50 Milhões	≤ 43 Milhões	< 250
Grande empresa	≥ 50 Milhões	≥ 43 Milhões	> 250

Fonte: Elaboração própria segundo a recomendação da Comissão Europeia (CE) 2003\361, de 6 de Maio de 2003.

A maioria da estrutura empresarial portuguesa é composta por pequenas e médias empresas (PME) que representam um contributo bastante importante na atividade económica. Este tipo de empresas produzem em conjunto, grande riqueza para o país, para além de ser um dos principais motores de emprego.

Santos (2014) refere que as PME tem um papel bastante importante para com a sociedade, sendo responsáveis pela produção de grande parte do total de bens e serviços, mas também por estimularem a competição, introduzirem métodos inovadores e pela sua importância na empregabilidade.

2.2 Evolução de 2008 a 2013

Segundo um estudo divulgado por o Instituto Nacional de Estatística (INE) (2014)¹, sobre a evolução dos principais indicadores económicos das sociedades de grande dimensão e das PME, concluiu-se que, no período 2008 a 2013, ocorreram evoluções muito diferenciadas entre as duas entidades. Verificaram-se desempenhos positivos em alguns indicadores económicos das grandes empresas, por oposição a valores negativos nas PME.

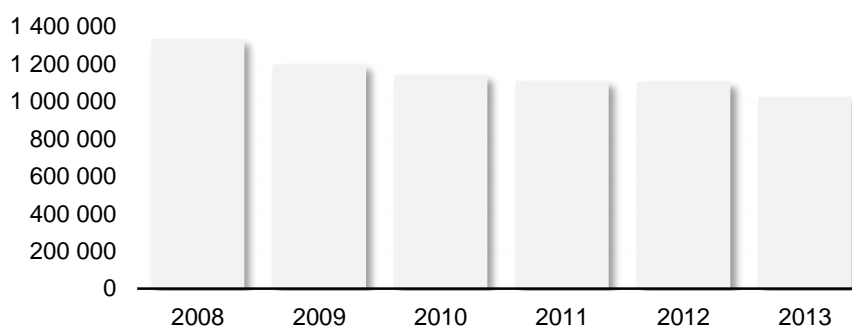
O ano 2008 foi marcado pela crise financeira mundial, foi um ano nefasto para a banca e para a economia portuguesa, onde o governo português teve a necessidade de recorrer a medidas de austeridade, resultando numa forte contração do setor empresarial.

As empresas de grandes dimensões resistiram melhor à crise financeira que se iniciou no final de 2008. Neste período, as PME sofreram grandes alterações, como se comprova na redução do número de empresas, do número de trabalhadores, do volume de negócios e do valor acrescentado bruto (VAB).

O Gráfico 1 mostra-nos a redução do número de PME no período de 2008 a 2013. Até 2013 a redução é de 23% em comparação com o ano de 2008, já as grandes empresas perderam no mesmo período de tempo apenas 9%.

¹Estudo feito pelo Instituto Nacional de Estatística sobre a evolução das sociedades de grande dimensão e as PME em Portugal 2008-2013, edição de 2014, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=211420736&DESTAQUEESmodo=2

Gráfico 1 Evolução do número de PME de 2008 a 2013.

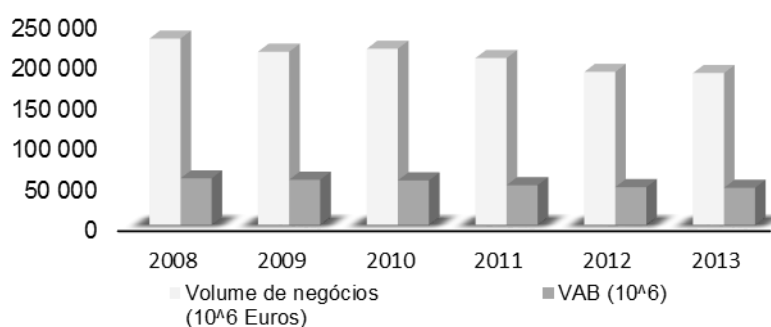


Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE.

Em relação ao número de trabalhadores durante este período de análise, mais de 350 mil trabalhadores saíram das PME, uma redução de 13,5% em cinco anos. No que diz respeito ao valor acrescentado bruto (VAB)², que na prática é o resultado da atividade produtiva em determinado período, registou uma redução em 20,1% nas PME e de 6,6% nas grandes empresas em relação a 2008. Igualmente o volume de negócios que teve uma redução de 18,5% nas PME e um aumento de 6,1% nas grandes empresas.

No Gráfico 2 podemos ver a redução, tanto no VAB, como no volume de negócios, que as PME atravessaram depois da crise financeira até 2013.

Gráfico 2 Evolução do volume de negócios e VAB nas PME de 2008 a 2013.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE.

Tal desigualdade destaca-se ainda através de outros indicadores, as sociedades de grandes dimensões, apresentam um grau de endividamento menos acentuado que nas PME.

² O VAB é o valor acrescentado por cada unidade produtiva no processo produtivo, obtido pela diferença entre o valor das vendas e o valor das compras para realizar a produção.

Segundo um estudo elaborado por Farinha e Félix (2014), sobre as restrições de financiamento às PME portuguesas, conclui-se que tal desigualdade se deve ao facto de as PME recorrerem maioritariamente ao empréstimo bancário para financiar as suas atividades. As empresas de maiores dimensões tendem, por sua vez, a recorrer a outras formas de financiamento não acessíveis às PME.

2.3 As PME e o financiamento com a banca

O excesso de dívida e a pouca liquidez, são os dois principais problemas que atingem as PME nacionais, quer seja por as vendas terem baixado, quer por existir uma maior dificuldade de obterem os pagamentos dentro de prazo, obrigando muitas empresas a procurar financiamento. O crédito bancário constitui uma parcela muito expressiva dos financiamentos procurados pelas PME com o intuito de ajudar no desenvolvimento das suas atividades nas necessidades de curto, médio e longo prazo (Myers, 1984).

Os bancos e as PME mantêm uma relação ambígua, ou seja, ambos precisam uns dos outros para crescer, as PME para obter crédito a menos custo, ou seja, com taxas mais favoráveis, e os bancos para obter ganhos dos empréstimos concedidos às PME. Os bancos proporcionam mais crédito às empresas com maior aptidão para gerar rendimento, pois dão-lhes mais garantias para salvar a dívida. Porém, são as empresas de menor dimensão, com menos capacidade para se financiarem internamente que procuram mais crédito.

Nas palavras de Alcarva (2011), quando uma PME necessita de recorrer a financiamento bancário para desenvolver a sua atividade, a PME deve dar-se a conhecer com total transparência ao seu banco, o que nem sempre é um processo fácil devido à forma legal como muitas PME atuam e também às fragilidades financeiras que algumas ultrapassam. A insuficiência de informação contabilística nas PME é um dos grandes problemas que os bancos se deparam para a avaliação do risco do crédito bancário, a liberdade de construção da informação contabilística, raramente auditada e com múltiplos esquemas de apresentação de contas, dificulta a relação entre as duas entidades. Este processo faz com que as duas entidades se olhem com desconfiança.

Segundo o estudo elaborado por Farinha e Félix (2014), depois da crise de 2008 uma fração significativa das PME foi afetada pelas restrições de financiamento bancário, os resultados do estudo refere ainda que empresas mais pequenas e mais jovens foram as mais afetadas. Como refere Leão *et al.* (2014) os *spreads* das taxas de juros dos

empréstimos concedidos às empresas portuguesas aumentaram de uma forma muito significativa entre 2010 e 2013, os bancos praticam taxas de juro bastante elevadas em relação aos vários países da zona Euro, penalizações estas que levaram a que o crédito dos bancos às empresas portuguesas sofresse uma diminuição de 22,5 % de 2010 até Agosto de 2014.

Silva e Monteiro (2013) chegam mesmo a referir que a penalização imposta pela banca leva a que um “bom” empreendedor não se financie com as instituições, só os “maus” empreendedores estão disponíveis para pagar as taxas de retorno que lhe são exigidas.

No entanto, neste período de retoma do crescimento económico é necessário uma boa relação entre estas duas entidades. Um bom relacionamento entre as duas entidades é normalmente marcado por experiências positivas vividas pelas partes intervenientes do contrato e faz com que as PME tenham mais facilidade ao crédito e registo de menores insuficiências de liquidez na sua atividade. Assim, terão uma ajuda mais eficiente da banca face as dificuldades financeiras que se encontram.

A tomada de decisão relativamente às opções de financiamento e à entidade potencialmente financiadora é uma decisão crucial que exige reflexão. A Banca tem um elevado poder negocial, contrariamente ao poder negocial de uma PME, que é extremamente reduzido. As comissões elevadas, o processo burocrático, as garantias exigidas e o imenso tempo para que o crédito seja concedido em certos casos, torna-se um processo desagradável e demoroso para o empreendedor, motivando-o por vezes a procurar outras fontes de financiamento.

Capítulo III – Financiamentos nas PME

3.1 Financiamento

A decisão de financiamento é um dos aspetos mais importantes para a sobrevivência e desenvolvimento da empresa, baseando-se fundamentalmente em identificar as possibilidades de financiamento, ou seja, saber qual a percentagem de capital próprio e de terceiros que a empresa deve ter e quais os custos de capital.

Um empréstimo bancário não tem uma finalidade específica, dado existir uma total liberdade na utilização dos recursos pedidos. No caso de um financiamento, terá de ser respeitado o conteúdo pré-estabelecido no contrato, ou seja, os recursos pedidos vão ter um fim específico. Em relação ao processo burocrático de ambos os casos, também existem diferenças significativas. Os empréstimos são mais simples e mais rápidos de obter, e apresentam taxas mais altas, dado que não necessitam de uma análise muito rigorosa, aumentando contudo o grau de risco para a entidade bancária. Nos financiamentos, a aprovação é feita através de um processo mais detalhado e burocratizado, fazendo com que o risco da operação seja menor e tendo taxas inferiores em relação ao empréstimo.

Por vezes, é necessário recorrer a financiamento para sustentar a atividade da empresa, a falta de capital quer para o arranque da atividade da empresa ou para o seu crescimento, é uma das principais causas que leva as PME a insolvência. À medida que o negócio cresce a necessidade de capital tende a aumentar e muitas vezes o fluxo financeiro gerado pela atividade da empresa não é suficiente para cobrir a necessidade de capital.

As decisões de financiamento são tomadas pelos proprietários ou pela gestão de topo da empresa e o seu valor deve ser adequado às necessidades e capacidades da empresa.

Berger e Udell (1998) referem que as medidas de financiamento devem estar interligadas com o ciclo de vida da empresa³, ou seja numa fase inicial de crescimento da empresa, será mais complicado adquirir um financiamento, mas à medida que a empresa vai crescendo, vai aumentando a facilidade de acesso a outras fontes de financiamento.

³ Teoria *pecking-order*: as empresas seguem uma sequência hierárquica na seleção das fontes de financiamento (inicialmente: autofinanciamento e posteriormente financiamento externo)

Um estudo elaborado por Sahlman (1990), vem comprovar a teoria referida por Berger e Udell (1998) quando referem que as empresas muito jovens tendem a recorrer a fundos que tem origem nos amigos e familiares dos empreendedores. À medida que a empresa cresce, vai ganhando acesso a outras fontes de financiamento, pois o financiador sente-se mais confiante perante empresas mais desenvolvidas e com alguma maturidade, fazendo com que beneficiem muitas vezes de taxas mais favoráveis devido ao risco da operação de financiamento ser reduzido.

A pouca diversidade de fontes de financiamento e o seu difícil acesso pode representar um problema para uma PME. Contrariamente, as grandes empresas conseguem ter outras fontes de financiamento, nomeadamente através de empréstimos obrigacionistas, e ao acesso mercado de capitais, financiando-se mais facilmente e usufruindo, muitas das vezes, com taxas mais vantajosas. Segundo Berger e Udell (1988), as diferenças são justificadas essencialmente, devido à falta de transparência da informação contabilística e a falta de auditorias externas que faz com que as PME tenham dificuldade em transmitir confiança ao financiador.

Mas devido a importância que as PME representam para a estrutura empresarial portuguesa, o seu acesso a fontes de financiamento tem sido uma prioridade por parte do Governo, especialmente no que diz respeito ao aparecimento de novos fundos, com o objetivo de as empresas potenciarem o seu crescimento e a sua inovação para melhorarem em termos empresariais e concorrenciais.

Cabe ao gestor financeiro a responsabilidade por escolher as melhores formas de financiar a empresa, bem como da capacidade futura que a empresa terá para fazer face às suas obrigações, tentando para isso encontrar os mecanismos financeiros e as taxas mais adequadas ao seu plano de negócio permitindo assegurar uma estrutura de financiamento sustentável.

3.2 Fontes de Financiamento

Segundo Rocha (2008) e grande parte da literatura referente a este tema, as fontes de financiamento ao dispor do empresário podem advir de fontes internas e externas.

Nas fontes internas, destacamos o capital próprio do empresário, os fundos de amigos ou familiares e o autofinanciamento através da retenção dos lucros obtidos, da gestão mais eficiente dos ativos, ou do controlo mais apertado dos custos. O financiamento

por fontes internas é a fonte que os empresários mais privilegiam pois permite que a empresa não se endivide com terceiros, no entanto a utilização inadequada destes lucros poderá provocar dificuldades de tesouraria de curto prazo. Silva e Monteiro (2013) referem que o empreendedor deve ter bastante cuidado a definir o plano de reembolso nos fundos provenientes dos amigos e família, para que este apoio não venha a criar efeitos negativos nas amizades e nas relações familiares.

Relativamente ao financiamento externo, há a distinguir o financiamento por capitais alheios e por capitais próprios. Os capitais alheios são as fontes de financiamento provenientes de fontes externas à empresa, como por exemplo, empréstimos bancários, linhas de crédito, *factoring*, locação financeira⁴ e por vezes créditos comerciais. O financiamento através de capitais próprios acontece quando o financiamento é feito através de uma entidade investidora, por exemplo através de um aumento de capital por parte dos sócios ou acionistas, capital de risco ou por *business angels*.

Tanto no capital alheio, como no capital próprio, a empresa terá de suportar custos financeiros. No caso do capital alheio, existem custos diretos provenientes das taxas de juros, *spreads*⁵ e outras despesas, e custos indiretos, com o agravamento das taxas de juro em função do grau do risco financeiro da empresa, recuperando-se no custo final numa aquisição de financiamento. No capital próprio também apresenta custos financeiros devido à esperada taxa de retorno do investimento por parte dos sócios e acionistas.

Rocha (2008) refere que as fontes de financiamento sendo internas ou externas, podem ainda ser classificadas quanto a sua maturidade em curto, médio e longo prazo. As fontes de curto prazo destinam-se a apoiar as operações de tesourarias das empresas, nomeadamente às necessidades de fundo de maneio, aquisições de mercadorias e seu armazenamento. As fontes de médio e longo prazo destinam-se a apoiar as aquisições de equipamentos e a construção de infraestruturas para a empresa.

Berger e Udell (1988) através de uma análise da economia de financiamento das PME, concluíram no seu estudo, que financiar uma PME é um processo bastante arriscado, devido às baixas taxas de rendibilidade que apresentam.

⁴ Também conhecido por *leasing* financeiro.

⁵ É uma componente da taxa de juro, definida pelas instituições bancárias em função do custo de financiamento.

A proporção de capital próprio e capital alheio constituem a estrutura de capital de uma empresa. A empresa pode utilizar as duas fontes de financiamento em simultâneo, porém ainda não foi identificada a proporção adequada que uma empresa deve utilizar de capital próprio e capital alheio.

Segundo um estudo divulgado pelo INE (2012)⁶ sobre a evolução das PME no período 2004 a 2010, o capital alheio foi considerado a base de financiamento mais utilizada pelas PME e as microempresas são as que utilizam a maior proporção de capitais próprios como fonte de financiamento.

Este estudo elaborado pelo INE, apoiar-se na teoria da *pecking order*, segundo a qual refere que as empresas selecionam as suas fontes de financiamento de uma forma hierarquizada. Numa fase inicial, as empresas tendem a selecionar o financiamento através do seu capital próprio interno e só mais tarde, caso seja necessário mais capital, é que recorrem a capital alheio e por último recorrem a capital próprio externo. O principal motivo da ordem de escolha das fontes de financiamento deve-se ao facto de os gestores não quererem perder o controlo da empresa e também pelos custos a suportar associados às fontes de financiamento.

Entretanto, analisaremos de forma resumida, as principais fontes de financiamento que as PME podem recorrer em Portugal.

O **financiamento bancário**, segundo Myers (1984), é a principal fonte de capitais alheios que os empresários mais recorrem para financiar a sua atividade. O financiamento bancário é uma operação no qual um banco concede uma determinada quantia durante um período pré-determinado. A empresa fica obrigada a reembolsar o capital emprestado, como também ao pagamento de juros durante um período pré-determinado. De acordo com Rocha (2000), o financiamento bancário é uma fonte de financiamento adequada para empresas que se apresentem moderadamente endividadas mas com uma boa capacidade de gerar *cash flows*.

⁶ Estudo feito pelo Instituto Nacional de Estatística sobre a evolução do sector empresarial em Portuga 2004-2010, edição de 2014, disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=143262137&PUBLICACOESstema=55579&PUBLICACOESmodo=2

As **linhas de crédito** são uma forma de financiamento alternativo, indicadas para fazer face ao aparecimento de ruturas inesperadas de tesouraria. A empresa terá acesso a um *plafond* previamente acordado, de onde pode retirar fundos consoante as suas necessidades de tesouraria.

A **locação financeira** é um instrumento que a empresa pode recorrer quando não pretende afetar grandes quantidades de capital para ter acesso a um determinado bem. Neste financiamento a empresa locadora coloca a disposição do cliente (locatário) um determinado bem, em troca de um valor periódico que inclui capital e juros. No fim do contrato, existe a opção de compra do bem por um valor residual pré estabelecido. A locação financeira é um financiamento aconselhável quando uma empresa pretende adquirir um bem que será utilizado apenas durante um período de tempo limitado. Um exemplo muito comum de uma locação financeira nas empresas é a aquisição das viaturas.

O **Factoring** é um mecanismo financeiro de cobertura das necessidades de curto prazo. Este financiamento consiste na cedência dos créditos de curto prazo de uma empresa, a outra empresa especializada de *factoring*, que passará a responsável pela cobrança desses créditos, permitindo à empresa substituir o seu crédito de conta corrente, por um recebimento imediato. Ou seja, a empresa de *factoring* irá fazer um adiantamento de uma quantia do valor desse crédito à empresa fornecedora, recebendo em troca uma comissão.

O **crédito comercial** também é considerado uma fonte de financiamento. Este permite que as empresas paguem a um fornecedor, numa data posterior à compra, dentro de um prazo estabelecido, dependendo da disponibilidade financeira da empresa fornecedora. Ambos os intervenientes poderão combinar uma data de pagamento a respeitar. Este financiamento permite que as empresas recebam as matérias-primas e mercadorias, sem a necessidade de realizarem o pagamento de forma imediata.

O **Capital de Risco** são operações realizadas por sociedades ou fundos de risco participam no capital de uma empresa. Estas participações são temporárias e minoritárias significando que as sociedades de capital de risco participam num negócio de uma empresa, mas não a lideram. Neste tipo de financiamento, o empreendedor garante os fundos necessários, mas também garante um parceiro que irá partilhar o risco e irá também proporcionar sinergias positivas através da sua experiência e também da sua rede de contactos. Pois, ao contrário dos outros financiadores que apenas procuram assegurar a

remuneração do capital, no capital de risco, o financiador tem a preocupação em aumentar a riqueza da empresa, com a finalidade de obter maiores lucros.

Business angels são investidores individuais, que realizam investimentos em empresas que se encontram em início de atividade. Normalmente são homens de negócio que cedem capital a empresas emergentes, cuja dimensão é ainda muito pequena para atrair capital de risco, partilhando não só o seu capital, mas também a sua experiência financeira.

O **Microcrédito** é um valioso instrumento baseado na concessão de pequenos empréstimos para pessoas que tenham uma boa ideia de negócio e que a pretendem concretizar, mas não têm acesso ao crédito bancário tradicional, devido ao facto de os seus rendimentos se mostrarem bastante reduzidos (Yunus, 2003).

O **Comércio Investe** é um fundo governamental que tem como objetivo apoiar a modernização e revitalização da atividade comercial, nomeadamente do comércio a retalho, através da aposta na inovação e da utilização de formas avançadas de comercialização, apoiando as empresas nas exigências crescentes do contexto económico atual.

3.3 O papel do consultor financeiro

Os empresários, em algumas situações, têm-se deparado com dificuldades em administrar o seu negócio muitas vezes devido à má gestão, ao elevado grau de concorrência essencialmente das grandes empresas e a falta de liquidez que habitualmente as empresas padecem, devido à falta controlo efetivo e eficaz da empresa.

Muitos empresários e gestores, apenas têm conhecimento do seu próprio negócio, não possuindo uma aprendizagem prévia, obtida por meio de um curso superior, nem por experiências adquiridas noutras empresas, o que faz com que se deparem com maiores dificuldades e desafios e no encontro da solução mais eficaz.

Neste cenário, o consultor encontra-se melhor posicionado, dado que dispõe de conhecimentos técnicos e ferramentas adequados, para solucionar as dificuldades que apareçam, usando metodologias e processos que ajudam a tornar a decisão dos empresários mais ágil, potenciando assim melhores resultados para as empresas.

Oliveira (1999) define consultoria como o fornecimento de um determinado serviço, por um profissional externo à empresa e que assume a responsabilidade de auxiliar

os empresários nas tomadas de decisões. Refere ainda, que as duas principais razões para que os empresários procurem e recorram aos serviços de consultoria, são os problemas acrescidos e mais frequentes, causados pelas mais recentes conjunturas do negócio e as pretensões sobre os resultados que visam alcançar.

O serviço de consultoria prestado ao cliente, baseia-se na experiência do consultor e na utilização de processos e diagnósticos, com o objetivo de ajudar a empresa na tomada de decisão. Este trabalho deve ser efetuado sempre com o acompanhamento do empresário, pois cabe a ele conduzir o processo, embora com as orientações do consultor. Habitualmente é o consultor que tem maior conhecimento sobre estratégias empresariais, fundos disponíveis, orientação dos investimentos, e na implementação de ações que poderão fazer toda a diferença para o sucesso do negócio.

Os clientes habituais que recorrem às empresas de consultoria, são pessoas que pretendem abrir um negócio, assim como as empresas de menor dimensão, que não possuem pessoal devidamente qualificado, tendo dificuldade em fazer um bom planeamento estratégico. As consultoras são ainda procuradas por pessoas que tem dificuldades em gerir as suas próprias finanças pessoais.

As consultoras, normalmente, quando ajudam um novo empresário a estruturar a sua empresa, utilizam ferramentas com o objetivo de melhor encaminhar o empresário à obtenção do ambicionado sucesso. Uma das ferramentas mais utilizada pelas consultoras nesta vertente, é o plano de negócio.

Capítulo IV – Plano de Negócio

4.1 Plano de negócio

Os empreendedores destacam-se pelo seu papel na sociedade, pois são responsáveis por colmatar falhas de mercado, aplicando os seus recursos, que podem estar pouco explorados, e torná-los numa boa fonte de rendimento e de sucesso empresarial. Os empreendedores, são igualmente os responsáveis, por produzir riqueza para o país, por criar empregos, pela introdução de conceitos inovadores e por originar uma série de valores em prol da sociedade.

Um empreendedor quando inicia uma ideia de negócio, precisa de a estruturar de forma clara, rigorosa e atraente para que não passe de “mais uma ideia”. Com um mercado cada vez mais competitivo, para que o empreendedor consiga sobreviver, deve planear muito bem o que pretende fazer e ter bem claro o seu objetivo. É necessário preparar a ideia e apresentá-la de forma a receber uma apreciação final de acordo com o seu verdadeiro valor.

O processo para alcançar o pretendido, passar pela elaboração de um documento, ao qual designamos de plano de negócio. Este plano ajuda o empreendedor na criação do seu negócio, através de planos de *marketing*, finanças, produção e recursos humanos, organizando as ideias e as expectativas para que não se cometam erros logo no início do projeto. Com a sua elaboração, é possível antecipar dificuldades que só seriam vistas na prática e desta forma tem a possibilidade de se melhor preparar para o mercado.

Dolabela (1999) refere que o plano de negócio é um plano base, que descreve de forma completa o que é, ou o que pretende ser uma empresa. O autor refere ainda, que o plano de negócio pode ser visto como um mapa onde o empreendedor pode seguir os caminhos a serem percorridos.

O plano de negócio é uma ferramenta de gestão empresarial necessária para a estruturação de uma nova ideia de negócio, proporciona uma análise para decidir quanto à sua viabilidade, antes de colocar a ideia em prática, diminuindo assim os riscos do negócio e aumentando a probabilidade de sucesso. Para além da estruturação da ideia do empreendedor, o plano de negócio é um instrumento também utilizado para apresentar o negócio a um investidor ou financiador, pois nele estão contidas informações sobre a estrutura da empresa, projeções financeiras e os seus planos futuros, expondo assim aos potenciais financiadores/investidores que o negócio será devidamente controlado.

Como já foi anteriormente referido, o plano de negócio é uma ferramenta essencial para os empreendedores e é útil para quem inicia um negócio ou para quem se candidata a um financiamento. Tem também um papel bastante importante nas empresas já existentes, permitindo solucionar eventuais dificuldades que surjam e também desenvolver e lançar novos produtos.

4.2 Benefícios do plano de negócio

Conforme refere Degen (1989), o plano de negócio traz benefícios para a empresa na medida em que:

- Permite uma visão mais ampla do negócio, reunido o máximo de informação, confere conhecimento de todos os pontos fracos e fortes do negócio, diminuindo assim o risco de insucesso;
- Possibilita várias simulações de situações favoráveis e desfavoráveis sem prejuízo financeiro do crescimento do negócio, bem como das suas necessidades operacionais e financeiras;
- É uma ferramenta imprescindível para pedir apoio financeiro a terceiros, porque pode funcionar como uma carta de apresentação.

Dolabela (1999), também destaca a importância do plano de negócio, pois a sua elaboração permite perceber, se a ideia é ou não viável, pois os riscos podem ser bastante elevados, ou mesmo, a margem de rentabilidade do negócio ser insuficiente para conseguir garantir a sobrevivência da empresa. Dornelas (2001) e Dolabela (1999), referem que a elaboração de um plano de negócio não significa que o negócio será bem sucedido, porém elaborar um plano de negócio aumenta a probabilidade da empresa não cometer erros e de o negócio ter sucesso.

Devemos salientar, que existem ainda muitos negócios que não sobrevivem, pelo facto de muitos gestores não darem a devida importância a esta ferramenta, arrancando com o seu negócio, sem conhecer o mercado e sem qualquer planeamento detalhado da empresa.

4.3 Dificuldades do plano de negócio

As dificuldades encontradas num plano de negócio, estão diretamente relacionados com a sua elaboração. Por norma os autores dos planos de negócio são demasiado otimistas, o que pode fazer com que o negócio se torne irrealista e que a sua proposta não seja aprovada. Segundo Silva e Monteiro (2013), os empreendedores tem dificuldade em obter valores próximos da realidade, pois estimar as receitas com base nas vendas dos produtos/serviços, nem sempre é fácil, pois todos os valores assentam em estimativas, podendo incorporar assim uma margem de erro e tornar o plano de negócio mal sucedido. Os autores aconselham que o gestor deva estar rodeado por especialistas na área contabilística e financeira para tornar o plano de negócios o mais realista possível.

A sua elaboração não é um processo simples, dado ser um processo demorado que requer um esforço intelectual e de pesquisa, necessários para a sua concretização. A sua elaboração requer um processo de aprendizagem bastante forte para atingir o seu objetivo. O plano de negócios também necessita de atualizações recorrentes e regulares dos dados, de forma a ter uma visão do momento da empresa, do seu passado e dos objetivos que estão previstos.

A sua elaboração requer honestidade e sempre que possível, manter um cenário pessimista, pois ele estará sujeito a uma avaliação crítica de quem o avaliará.

4.4 Estrutura do plano de negócios

O plano de negócio é um documento que pode ser elaborado com estruturas distintas, dependendo da abordagem de cada autor estudado, portanto não existindo um modelo padrão definido. Também cada empresa tem as suas particularidades, mesmo não seguindo um modelo padrão, os elementos constituintes do plano de negócio são coincidentes com o mesmo objetivo, ou seja, de facilitar o entendimento por parte de quem o irá analisar.

Segundo Dornelas (2001), o plano de negócio deve ter os seguintes tópicos:

- Capa
- Sumário
- Sumário executivo
- Análise estratégica

- Descrição da empresa
- Produtos e serviços
- Plano de recursos humanos
- Análise de mercado
- Estratégias de *Marketing*
- Plano de investimentos
- Plano financeiro
- Anexos

Alguns dos tópicos enunciados, estão divididas em subpontos, com a finalidade de orientar na construção de cada capítulo do plano de negócio. Cada tópico do plano de negócio tem um objetivo específico. De seguida fazemos uma descrição resumida de cada um deles.

A **capa** transmite a primeira impressão para quem lê o documento. Dornelas (2001) refere que a capa deve ser apresentada de forma limpa e apenas conter as informações que se achem necessárias.

O **sumário** deve conter o título de cada secção do plano de negócio, com o objetivo de dar a conhecer a sua estrutura, a localização por tópicos e os números da página.

O **sumário executivo** é o capítulo mais importante, irá sumarizar toda a apresentação do plano de negócio, deve conter uma síntese das principais informações com a finalidade de despertar a curiosidade do júri que irá analisar o documento. Neste ponto deve ser descrito o objetivo do plano de negócio, se tem como objetivo a requisição de um financiamento junto de uma instituição bancária, capital de risco, ou mesmo para funcionar apenas como uma carta de apresentação perante terceiros. Neste item, deve ser ainda resumido a ideia que o empreendedor pretende fazer, bem como os objetivos que se pretende alcançar e quais as perspetivas financeiras do negócio. Normalmente este ponto é o primeiro a ser lido, mas o último a ser elaborado, pois depende de todas as outras secções do plano para ser feito.

Na **análise estratégica** é feito um cruzamento entre fatores do ambiente externo como o ambiente interno da empresa. Na análise externa será avaliada a concorrência, os canais de distribuição a caracterização do consumidor e só depois deve ser feita uma análise interna, através da análise *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) onde serão

identificadas as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa. Segundo Silva e Monteiro (2013) esta análise permite ao empreendedor uma nova reflexão sobre a sua ideia de negócios e só deve prosseguir para as próximas fases se continuar a acreditar na sua ideia.

Na **descrição da empresa** deve ser apresentado o negócio que vai ser desenvolvido, bem como a empresa que o acolherá. Deve ainda ser descrito a localização do negócio assim como o seu promotor, o que o levou arrancar com o negócio e a experiência que ele possui.

No próximo capítulo deve ser referido quais são os **produtos e serviços** do negócio, como serão produzidos, que benefícios poderão trazer para o consumidor e quais os aspetos diferenciais do produto/serviço em relação a concorrência. Deve ainda ser especificado quem são os fornecedores e o motivo da sua escolha.

No **plano de recursos humanos** deve ser detalhado todo o pessoal necessário para que o negócio funcione. Sócios e familiares que se encontrem a trabalhar na empresa e as suas funções atuais, mas também as pessoas a serem contratadas e o perfil necessário. Deve ser referido como se pretende fazer a contratação de novas pessoas e a renumeração de cada cargo.

Na **análise de mercado** deve ser feita uma descrição do segmento de mercado onde o negócio se irá localizar, através de uma pesquisa de mercado deve ser demonstrado que conhecemos muito bem o mercado onde vamos inserir. Detetar quem serão os clientes-alvo bem como o seu perfil. Analisar também o mercado neste ponto fazendo uma análise dos últimos anos do mercado e também uma previsão de como evoluirá nos próximos anos.

Quanto a **estratégia de marketing** deve ser analisada a estratégia a ser adotada no início do negócio, a forma como a empresa irá atuar no mercado, a estratégia de venda, como irá distribuir os produtos/serviços, diferenciação dos produtos/serviços para o cliente, os preços praticados, como irá atuar a nível de publicidade com o objetivo de mostrar como a empresa venderá o seu produto e como irá conquistar e manter os seus clientes.

O **plano de investimentos** será desenvolvido com maior detalhe na matriz financeira⁷, onde temos acesso a um quadro só para o investimento a realizar, neste quadro

⁷ Matriz onde se encontram os dados económico-financeiros de tudo o que foi escrito no plano de negócio.

deve referir-se todo o investimento inicial efetuado como por exemplo registo da empresa, obras com as infraestruturas do projeto e todos os equipamentos que serão necessários para arrancar com o negócio.

O **plano financeiro** é o capítulo do plano de negócio mais complexo de elaborar, pois deve referir em números, tudo o que foi abordado anteriormente. Dornelas (2001) chega mesmo a sugerir que para a sua elaboração os gestores recorram a consultores financeiros. Este plano é elaborado através de quadros em folhas *Excel* ao qual titulamos por matriz financeira e onde deve ser demonstrado a viabilidade do negócio. Nesta matriz teremos de elaborar um número elevado de pressupostos, onde na sua elaboração deve ser adquirido um conhecimento profundo do mercado em que se pretende inserir, só depois se estará apto para completar as várias previsões de como decorrerá o negócio, previsões sobre:

- Volume de negócio para os anos do projeto;
- Preço a cobrar pelos produtos/ serviços;
- Fornecimentos e serviços externos;
- Gastos com o pessoal;
- Custos gerais da empresa;
- Investimento a realizar;
- Financiamento necessário ao negócio.

Estes documentos que constituem a matriz financeira, têm uma elevada importância, pois possuem indicadores que serão analisados pela equipa que avaliará o projeto e através deles é possível aferir a viabilidade do negócio.

Para sustentar um melhor entendimento do plano de negócio deve ser disponibilizado em **anexo** todos os documentos contruídos na matriz financeira. Como refere Dornelas (2001) é fundamental que nesta secção também se inclua os currículos dos sócios da empresa.

4.5 Diferentes análises ao plano de negócio

Se o plano de negócio for dirigido a uma entidade bancária ou a um investidor, eles vão centrar a sua análise no plano financeiro, pois estarão mais concentrados com a

quantidade de recursos que é pedida e se a empresa terá capacidade para reembolsar esse capital.

Se for dirigido a um parceiro, este terá maior interesse na análise de mercado, onde deve ser demonstrado que conhecemos muito bem o mercado onde a empresa irá atuar.

Se o leitor do plano de negócio for um fornecedor, este irá centrar a sua análise na saúde financeira da empresa, como estará constituída a sua carteira de clientes e como será o desenvolvimento futuro do negócio de forma a evitar correr riscos.

O que se recomenda é escrever o plano de negócio de acordo com as necessidades do público-alvo que o irá analisar.

4.6 Disposições diferentes do plano de negócio

Um plano de negócio pode apresentar diferentes denominações como por exemplo plano estratégico, plano de investimento, plano de expansão, plano de crescimento, plano operacionais, planos de custos, dossiê de negócio e muitos outros nomes são todos sinónimos de plano de negócio. Em cada um destes documentos existe uma objetivo específico, dando mais ênfase em algumas das secções do que noutras dependendo do público-alvo que o irá analisar.

Algumas candidaturas a financiamento apresentam um modelo de plano de negócio já predefinido com a informação necessária a preencher, não permitindo ao gestor divagar fora do que é pedido e apenas registar informação relevante para a estruturação da ideia, a sua estrutura normalmente respeita a estrutura apresentada anteriormente.

O Microcrédito, referido anteriormente, apresenta um plano de negócio ao qual se intitula por dossiê de negócio. O dossiê de negócio segue o formato de um plano de negócio, mas de uma forma mais resumida, permitindo ao candidato concentrar-se apenas na informação que é pedida, como pode ser visto no anexo II. Também os fundos europeus para as empresas que se candidatam a financiamento são submetidos por via eletrónica, disponibilizam uma plataforma onde o candidato deve preencher uma série de documentos organizados segundo a estrutura do plano de negócio, mas de uma forma mais simplificada, não permitindo divagar na informação e facilitando assim a análise da candidatura.

Capítulo V – Microcrédito e Comércio Investe

5.1 Microcrédito

O Microcrédito surgiu como uma resposta no combate à pobreza e à exclusão social, e foi criado pelo cidadão e economista Muhammad Yunus⁸ do *Bangladesh*. Em 1983 este economista começou as suas experiências com o Microcrédito, através do *Grameen Bank*, localizado em *Banglades*, sendo a primeira instituição financeira exclusivamente dedicada ao Microcrédito.

Como refere Yunus (2003) na sua autobiografia, o conceito de Microcrédito surgiu quando chegou às vilas rurais e extremamente pobres do Bangladesh. Estas pessoas pobres não conseguiam obter crédito para o desenvolvimento e expansão dos seus negócios, o que limitava fortemente o seu rendimento.

Yunus (2003) decidiu emprestar 27 dólares a 42 pessoas e verificou que um simples apoio representou um poderoso efeito multiplicador da produtividade e rendimentos desses povos. Com estes empréstimos veio a comprovar-se mais tarde, o crescimento dos negócios nas vilas. A aplicação deste instrumento cresceu e evoluiu, tendo alcançado uma expressão à escala mundial muito significativa.

O Microcrédito tem como objetivo apoiar o empreendedorismo e a criação do próprio emprego, através de um pequeno empréstimo para pessoas com rendimentos mais baixos, normalmente excluídas do crédito tradicional. Esta forma de financiamento possui um papel bastante importante no domínio económico e social, pois contribui no combate à pobreza, na melhoria de condições de vida, no aumento do emprego e também no aumento do rendimento das famílias.

Este pequeno empréstimo não se destina a combater as dificuldades momentâneas ou à criação de grandes empresas, mas para iniciar ou expandir pequenos negócios, criando assim o seu próprio emprego e promovendo a melhoria da qualidade de vida da população afetada diretamente pelos problemas sociais de pobreza e exclusão social. Assim, é necessário que as operações de Microcrédito tenham como finalidade o financiamento de uma atividade empresarial e que essa atividade tenha condições para criar postos de trabalho.

⁸ Muhammad Yunus é distinguido em dezembro de 2006, com Prémio Nobel da Paz

O crédito bancário tradicional distingue-se do Microcrédito, não só por este ser um financiamento de baixo valor monetário, mas também por o Microcrédito se destinar a um grupo de pessoas específico, pessoas que não conseguem ter acesso ao crédito bancário tradicional. As instituições bancárias exigem garantias reais, cobram elevados juros, e preferem lucrar através de operações com grandes montantes, excluindo normalmente as micro e pequenas empresas da sua carteira de clientes. Apesar destas terem muita relevância na geração de emprego não conseguem aceder ao crédito para realizar os seus investimentos.

Em 1988, o Microcrédito chegou a Portugal, através da fundação da Associação Nacional de Direito ao Crédito (ANDC), uma instituição sem fins lucrativos. A ANDC apercebeu-se que existia uma lacuna em Portugal na questão do acesso ao crédito por grupos desfavorecidos. A ANDC através do Microcrédito, procurou ajudar muitos portugueses que se encontravam em condições de vulnerabilidade social, a criarem o seu próprio negócio e assim o seu emprego, abandonando a situação de pobreza e exclusão em que se encontravam. Entre 1998 e início de 2013, a ANDC já criou 1.788 microempresas, as quais deram origem a 2.239 postos de trabalho (Diário Económico, 2013)⁹.

Para a ANDC avançar com o Microcrédito, foi necessário criar algumas parecerias com a banca para esta disponibilizar os créditos, e obtendo também o apoio do Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), apoio este meramente financeiro, mas que se revelou crucial para a instituição desenvolver a sua atividade nos primeiros anos.

O Estado tem vindo a reconhecer que o espírito empresarial merece ser promovido e apoiado, já existindo alguns incentivos financeiros. No entanto em relação ao Microcrédito existe apenas um específico, ao qual denominamos por Programa Nacional de Microcrédito.

5.1.1 Programa Nacional de Microcrédito

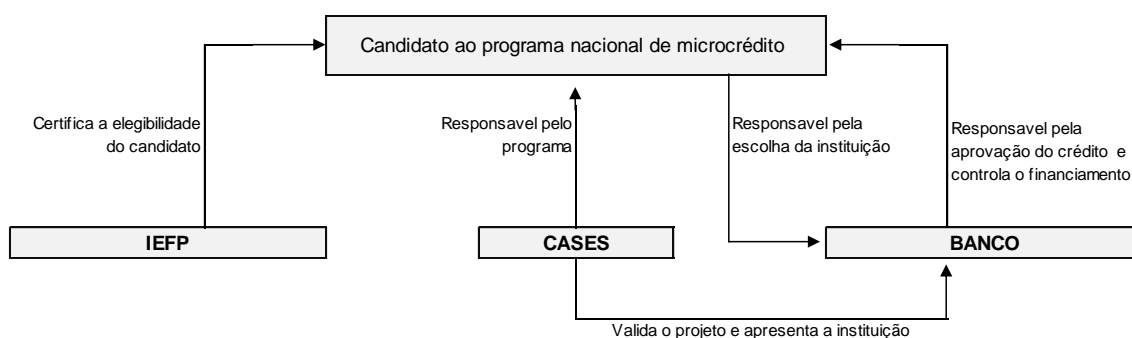
O Programa Nacional de Microcrédito é uma linha de crédito bancário com juros bonificados, que está em vigor desde 2010, uma linha de Microcrédito desenvolvida pelo IEFP em parceria com a cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES) e

⁹ Publicação elaborada pelo diário económico sobre o Microcrédito em Portugal, edição de 2013, disponível em: http://www.microcredito.com.pt/folder/galeria/ficheiro/42_28mar13_DiarioEconomico_xsf4r7rqdi.pdf

com as Sociedades de Garantia Mútua (SGM) que permite o financiamento em condições mais adequadas e vantajosas.

O IEFP tem apoiado cada vez mais pessoas na criação do seu próprio emprego no Programa Nacional de Microcrédito. É da sua responsabilidade certificar a elegibilidade dos candidatos, enquanto a CASES fica responsável pela gestão e coordenação do programa e certificará a elegibilidade das candidaturas, antes da apresentação destas a uma instituição bancária. Cabe depois à instituição bancária a aprovação, ou não, dos projetos. A instituição bancária é escolhida pelo candidato entre o conjunto de instituições protocoladas¹⁰ com o programa. A figura 1 mostra a participação que cada entidade tem com o programa.

Figura 1: Resumo da participação no Programa Nacional de Microcrédito.



Fonte: Elaboração própria segundo a Portaria nº 985/2009, de 4 de Setembro.

O objetivo deste programa é promover a criação/desenvolvimento de pequenos negócios, tendo em vista a criação de emprego, facilitando o acesso ao crédito bancário através de um financiamento de pequeno montante com bonificações nas taxas de juros. Qualquer tipo de negócio é admissível desde que apresente contornos de que pode vir a transformar-se num negócio sustentável, conseguindo gerar rendimento e assim garantir o reembolso do capital emprestado. Mas é fundamental definir o valor exato de investimento a realizar para iniciar o negócio, pois este programa não apoia aumentos de capital.

Tal como já referido, esta linha de crédito deve ser executada por uma instituição bancária protocolada para o efeito, e destina-se a:

- Pessoas que demostrem perfil empreendedor, com dificuldades no acesso ao crédito e ao mercado de trabalho, em risco de exclusão social mas que

¹⁰ Praticamente toda a banca portuguesa possui protocolo com o IEFP.

possuam uma ideia de negócio que se possa tornar viável e criar postos de trabalho.

- Microentidades e cooperativas até 10 postos de trabalho, que apresentem projetos viáveis visando criação líquida de postos de trabalho.

Este programa articula-se em duas linhas de crédito distintas, que diferem principalmente nos montantes máximos de financiamento:

- A linha Invest + é uma linha de crédito para investimentos superiores a 200.000 €, sendo que o montante de crédito máximo possível é de 100.000€.
- O Microinvest é a linha de financiamento mais reduzida.

5.1.2 Microinvest

O Microinvest é o programa mais recente introduzido em Portugal, e faz com que o acesso ao crédito seja mais facilitado, pelo motivo de não serem solicitadas garantias reais adicionais ao beneficiário, pois a mesma é garantida a 100% pela SGM. Mas para além do risco da operação estar totalmente coberto, esta linha também tem a vantagem de o beneficiário poder usufruir de um prazo de carência de capital e de bonificações de juros, e ainda do reduzido tempo para processar a candidatura, que normalmente depende da rapidez do candidato em reunir toda a informação.

O Microinvest é gerido pelo IEFP e apresenta condições de acesso específicas como podemos ver no seguinte quadro 2:

Quadro 2 Resumo do Microinvest

Montante de investimento	≤ 20.000€
Montante de financiamento	≥5.000€ e ≤20.000€
Desembolso	50% com a assinatura do contrato e duas tranches de 25%, mediante apresentação dos documentos de despesa.
Prazo da operação	7 anos, com carência de 2 anos de capital e 5 anos de amortizações mensais e constantes
Taxa de juro a cargo do beneficiário	Taxa mínima de 1,5% e máxima de 3,5%
Bonificação da taxa de juro	No 1º ano os juros ficam a cargo do IEFP

Fonte: Elaboração própria segundo a Portaria nº 985/2009, de 4 de Setembro.

Os beneficiários da linha Microinvest tem acesso facilitado ao crédito para apoiar a concretização de projetos cujo limite máximo de investimento e financiamento é de 20.000€¹¹, deve ter-se em atenção que o valor de financiamento não contempla o IVA.

O prazo máximo para a operação é de sete anos, onde os dois primeiros anos são de carência de capital¹² e os cinco anos seguintes para o reembolso total, ao valor das amortizações de capital mensais e constantes, acrescerá juros, com taxa mínima de 1,5% e máxima de 3,5%¹³. É necessário que o negócio se mantenha aberto até ao reembolso total, caso contrario o beneficiário da linha terá de reembolsar os encargos do IEFP.

Os beneficiários desta linha irão receber o financiamento em três parcelas, a primeira de 50% com a assinatura do contrato, e as restantes duas parcelas de 25% com entrega dos comprovativos dos montantes utilizados.

A candidatura ao Microinvest é feita através de um “dossiê de negócios”, um documento muito idêntico a um plano de negócio que está disponível na página de *internet*¹⁴ do Programa Nacional de Microcrédito. Na candidatura deve ser considerado como despesa elegível toda a despesa de investimento necessária à constituição e arranque do negócio, incluindo as despesas referentes ao processo de candidatura e também com a elaboração do plano de negócio, até um máximo de 15% do investimento elegível, não podendo ser superior a 628,83€. Ainda pode ser considerado como elegível, o fundo de manei necessário desde que não ultrapasse 30% do valor do investimento. São consideradas não elegíveis, a aquisição de imóveis e todas as despesas cuja relevância para a realização do negócio não seja devidamente fundamentada.

Sendo assim, o Microinvest poderá ser uma solução para financiar projetos de investimentos viáveis, pois não exige que seja apresentado um fiador, uma vez que o empréstimo é garantido na totalidade pelas SGM. Permitindo ainda um maior prazo para o

¹¹ A promulgação da Portaria nº 58/2011, 28 de Janeiro, veio introduzir alterações à Portaria nº 985/2009, de 4 de Setembro, principalmente no seu montante máximo de financiamento, que passou de 15.000€ para 20.000€ e a Portaria nº95/2012 que prevê o alargamento do acesso do Programa Nacional de Microcrédito às microentidades e cooperativas.

¹² O IEFP no primeiro ano de carência de capital suporta a totalidade dos juros do empreendedor. No segundo ano o beneficiário apenas fica a pagar os juros.

¹³ Excedente a cargo do IEFP, por forma a assegurar que em caso algum, o beneficiário tenha um encargo com os juros a suportar superior a 3,5%.

¹⁴ A página de *internet* do Programa Nacional de Microcrédito pode ser consultado em: <http://www.sou-mais.org/>

reembolso do crédito com bonificações nas taxas de juros, melhorando assim as condições sociais e económicas de uma parte da população excluída do sistema bancário tradicional.

5.2 Programa: Comércio Investe

O Comércio Investe surgiu em 2013 no seguimento do antigo Programa de Modernização do Comércio (MODCOM). É uma medida regulamentada pelo Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) e financiada pelo Fundo de Modernização do Comércio, fundo para a qual revertem as receitas de licenciamento para a abertura ou remodelação das superfícies comerciais de dimensão relevante.

Este programa pretende lançar um instrumento financeiro, cujo objetivo é de aumentar os níveis qualitativos da oferta comercial, incentivando a modernização e a requalificação de micro e pequenas empresas de comércio a retalho. Pretende também promover o comércio localizado em centros urbanos, onde estas empresas se encontram localizadas de forma dominante.

De acordo com Portaria nº236/2013, de 24 de Julho, o Comércio Investe divide-se em duas modalidades¹⁵:

- Projetos individuais, com o objetivo de modernizar e valorizar a oferta dos estabelecimentos abertos ao público, através da aposta na inovação e na utilização de formas avançadas de comercialização. Podem candidatar-se as micro e pequenas empresas de comércio.
- Projetos conjuntos, com o objetivo de requalificar e dinamizar o comércio localizado em centros urbanos, numa área delimitada e através de ações complementares de promoção e dinamização, projetos desenvolvidos por associações comerciais.

No presente concurso são apoiadas as micro e pequenas empresas cuja atividade principal na Classificação Portuguesa de Atividades Económicas (CAE) têm de estar ligada ao comércio a retalho tradicional e de proximidade (Divisão 47 da CAE) e com área de venda inferior a 500m². O Comércio Investe deixa de fora as atividades de comércio a retalho de combustíveis, de artigos em segunda mão, atividades em bancas de feiras, unidades móveis, artigos de ourivesaria, joalharia, atividades de pão, de produtos de

¹⁵ Artigo 2º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho

pastelaria e confeitaria apenas quando desenvolvida em conjunto com a fabricação, atividades veterinárias, saúde humana, atividades por correspondência ou via *internet*, salões de cabeleireiro, institutos de beleza e estabelecimentos que se localizem no interior de centros comerciais, exceto se este possuir acesso direto para a via pública. Nos projetos conjuntos ainda é possível a inclusão de estabelecimentos localizados no interior de centros comerciais sem acesso para a via pública, desde que o centro comercial tenha menos de dez estabelecimentos e a adesão destes for superior a 50%.

5.2.1 Despesas elegíveis ao Comércio Investe

Consideram-se despesas elegíveis nesta medida de apoio, os custos relacionados com a realização de melhorias nos estabelecimentos e a aquisição de material que seja considerado relevante para a sua atividade, promovendo a inovação de utilização de formas avançadas de comercialização, nomeadamente:

- Aquisição de equipamentos, *software*, mobiliário;
- Despesas inerentes a certificação de produtos e sistemas;
- Despesas com a criação e proteção da propriedade industrial,
- Despesas nas áreas de decoração, *design* de interiores, vitrinismo e tradução de conteúdos linguísticos (limite 1.500€);
- Requalificação de fachadas e remodelação interior da área de venda ao público no estabelecimento (limite 10.000€);
- Estudos, diagnósticos, conceção de imagem, projetos de arquitetura e despesas com o processo da candidatura deste financiamento; (limite de 1.500€);
- Intervenção do técnico oficial de contas (TOC)¹⁶ e do revisor oficial de contas (ROC) (limite 500€).

De acordo com a Portaria nº236/2013, de 24 de Julho, o incentivo a conceder assume a natureza de incentivo não reembolsável e as empresas interessadas poderão apresentar até duas candidaturas, respeitando cada uma a um estabelecimento comercial diferente.

¹⁶ Conhecido a partir de 7 de Setembro de 2015 por ordem dos contabilistas certificados.

5.2.2 Apoios Inerentes ao Comércio Investe – Projetos Individuais

No caso dos projetos individuais, as micro e pequenas empresas que se candidatem a este programa, terão apoios correspondentes a 40% das despesas elegíveis, não podendo ultrapassar o valor de 35.000€ por projeto.

Deverão contemplar um investimento mínimo de 15.000€, e o promotor tem um prazo de 12 meses para a execução do investimento.

Podem ainda obter um prémio de boa execução de 5% do valor do incentivo, apurado na avaliação final do projeto. Para obtenção deste prémio de boa execução, a candidatura deve cumprir certos critérios, como por exemplo o cumprimento dos objetivos do projeto, o pedido de pagamento final apresentado nos três meses seguintes aos 12 meses de execução e ainda ter uma taxa de aprovação superior a 70%¹⁷.

O promotor tem de demonstrar que estão asseguradas as fontes de financiamento do projeto, incluindo 20% do investimento elegível em capitais próprios.

Quadro 3 Resumo das condições do Comércio Investe para projetos individuais

Tipologia do projeto	Investimento mínimo elegível	Percentagem do incentivo	Valor máximo do incentivo
Projeto individual	15.000€	40%	35.000 por projeto individual

Fonte: elaboração própria.

5.2.3 Apoios Inerentes ao Comércio Investe – Projetos Conjuntos

Nos projetos conjuntos o incentivo financeiro corresponde a 45% das despesas elegíveis para as empresas aderentes, não podendo passar os 20.000€ para cada uma delas. Para as associações o incentivo é de 70% das despesas elegíveis, não podendo ultrapassar o valor médio de 6.000€ por cada empresa aderente.

Estes projetos tem de abranger um mínimo de 10 empresas e um máximo de 30, onde todas as empresas aderentes tem de se situar dentro de um centro urbano delimitado,

¹⁷ A taxa de aprovação dos projetos é calculada segundo quatro critérios, a criação líquida de postos de trabalho, as áreas de investimento definidas, a rentabilidade bruta das vendas no ano anterior ao da candidatura e o caráter inovador do projeto, onde é atribuído diferentes pontuações de acordo com o projeto.

sendo que 80% das quais tenham de ser micro e pequenas empresas, e terem atividade inserida no comércio a retalho, e realizarem um investimento mínimo de 5.000€.

Para retirar pressão às estruturas associativas numa fase inicial do projeto apenas tem de ser identificadas 50% das empresas dispostas a aderir. No entanto, apenas pode ser aprovado um projeto conjunto por concelho, no caso de existirem mais projetos por concelho será aprovado aquele que obtiver uma pontuação final mais elevada¹⁸.

Segundo Guimarães (2015), esta limitação de um único projeto por concelho, pode levar a que os projetos favoreçam principalmente o comércio localizado em zonas preferenciais, dada a facilidade em se atingir o máximo de empresas e assim concorrerem a um investimento superior.

Tal como nos projetos individuais, também tem que se demonstrar que estão asseguradas as fontes de financiamento do projeto, incluindo 20% do investimento elegível em capitais próprios.

Quadro 4 Resumo das condições do Comércio Investe para projetos conjuntos

Tipologia do projeto	Investimento mínimo elegível	Percentagem do incentivo	Valor máximo do incentivo
Projeto conjunto	5.000€	45%	20.000€ po empresa
Associações		70%	6.000€ por empresa

Fonte: elaboração própria.

5.2.4 Condições impostas ao promotor e ao projeto

Para uma candidatura ser selecionada para a medida Comércio Investe devem ser respeitadas as condições de elegibilidade, relacionada com o promotor e com o projeto.

Quanto ao critério de elegibilidade do promotor devem ser respeitados os seguintes critérios:

- Ter dado início a sua atividade, ou seja após a sua constituição tenha entregado a declaração de início de atividade na Autoridade Tributária;
- Apresentar uma situação líquida positiva, no ano anterior ao da candidatura;
- Possuir uma situação regularizada face à administração fiscal, à segurança social e as entidades pagadoras dos incentivos;

¹⁸ Art.12º da Portaria nº 236/2013, de 24 de Julho

- Apresentar uma situação económica e financeira equilibrada, ou seja o diploma exige que a empresa apresente um rácio de autonomia financeira não inferior a 15%¹⁹. Para o cálculo deste valor deverá ser utilizado o último balanço à data da apresentação da candidatura;
- Possuir o estatuto de micro e pequena empresa, obtido através da certificação eletrónica no *site* do IAPMEI;
- Até à data de início deste investimento não ter outras candidaturas a incentivos de natureza idêntica para o mesmo estabelecimento;

Relativamente a elegibilidade do projeto deve ser respeitado os seguintes critérios:

- O projeto deve mostrar viabilidade económica e financeira;
- Situar-se numa região contida no programa;
- Tal como já referido, deve ser assegurado 20% do investimento elegível em capitais próprios;
- Após a data de publicação da decisão do incentivo, o promotor tem um prazo de 12 meses para a execução do investimento;
- Não inclui despesas anteriores à data da candidatura;
- Corresponder a um investimento mínimo exigido (15.000€);
- A empresa deverá ter uma atividade comercial abrangida pelos critérios do Comércio Investe;

Assim para ser uma das empresas selecionadas no programa Comércio Investe, a candidatura deve cumprir todas as condições apresentadas, elas deverão ser formalizadas e submetidas *online*, através da página eletrónica do IAPMEI.

Após a submissão da candidatura, o promotor pode acompanhar o processo e verificar as próximas etapas num aplicativo *online* chamado “conta corrente”.

5.2.5 Análise aos resultados da última fase de candidaturas

O Comércio Investe é processado por fases normalmente com um calendário muito curto, o que implica que os beneficiários do programa estejam atentos à sua abertura.

¹⁹ Autonomia financeira= Capitais próprios da empresa/Ativo líquido da empresa

A última fase correspondeu ao período entre 13 de Fevereiro de 2015 e 27 de Março de 2015 com uma dotação orçamental de 20.000.000€, onde 11.000.000€ foram distribuídos para apoiar projetos de natureza conjunta, e os restantes 9.000.000€ foram destinados para financiar projetos individuais, distribuídos por diferentes regiões de acordo como o seguinte quadro.

Quadro 5 Dotação orçamental do programa Comércio Investe pelas várias regiões.

Região	Projetos Individuais	Projetos Conjuntos	Total
Lisboa e Vale do Tejo	3.600.000€	4.400.000€	8.000.000€
Norte	2.664.000€	3.256.000€	5.920.000€
Centro	1.440.000€	1.760.000€	3.200.000€
Alentejo	864.000€	1.056.000€	1.920.000€
Algarve	432.000€	528.000€	960.000€
Total	9.000.000€	11.000.000€	20.000.000€

Fonte: elaboração própria.

A região Lisboa e Vale do Tejo é a que tem alocado maior disponibilidade financeira, devido ao volume significativo de atividade comercial que acolhe, seguido da região Norte. As duas modalidades tiveram valores semelhantes, mas foram alocados mais dois milhões de euros para os projetos conjuntos.

A responsabilidade da distribuição dos fundos é assumida pelo Governo, já que o fundo provém das receitas nacionais. Segundo dados²⁰ disponibilizados pelo IAPMEI a instituição nesta fase recebeu um total de 1.353 candidaturas a projetos individuais, onde o Norte do país alcançou o maior número de candidaturas num total de 639 projetos. A região centro foi a segunda maior com 344 projetos.

A adesão ao Comércio Investe tem sido significativa, mas a Confederação Portuguesa das PME (CPPME) defende, na publicação sobre esta medida²¹, que não será suficiente para cumprir os objetivos do Governo de modernização e revitalização da atividade comercial. Refere ainda que no atual contexto económico, as micro e pequenas

²⁰ Publicação elaborada pelo IAPMEI sobre a segunda fase de candidaturas ao Comércio Investe, edição de 2015, disponível em: http://www.iapmei.pt/iapmei-not-02.php?noticia_id=1335

²¹ Publicação elaborada pela confederação portuguesa das PME sobre o Comércio Investe, edição de 2015: <http://www.cppme.pt/site/index.php/inicio/tomadas-de-posicao/74-medida-comercio-investe>

empresas lutam pela sobrevivência e não dispõem de capita próprios para aderir a este programa.

Na opinião de Guimarães (2015), a dimensão que é exigida no diploma para o investimento mínimo elegível é uma condição que pode levar a que os beneficiários sejam afastados do programa, por não terem necessidade de investimentos de tal dimensão.

5.2.6 Linha de crédito Comércio Investe

Esta linha de crédito tem como objetivo apoiar o acesso ao financiamento de empresas do setor do comércio, que tenham projetos aprovados no âmbito da medida Comércio Investe. Este apoio está disponível desde 13 de Março de 2014, com uma dotação orçamental de 25.000.000€ e tem a vantagem de não existirem comissões bancárias e de ser suportada pelo sistema de garantia mútua num total de 70% do capital em dívida.

O montante máximo de financiamento por projeto é de 160.000€ e o período máximo para o reembolso é de nove anos, com dois anos de carência de capital. A taxa de juro a suportar é aplicada pelas instituições bancárias com um limite máximo correspondente à Euribor a três meses acrescida de um *spread* de 4,2%. O plano de reembolso é efetuado com prestações constantes e trimestrais.

Esta linha abrange os investimentos em projetos individuais ou nos projetos conjuntos permitindo desta forma melhorar o suporte financeiro dos programas aprovados na medida Comércio Investe.

Capítulo VI – Caso Prático

6.1 Descrição da empresa

Para o estudo de caso foi selecionada uma empresa de um cliente no âmbito do estágio realizado na *iConsulting*, uma empresa que tinha um histórico financeiro positivo e excelentes perspectivas futuras.

Por se tratar de dados confidenciais, não será identificado a empresa em causa, designando-a para o efeito simplesmente por “Empresa A”.

A Empresa A dedica-se à venda de produtos regionais, maioritariamente a comercialização de vinhos *gourmet*. Tem sede num pequeno espaço do centro histórico do Porto, possui um interior acolhedor e uma imagem urbanística antiga, os clientes podem acomodar-se apreciando os produtos regionais que a empresa disponibiliza.

O público-alvo é composto, essencialmente, por cidadãos portugueses da classe média e alta e turistas, com o principal foco a recair sobre casais com algum poder de compra.

A Empresa A tem a vantagem de estar localizada numa rua bastante frequentada pelo seu público-alvo e ser um ponto de paragem obrigatória em muitos roteiros turísticos.

Acrescida à vantagem da excelente localização, tem ainda o benefício de o Porto, como cidade acolhedora deste projeto, ser um destino de eleição para turistas de todo o mundo, que procuram conhecer a cultura e gastronomia, ao mesmo tempo que vivenciam novas experiências enriquecedoras.

A Empresa A é conhecida por comercializar produtos de qualidade tipicamente portugueses, mas também pelo aspeto antigo do estabelecimento, que conta com mais de quarenta anos de história. Os seus produtos principalmente os vinhos e as bebidas espirituosas acompanhados pelos biscoitos e bolachas chamam cada vez mais clientes que procuram a excelência dos produtos tradicionais portugueses. É procurada muitas vezes pelos vinhos do Porto e também por outros vinhos de referências regionais.

Para além dos vinhos do Porto e de outros vinhos regionais de grande qualidade, têm outra gama de produtos com vista a suprir as necessidades de um maior número de clientes, como por exemplo bolachas, biscoitos, compotas, mel, *patês*, queijos, presuntos, chouriços, licores, aguardentes, espumantes, *gin*, uísques e charutos.

Tem como objetivo apaixonar os clientes nacionais e internacionais com os seus produtos, que podem ser consumidos no local, ou então o cliente poderá levar os produtos como compra direta, vendidos na empresa para ser consumidos fora do estabelecimento.

Em 2014 apresentou um volume de negócios de 93.000€ e empregava 3 pessoas, das quais um deles, é o sócio-gerente da empresa, que se dedica exclusivamente à empresa.

A atividade principal²² é a comercialização de bebidas e tem como atividade secundária²³ o comércio de produtos alimentares.

Quadro 6 Análise sintética à Empresa A.

Empresa	Empresa A	
Atividade	Principal	Comércio a retalho de bebidas
	Secundária	Comércio a retalho de produtos alimentares, bebidas ou tabaco
Nº de trabalhadores	2013	2
	2014	3
Volume de negócios	2013	87.000€
	2014	93.000€

Fonte: elaboração própria

Num mundo que está em constante mudança, é necessário inovar e modernizar para sobreviver, desenvolvendo para isso as melhores ações estratégicas, de acordo com a necessidade dos clientes.

6.2 Necessidades de investimento da “Empresa A”

A Empresa A sentiu a necessidade de se modernizar com o objetivo de surpreender os seus clientes, para isso necessitou de fazer alguns investimentos melhorando o seu espaço e assim tornar-se mais atrativa.

O mobiliário presente na loja estava afetado pelos largos anos de atividade, pelo que a gerência decidiu realizar um investimento em mobiliário, designadamente em mesas, cadeiras e outros móveis. A gerência pretende manter a imagem e *design do* estabelecimento, para assim manter o ambiente acolhedor, e com uma decoração contemporânea e histórica.

²² CAE da atividade principal- 47250- Comércio a retalho de bebidas, em estabelecimentos especializados.

²³ CAE da atividade secundária- 47112- Comércio a retalho em outros estabelecimentos não especializados, com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco.

A gerência pretende também investir na contratação de um serviço especializado, de um técnico de vitrinismo, que terá como função organizar e decorar a loja, pretendendo-se promover a imagem e potenciar a venda dos produtos, garantindo a atratividade do espaço.

Como atualmente as empresas não podem prescindir da sua existência na *WEB*, a gerência pretende investir na criação de uma página de *internet* da empresa, para dar-se a conhecer ao mundo, revelando o conceito da loja e dos produtos comercializados. A página de *internet* deverá estar em vários idiomas, para fazer chegar os seus produtos ao maior número possível de clientes, e ganhar maior notoriedade. Este meio funcionará como uma forte fonte de angariação de novos clientes.

Também será necessário obras na fachada da loja, pois este é o primeiro impacto que o cliente recebe quando passa pela rua. Por este motivo a empresa pretende fazer obras na fachada para que o estabelecimento seja mais visível e atrativo.

Quadro 7 Investimento necessário na Empresa A.

Designação	Valor do Investimento	Total do investimento
16 Cadeiras	640 €	15 340 €
5 Mesas	1 100 €	
4 Banquetes	2 300 €	
3 Móveis de garrafeiras	3 300 €	
Balcão Rustico	1 300 €	
Técnico de vitrinismo	1 200 €	
Website	1 600 €	
Requalificação da fachada	3 900 €	

Fonte: elaboração própria.

Para a realização do investimento a Empresa A solicitou em Dezembro de 2014, à *iConsulting* algumas propostas de financiamentos aplicáveis. Foram apresentadas três propostas ao cliente: financiamento apenas ao programa Comércio Investe; financiamento ao programa Comércio Investe com a adesão da Linha de crédito do programa ou um Microcrédito.

6.3 Comércio Investe

O programa Comércio Investe foi uma das propostas aconselhada a Empresa A, dado tratar-se de uma empresa com condições económicas-financeiras sólidas, sem pagamentos em atraso e com despesas elegíveis que se enquadram no programa.

Tal como já abordado, e de acordo com os objetivos da Empresa A, este programa cobre despesas relacionadas com o aumento dos níveis qualitativos da oferta comercial, incentivando a modernização e a requalificação, e enquadra-se nos parâmetros de um projeto individual.

Para além do investimento referido anteriormente, pretende ainda incluir mais duas rubricas necessárias, que são elegíveis no âmbito do programa:

- Honorários do TOC subjacentes ao processo de financiamento;
- Honorários da *iConsulting*, subjacentes ao processo de candidatura e assessoria.

Quadro 8 Investimento necessário na Empresa A para submissão ao Comércio Investe

Designação	Valor do Investimento
Aquisição de Equipamento	8 640 €
Serviço especializado (Vitrinismo)	1 200 €
Criação do <i>website</i>	1 600 €
Requalificação da fachada	3 900 €
Processo de candidatura	600 €
Intervenção do TOC	500 €
Total do Investimento	16 440 €

Fonte: elaboração própria.

Analisando as condições de elegibilidade do promotor, a Empresa A pode ser uma empresa selecionada para receber o incentivo do programa Comércio Investe, pois respeita as seguintes condições:

- Deu início à sua atividade num período anterior à candidatura, ou seja já existe a declaração de início de atividade na Autoridade Tributária;
- Possui uma atividade principal de comércio a retalho (CAE:47);
- Está estabelecida num pequeno espaço, não ultrapassado as dimensões impostas pelo diploma;

- No ano anterior ao da candidatura apresentou uma situação líquida positiva e com uma autonomia financeira superior a 15%;
- Tem as dívidas regularizadas face à administração fiscal, à segurança social e face às entidades pagadoras dos incentivos;
- Possui o estatuto de PME obtido através da certificação eletrónica no sítio da *internet* do IAPMEI;
- Até à data do início deste investimento não tinha outras candidaturas a incentivos.

Relativamente a elegibilidade do projeto são respeitados todos os seguintes critérios:

- O projeto mostrar viabilidade económica e financeira;
- Situa-se numa região contida no programa;
- É assegurado 20% do investimento elegível nos capitais próprios da empresa;
- Todo o investimento terá data posterior à data da candidatura;
- Supera o investimento mínimo exigido de 15.000€;
- A empresa tem uma atividade comercial abrangida pelos critérios do Comércio Investe;

Como demonstrado a empresa cumpre todas as condições de elegibilidade, tanto para o promotor como para o projeto. Assim a *iConsulting* estaria apta a submeter a candidatura através da página eletrónica do IAPMEI, sendo necessário o preenchimento de um conjunto de documentos que respeitam a estrutura do plano de negócio, mas de uma forma mais simplificada, como podemos ver no anexo I.

Se a empresa tiver uma decisão positiva perante o IAPMEI, o seu investimento será beneficiado pelo incentivo de acordo com o seguinte quadro:

Quadro 9 Cálculo do incentivo a receber pelo programa Comércio Investe

Total Investimento	16 440 €
Percentagem do Incentivo	40%
Valor total do incentivo a receber	6 576 €
Prémio de boa execução	329 €
Valor total do incentivo com prémio de boa execução	6 905 €

Fonte: elaboração própria.

Em resumo, ao total de investimento de 16.440€ são aplicados os 40%, tendo a Empresa A a receber 6.576€, não reembolsáveis, com a aprovação do programa. Se for atribuído o prémio de boa execução de 5% a empresa receberá um total de 6.905€²⁴.

6.4 Linha de crédito Comércio Investe

Com a aprovação do programa Comércio Investe, a Empresa A receberá um total de 6.576€ (valor do incentivo a receber sem prémio de boa execução), com tudo para completar o seu investimento terá ainda de financiar um total de 9.864€, valor que pode ser financiado através da linha de crédito Comércio Investe.

Foi calculado o serviço de dívida (apêndice I), onde foi assumido a taxa de juro máxima de 4,2% e um imposto do selo de 0,4% para o período máximo desta linha, ou seja nove anos.

O reembolso do capital será efetuado trimestralmente com as características apresentadas no quadro seguinte.

Quadro 10 Cálculo da linha de crédito Comércio Investe.

Montante de Financiamento	9 864 €
Taxa de Juro	4,2%
Imposto de selo	0,4%
Período	9 anos (36 trimestres)
Reembolso	7 anos (28 trimestres)
Período carência Reembolso	2 anos (8 trimestres)
Data da primeira Amortização	mar/15

Fonte: elaboração própria.

Nos dois primeiros anos apenas pagará juros e reembolsará o capital nos sete anos seguintes, com prestações trimestrais e constantes no montante de 408,44€.

A última amortização será em Dezembro de 2023 como está detalhado no apêndice I. No final do prazo, o promotor do projeto pagará um total de 12.274€ relativo ao empréstimo financeiro, onde 2400,86€ serão de juros, 9,60€ corresponderá ao valor total do imposto do selo e 9.864€ que corresponderá ao reembolso do capital emprestado pela

²⁴ Prémio de boa execução= 5%*6.576=329€; Valor do incentivo com prémio de boa execução= 329+6.576=6.905€

instituição bancária, montante este que tem enquadramento na linha de crédito Comércio Investe.

6.5 Programa Nacional de Microcrédito

O Programa Nacional de Microcrédito poderá igualmente ser uma alternativa para financiar o investimento da Empresa A. Dado que a empresa pretende fazer um investimento reduzido, será aplicada a linha de crédito Microinvest, linha esta destinada a investimentos inferiores a 20.000€, com juros bonificados e que não exigirá à empresa garantias reais adicionais.

Tal como apresentado, a Empresa A mantém a necessidade de um investimento de 16.440€ (quadro 8).

No Microinvest a despesa com o processo da candidatura é elegível apenas até um máximo de 15% do investimento, não podendo exceder os 628,83€. No caso em apreço os honorários subjacentes ao processo de candidatura a prestar pela iConsulting, não ultrapassariam aquele valor, pois rondariam os 600€.

A candidatura é submetida através de um designado “dossiê de negócio”. Este documento tem como objetivo descrever o projeto a elaborar, seguindo a estrutura de um plano de negócio, mas de uma forma mais simples, como podemos ver no anexo II.

O “dossiê de negócio” está dividido em doze pontos e tem como objetivo apresentar ao júri a ideia de investimento que irá analisar a viabilidade do projeto.

Se a instituição bancária aprovar o projeto, ela libertará o montante em três parcelas: a primeira corresponde a 50% (8.220€) do montante de investimento, que será entregue com a assinatura do contrato, e posteriormente em mais duas de 25% (4.110€), com os comprovativos dos investimentos usados com o montante da primeira parcela.

O reembolso do capital será efetuado no período máximo permitido pelo programa, durante os sete anos com as características apresentadas na tabela seguinte.

Quadro 11 Cálculo do incentivo a receber pelo Programa Nacional de Microcrédito.

Montante de Financiamento	16 440 €
Taxa de Juro	3,5%
Imposto de selo	0,4%
Período	7 anos (84 meses)
Reembolso	5 anos (60 meses)
Período de carência reembolso	2 anos (24 meses)
Período carência Juro	1 ano (12 meses)
Data da primeira Amortização	jan/15

Fonte: elaboração própria

Os dois primeiros anos serão de carência de capital e o empréstimo passará a ser amortizado a partir do terceiro ano até ao seu final o que dará amortizações mensais e constantes no valor de 299€. Assumiu-se uma taxa de juro máxima de 3,5% para a simulação do financiamento e uma taxa de imposto do selo de 0,4%. No primeiro ano os juros serão suportados pelo IEFP e no segundo ano o promotor do projeto começará a pagar juros do empréstimo. O serviço de dívida da Empresa A com a instituição bancária está detalhado no apêndice II.

Na presente simulação o prazo do reembolso finalizará em Janeiro de 2021. O promotor do projeto suportará um total de 17.366,64€ pelo empréstimo financeiro, onde 16.440€ é relativo ao capital emprestado, 2.079,74€ corresponderá ao valor total que resulta da taxa de juro aplicada, e 8,32€ corresponderá ao valor total resultante da taxa do imposto do selo.

Desta análise poderemos considerar o Microinvest como uma alternativa de financiamento para a Empresa A, tendo a vantagem de permitir ao promotor, um prazo para o reembolso alargado, com carência de capital nos dois primeiros anos e com bonificações na taxa de juro.

6.5 Análise comparativa dos financiamentos

O programa Comércio Investe poderá ser uma excelente opção para a Empresa A, pois enquadra-se numa atividade principal de comércio a retalho, que possibilitará concorrer a este programa. Todo o investimento a realizar pela empresa é considerado elegível, o que permitirá um melhor aproveitamento no programa. Assim, tem a

possibilidade de receber uma percentagem a fundo perdido (não reembolsável) do investimento a realizar.

Como o programa Comércio Investe só cobre uma parte do investimento, foi apresentado a linha de crédito Comércio Investe ao promotor, como solução para o restante investimento. Esta linha tem a vantagem de possibilitar ao promotor adquirir um crédito para o restante montante não incluído. O promotor terá assim um período máximo de nove anos para reembolsar o capital, onde os dois primeiros anos são de carência de capital.

Contudo a empresa poderá ser escolhida ou não para o programa Comércio Investe, ficando dependente das outras candidaturas melhores classificadas. Como já referimos anteriormente, neste Relatório, o programa tem limites de orçamento global, pelo que é necessário fazer uma avaliação comparativa de todas as candidaturas. Esta avaliação pode colocar a Empresa A fora do programa, caso haja outros projetos de empresas candidatas com pontuações superiores.

Por este motivo, será necessário refletir sobre outras formas de financiamento afim de se construir uma alternativa ao programa Comércio Investe. Desta reflexão decidimos apresentar à Empresa A, a opção do Microcrédito.

Devemos ter presente e dar a conhecer às empresas, as mais variadas opções de financiamento existentes, para facilitar a tomada de decisão por parte dos gestores empresariais. As PME deparam-se com inúmeras dificuldades na obtenção de crédito, pois os bancos estão sensíveis ao risco, tentando reduzi-lo significativamente.

Assim, no nosso ponto de vista, o Microcrédito e Comércio Investe poderão ser ambos boas soluções de financiamento, pois o primeiro tem uma bonificação da taxa de juro e o risco totalmente coberto por uma SGM, e o segundo tem uma parte do investimento a fundo perdido, aplica-se a todas as empresas de comércio a retalho que tenham como objetivo modernizar e revitalizar as suas lojas, como é o caso da Empresa A.

No caso real da Empresa A, a decisão foi tomada pela gerência da empresa, tendo optado pela candidatura ao Microcrédito, dado tratar-se de um processo bastante rápido, gozar de um prazo de carência de capital de dois anos, e ainda da bonificação da taxa de juro.

O Comércio Investe acabou por ser preterido, dada a necessidade da gerência executar rapidamente o investimento e não poder esperar pela abertura do programa Comércio Investe.

Além do referido, a candidatura neste programa de Comércio Investe, também requereria mais tempo na sua apreciação e análise, devido à sua maior complexidade e habitual número de candidaturas, tornando este processo muito mais demorado.

A urgência do investimento da Empresa A prende-se com o facto de ter uma atividade e procura sazonal dos seus produtos, sendo na época do verão, o momento em que a cidade do Porto recebe um maior número de turistas e potenciais clientes. Este foi o fator determinante que a gerência da empresa teve em conta, na sua decisão, para executar o investimento e obter resultados económicos mais rapidamente. Por este motivo a gerência optou pelo financiamento através do Microcrédito.

Capítulo VII – Conclusão

As PME continuam muito dependentes do financiamento bancário e deparam-se com inúmeras dificuldades em obter crédito, principalmente depois da crise financeira do ano de 2008, que teve como consequência uma maior queda do volume de negócios deste grupo de empresas, impedindo o seu crescimento ou mesmo pondo em causa a sua sobrevivência.

Para ultrapassar certas dificuldades, as empresas recorrem a financiamentos, sendo primordial conhecer as diversas formas de financiamento disponíveis no mercado para que se possa tomar a decisão mais correta.

O Comércio Investe é uma alternativa ao financiamento bancário tradicional para empresas de comércio a retalho. Neste relatório, apresentamos e analisamos uma linha de crédito direcionada a empresas de retalho, que tenham projetos aprovados no programa Comércio Investe.

Além do programa Comércio Investe, devemos refletir sobre outras alternativas, pois este programa de incentivo tem limites de orçamento, o que pode significar que muito projetos de qualidade eventualmente possam ficar excluídos.

O Microcrédito pode ser uma alternativa de financiamento para empresas que não conseguem ter acesso ao financiamento bancário tradicional, pois este financiamento tem a vantagem de ter o risco totalmente coberto por uma SGM.

O Comércio Investe e o Microcrédito são duas fontes de financiamento ao investimento, no entanto, a sua aplicação depende de requisitos e critérios de seletividade que varia de empresa para empresa.

No caso prático foi exemplificada a aplicação destas formas de financiamento. No entanto, não é possível concluir qual das formas deverá ser a mais vantajosa, uma vez que estão a ser comparados financiamentos com diferentes características.

No caso concreto da Empresa A, a decisão recaiu pela opção do Microcrédito, por esta ter sido considerada pela gerência, a forma de financiamento com mais vantagens, designadamente usufruir de um prazo de carência de capital de dois anos, bonificações de juros e não menos importante, tratar-se de um processo bastante mais simples e rápido. O

Comércio Investe não foi opção escolhida, em virtude de a gerência querer executar rapidamente o investimento, sendo este o programa mais demorado, devido à sua maior complexidade e burocracia.

Como balanço final do estágio curricular na empresa iConsulting, com a sua concretização, revelou-se uma experiência bastante enriquecedora, pois permitiu o contato direto com a realidade empresarial e pôr em prática as competências e conhecimentos que foram adquiridos ao longo do percurso académico, bem como adquirir outras competências importantes para o futuro. O estágio deu a oportunidade e motivação para desenvolver esta temática sobre financiamento das PME portuguesas e perceber as dificuldades que estas enfrentam no seu dia-a-dia. Porém, o período de tempo estabelecido para o estágio não foi suficientemente longo, para se ter contacto e ter podido trabalhar com outras formas possíveis de financiamento não tão comuns. No futuro, gostaria de ter a oportunidade de aprofundar e trabalhar todas as outras formas de financiamento e no recém-programa de apoio europeu Portugal 2020.

Referências Bibliográficas

- Alcarva, Paulo (2011). *O guia completo sobre a banca e as PME*. Porto: Vida Económica;
- Berger, Allen & Udell, Gregory (1998). “The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle”. *Journal of Banking and Finance*. Volume 22. Edições 6-8.
- Comissão Europeia, (2013). “Definição de micro, pequenas e médias empresas”. *Jornal Oficial da União Europeia*, pp. 36-41.
- Costa, Adalberto (2014). *As práticas individuais restritivas do comércio*. Porto: Vida Económica;
- Degen, Ronald (1989). *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: Mc Graw-Will;
- Dolabela, Fernando (1999). *O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. São Paulo: Cultura Editores;
- Dornelas, José (2001). *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus;
- Económico, Diário (28 de Março de 2013). Microcrédito cria alternativas para pequenos negócios. Portugal: Diário Económico;
- Farinha, Luísa & Félix, Sónia (2014). “Uma análise de restrições de financiamento às PME portuguesas”. Acedido em 15 de Agosto de 2015. Disponível em <https://www.bportugal.pt/ptPT/EstabilidadeFinanceira/Publicacoes/Paginas/Artigo3.aspx>
- Guimarães, Pedro (2015). “O planeamento em Portugal – os projetos especiais de urbanismo comercial”. Doutoramento em Geografia. Universidade de Lisboa.
- Myers, Stewart (1984). “Capital Structure Puzzle”. *Journal of Finance*, pp. 575-592.
- Oliveira, Djalma (1999). *Manual de Consultoria Empresarial: conceitos, metodologias, prática*. São Paulo: Atlas;

Rocha, Luís (2000). “*A Teoria Financeira no Contexto das Pequenas ou Médias Empresas: o caso do Sector Têxtil e de Vestuário em Portugal*”. Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais. Faculdade de Economia do Porto.

Rocha, Roseli (2008). “*A decisão de financiamento empresarial: Aspetos a ponderar*”. *Grau de Licenciatura em Economia e Gestão*. Universidade Jean Piaget de Cabo Verde.

Sahlman, William (1990). “The Structure and Governance of Venture-Capital Organizations”. *Journal of Financial Economics*. Volume 27 no. 2 pp. 473-521.

Santos, Miguel (2014). “*O financiamento das PME através do capital de risco*”. Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais. Instituto Superior de Economia e Gestão.

Silva, Eduardo Sá; Monteiro, Fátima (2013). *Empreendedorismo e Plano de Negócio*. Porto: Vida Económica;

Leão, João & Martins, Ana & Gonçalves, João (2014). Crescimento Económico e Financeiro da Economia Portuguesa. *Boletim Mensal de Economia Portuguesa*, pp.55-69.

Myers, Stewart (1984). “Capital Structure Puzzle”. *Journal of Finance*, pp. 575-592.

Yunus, Muhammad (2003). *Banker to the Poor – The autobiography of Muhammad Yunus founder of the Grameen Bank*. Wales: Foreword by HRH;

Legislação:

Portaria nº95/2012 de 4 de Abril. *Diário da República, 1.ª série - N.º 68*. Ministério da Economia e do Emprego e da Solidariedade e da Segurança Social;

Portaria nº58/2011 de 28 de Janeiro. *Diário da República, 1.ª série - N.º 20*. Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social;

Portaria nº985/2009 de 4 de Setembro. *Diário da República, 1.ª série - N.º 172*. Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social;

Portaria nº 236/2013 de 24 de Julho. *Diário da República, 1.ª série - N.º 76*. Ministério das Finanças;

Despacho nº12275/2013 de 26 de Setembro de 2013. Diário da República, 2.ª série - N.º 186. Ministério da Economia

Páginas eletrónicas:

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=211420736&DESTAQUESmodo=2 Consultado no dia 8 de Agosto de 2015

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=143262137&PUBLICACOESstema=55579&PUBLICACOESmodo=2




Consultado no dia 10 de Agosto de 2015

http://www.microcredito.com.pt/folder/galeria/ficheiro/42_28mar13_DiarioEconomico_xsf4r7rqdi.pdf consultado no dia 18 de Agosto de 2015

<http://www.cppme.pt/site/index.php/inicio/tomadas-de-posicao/74-medida-comercio-investe> consultado no dia 29 de Agosto de 2015

Anexo I – Documentos necessários à candidatura ao Comércio Investe

Parametrização

 **IAPMEI** |  

= 2ª Fase =

SISTEMA DE INCENTIVOS AO "COMÉRCIO INVESTE"

Projecto Individual de Modernização Comercial

Ano de Referência: Referência da Candidatura:

Candidatura enviada em: Referência do Envio:

Fundamentação do enquadramento na Fase

DECLARAÇÕES DE COMPROMISSO



1. Geral	Sim	Não
Declaro que autorizo a utilização dos dados constantes no registo da candidatura para outras iniciativas no âmbito do Ministério da Economia, salvaguardando o sigilo para o exterior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Declaro que todas as informações constantes no registo da candidatura são verdadeiras, incluindo a veracidade dos pressupostos utilizados.	<input type="checkbox"/>	
Declaro que autorizo a utilização dos dados constantes desta candidatura para outras iniciativas no âmbito do Ministério da Economia, salvaguardando o sigilo para o exterior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Declaro que todas as informações constantes neste formulário são verdadeiras, incluindo a veracidade dos pressupostos utilizados.	<input type="checkbox"/>	
2. Condições de Elegibilidade do Promotor		
Tomei conhecimento das condições de elegibilidade do promotor de acordo com o art.º 4º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho.	<input type="checkbox"/>	
Declaro cumprir ou estar em condições de cumprir as condições de elegibilidade do promotor de acordo com o art.º 4º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho, nos prazos fixados, sob pena de operar a caducidade da decisão e consequentemente a anulação da candidatura.	<input type="checkbox"/>	
Declaro que o estabelecimento do projeto não foi licenciado ao abrigo da Lei n.º 12/2004, nem está ou esteve abrangido pelo atual regime jurídico de instalação e de modificação dos estabelecimentos de comércio a retalho e dos conjuntos comerciais, constante do Decreto-Lei n.º 21/2009, de acordo com o n.º3 do artº3 da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho.	<input type="checkbox"/>	
Cumprir, no momento do registo prévio para a apresentação da candidatura, o critério de micro ou pequena empresa, de acordo com a Recomendação n.º 2003/361/CE, da Comissão Europeia.	<input type="checkbox"/>	
Cumprir à data da apresentação da candidatura, as condições necessárias ao exercício da respetiva atividade no estabelecimento candidato, nomeadamente ser detentor dos licenciamentos legalmente exigíveis.	<input type="checkbox"/>	
3. Condições de Elegibilidade do Projeto		
Tomei conhecimento das condições de elegibilidade do projeto de acordo com o art.º 5º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho.	<input type="checkbox"/>	
Declaro cumprir ou estar em condições de cumprir as condições gerais de acesso do projeto de acordo com o art.º 5º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho.	<input type="checkbox"/>	

Observações

CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR**Identificação do Promotor**

N.º de Identificação Fiscal	<input type="text"/>			
Nome ou Designação Social	<input type="text"/>			
Morada (Sede Social)	<input type="text"/>			
Localidade	<input type="text"/>	Código Postal	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distrito	<input type="text"/>	Concelho	<input type="text"/>	
Telefone(s)	<input type="text"/>	E-mail	<input type="text"/>	
Telefax	<input type="text"/>	URL	<input type="text"/>	
Tipologia de Beneficiário	<input type="text"/>	Data de Constituição	<input type="text"/>	
Fins Lucrativos	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Data de Início de Atividade	<input type="text"/>	
Capital Social	<input type="text"/> €	Data de Início da Contab. Organizada	<input type="text"/>	
Matriculada sob o N.º	<input type="text"/>	Conservatória do Registo Comercial	<input type="text"/>	

Contactos do Promotor para efeitos do projeto

Dados de contacto diferentes dos da Sede Social?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não			
Morada	<input type="text"/>			
Localidade	<input type="text"/>	Código Postal	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Distrito	<input type="text"/>	Concelho	<input type="text"/>	
Telefone(s)	<input type="text"/>	E-mail	<input type="text"/>	
Telefax	<input type="text"/>	URL	<input type="text"/>	

Entidade consultora responsável pela elaboração da candidatura

N.º de Identificação Fiscal	<input type="text"/>			
Nome ou Designação Social	<input type="text"/>			
Morada (Sede Social)	<input type="text"/>			
Código Postal	<input type="text"/>	<input type="text"/>		
Contacto	<input type="text"/>			
Telefone(s)	<input type="text"/>	E-mail	<input type="text"/>	

Caracterização do Promotor**Atividade(s) Económica(s) do Promotor**

CAE	Designação	% (pré)	% (pós)	Principal

A % é relativa ao volume de negócios

Localização dos Estabelecimentos do Promotor

N.º	Designação	Morada	Área Venda	CAE	País	Concelho	Freguesia

Consulta de certidões de não dívida às Finanças Públicas e à Segurança Social

NIF Data de consentimento da autorização de consulta:

NISS Data de consentimento da autorização de consulta:

Códigos IES

Identificação dos códigos de validação da IES - Informação Empresarial Simplificada

2013

2012

2011

Caracterização do Promotor (cont.)**CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR****Dados PME/P**

Data da consulta:

Estatuto dimensional da empresa:

Situação:

Distribuição dos Postos de Trabalho por Níveis de Habilitações

Nível de Habilitações	Mulheres	Homens	Total
Nível I - Inferior ao 1º Ciclo do Ensino Básico			
Nível II - 1º, 2º ou 3º Ciclo do Ensino Básico			
Nível III - Ensino Secundário			
Nível IV - Ensino Pós-Secundário não Superior			
Nível V - Ensino Superior - Bacharelato			
Nível VI - Ensino Superior - Licenciatura			
Nível VII - Ensino Superior - Mestrado			
Nível VIII - Ensino Superior - Doutoramento			
Total			

(Dados do exercício económico de 2013)

Dados para o Cálculo da Autonomia Financeira

Não tendo contabilidade organizada no ano anterior ao da candidatura, possui um Balanço de Abertura de Contabilidade Organizada?

Sim Não Não Aplicável

Valores a considerar para a Autonomia Financeira

Total do Ativo Líquido (*)	
Total do Capital Próprio (*)	
Suplementos	
Suplementos a consolidar	

(*) Preencher em caso de resposta afirmativa

Caracterização do Promotor (cont.)**Apoios Financeiros no âmbito do Prime, do FMC-Fundo de Modernização do Comércio, do QREN e do Portugal 2020**

Programa/Sistema	Nº Cand.	Data de Aprovação	Data de Conclusão	Investimento	Incentivo	Conceito	Referisse também para o estabelecimento

Ligação a outros programas de apoio nomeadamente, programas de estágio ou outros que promovam a integração de jovens no mercado de trabalho? Sim Não

Programa/Sistema	Nº Cand.	Data de Aprovação	Data de Conclusão	Nº de jovens integrados

Produtos/Mercadorias/Serviços e Mercados**CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR****Produtos, Mercadorias, Serviços e Mercados**

CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR



Evolução da entidade promotora

Empty box for the evolution of the promoter entity.

CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR



Demonstrações de Resultados Históricas e Previsionais

Rúbricas	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Vendas e serviços prestados							
Vendas							
Serviços prestados							
Subsídios à exploração							
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associ...							
Variação nos inventários da produção							
Trabalhos para a própria entidade							
Custo das mercadorias vendidas e das matérias c...							
Fornecimentos e serviços externos							
Gastos com o pessoal							
Imparidade de inventários (perdas/reversões)							
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)							
Provisões (aumentos/reduções)							
Imparidade de investimentos não depreciáveis/a...							
Outras imparidades (perdas/reversões) / Imparid...							
Aumentos/reduções de justo valor							
Outros rendimentos e ganhos							
Rendimentos suplementares							
Outros							
Outros gastos e perdas							
Impostos indiretos							
Outros							
Resultado antes de depreciações, gastos de fina...							
Gastos/reversões de depreciação e de amortização							
Imparidade de Investimentos depreciáveis/amorti...							
Resultado operacional (antes de gastos de financ...							
Juros e rendimentos similares obtidos							
Juros e gastos similares suportados							
Resultado antes de impostos							

VENDAS DO PROMOTOR**Vendas e prestações de serviços do promotor**

Tipo de Volume de negócios	Tipo de cliente	Pré Projeto (a)	Pós Projeto (b)
Vendas	Cliente particular		
Vendas	Cliente empresarial/Institucional/Outros *		
Prestação de serviços	Cliente particular		
Prestação de serviços	Cliente empresarial/Institucional/Outros *		
Total			

a) Neste quadro considera-se como pré-projeto, o exercício económico de 2013.

b) Considera-se como pós-projeto, o final do 1º exercício económico completo após a conclusão do investimento.

* Comerciantes retalhistas ou grossistas, industriais, utilizadores institucionais, profissionais, intermediários e outros não incluídos no conceito de cliente particular.

CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR

Balancos Históricos

Rúbricas	2011	2012	2013
ATIVO			
Ativo não corrente			
Ativos fixos tangíveis			
Propriedades de investimento			
Goodwill			
Ativos intangíveis			
Ativos biológicos			
Participações financeiras - método da equivalência ...			
Participações financeiras - outros métodos			
Acionistas/sócios			
Outros ativos financeiros			
Ativos por impostos diferidos			
Investimentos financeiros (*)			
Ativo corrente			
Inventários			
Ativos biológicos			
Clientes			
Adiantamentos a fornecedores			
Estado e outros entes públicos			
Acionistas/sócios			
Outras contas a receber			
Diferimentos			
Ativos financeiros detidos para negociação			
Outros ativos financeiros			
Ativos não correntes detidos para venda			
Outros ativos correntes			
Caixa e depósitos bancários			
TOTAL DO ATIVO			
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
Capital realizado			
Ações (quotas) próprias			
Outros instrumentos de capital próprio			
Prêmios de emissão			
Reservas legais			
Outras reservas			
Resultados transitados			
Ajustamentos em ativos financeiros			
Excedentes de revalorização			
Outras variações no capital próprio			
Resultado líquido do período			
Interesses minoritários			
Dividendos antecipados			
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO			
PASSIVO			
Passivo não corrente			
Provisões			
Financiamentos obtidos			
Responsabilidades por benefícios pós-emprego			
Passivos por impostos diferidos			
Outras contas a pagar			
Passivo corrente			
Fornecedores			
Adiantamentos de clientes			
Estado e outros entes públicos			
Acionistas/sócios			
Financiamentos obtidos			
Outras contas a pagar			
Diferimentos			
Passivos financeiros detidos para negociação			
Outros passivos financeiros			
Passivos não correntes detidos para venda			
Outros passivos correntes			
TOTAL DO PASSIVO			
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO + PASSIVO			

DADOS DO PROJETO



Designação do Projeto

Designação

Caráter Inovador do Projeto

Prevê implementar formas avançadas de comercialização que incluam a criação de mecanismos de interação eletrónica com o cliente no espaço de venda através de dispositivos móveis ou portáteis:

Quais:

Está associado a uma rede comercial que comercializa produtos de marca própria Nº processo do registo da marca: Âmbito:

Identificar a Marca:

Prevê a criação de marca própria no âmbito do projeto: Âmbito:

Prevê elaboração de manuais de identidade ou manuais operativos de negócio em língua estrangeira?

Quais são as práticas habituais de comercialização na atividade comercial em causa?

Prevê introduzir conceitos inovadores de comercialização?

Quais?

Dados do Projeto**Calendarização e Investimento**

Data de Início Investimento Total
 Data de Fim N.º meses Investimento Elegível

Responsável pelo Projeto

Nome Telemóvel
 Função no promotor E-mail

Atividade(s) Económica(s) do Projeto a)

CAE	Designação	% - (b)

a) Indicar todas as atividades desenvolvidas no estabelecimento do projeto.

b) Indicar a percentagem que a atividade representa em termos de incidência do investimento previsto, face ao investimento total. Caso a atividade do projeto não seja alvo de investimento colocar 0%.

Localização do Estabelecimento/Unidade do Projeto

N.º	Designação	Morada	Área Venda	CAE	Concelho	Freguesia
1						

Dados do Projeto**Caracterização do Estabelecimento/Unidade do Projeto**

Insignia ou marca identificativa do estabelecimento:

O estabelecimento está localizado num centro comercial ou conjunto comercial? Sim Não

Em caso afirmativo, o estabelecimento possui acesso direto pela via pública? Sim Não

O estabelecimento selecionado está localizado ou inserido em qualquer uma das seguintes situações? Sim Não

- Estabelecimentos que desenvolvam atividades veterinárias (divisão 75 da CAE);
- Estabelecimentos que desenvolvam atividades de saúde humana (divisão 86 CAE);
- Estabelecimentos que desenvolvam atividades de salões de cabeleireiro e institutos de beleza (classe 9602 CAE);
- Estabelecimentos de venda de combustível com a subclasse 47300 (Comércio a retalho de combustível para veículos a motor, em estabelecimentos especializados).

Licenciamento

Está abrangido pelo regime de isenção legalmente definido (estabelecimento edificado em data anterior à entrada em vigor do Regulamento Geral das Edificações Urbanas - RGEU)? Sim Não

Tem licenciamento zero? Sim Não

Tem licença de utilização do estabelecimento? Sim Não

No licenciamento está explícito que a atividade permite o Comércio a Retalho? Sim Não N/A

A morada indicada para o estabelecimento é precisamente a mesma que consta do documento comprovativo do licenciamento? Sim Não

Tem documento solicitando a alteração de morada de estabelecimento? Sim Não N/A

Postos de Trabalho do Promotor

CARACTERIZAÇÃO DO PROMOTOR



Postos de Trabalho do Promotor

Área Funcional	Nível de Habilitações	Pré Projeto (a)	Pós Projeto (b)

a) De acordo com a subalínea ii) da alínea b) do nº1 do art. 8º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho. Neste quadro considera-se como pré-projeto o final do mês anterior à data de abertura da fase de candidaturas.

b) De acordo com a subalínea ii) da alínea b) do nº1 do art. 8º da Portaria nº236/2013, de 24 de Julho. Considera-se como pós projeto o final do 2º mês após a conclusão do projeto.

Caracterização do Projeto

CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO



Enquadramento do projeto

Empty text box for project framing.

Objetivos

Empty text box for project objectives.

Caracterização do Projeto

Fundamentação e impacto do projeto na competitividade da Empresa

Empty text box for project justification and impact on company competitiveness.

DADOS DO PROJETO



Estrutura de Financiamento (Recursos Financeiros)

Rúbricas	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Capitais Próprios (1)						
Capital						
Prestações Suplementares Capital						
REFINANCIAMENTO (2)						
Capitais Alheios						
Dívidas a Instituições de Crédito						
Crédito a Curadores/Obrigados						
Dívidas a Sócios/Acionistas						
Suprimentos Consolidados (3)						
Outras Dívidas e Dívidas/Passivos						
Fornecedores de Imobilizado						
Locação Financeira						
Incentivo						
Não Reembolsável (INR)						
Outros						
FINANCIAMENTO TOTAL						
INVESTIMENTO TOTAL						
INVESTIMENTO DELEGÁVEL TOTAL						


(1) Novos capitais próprios

(2) Reembolso líquido e reconstrução e reestruturação e importação e produção e Assistência/Industriação do Joint Venture

(3) Novos suprimentos a incorporar em capital próprio até ao encerramento do projeto

Descrição das Fontes de Financiamento

Anexo II – Documentos necessários à candidatura ao Programa Nacional de Microcrédito.



O meu projeto
Programa Nacional de Microcrédito

- Novo Negócio
- Negócio Existente

Empreendedor/a _____

Código Postal | | | | - | | | _____

Assinatura _____

(assinatura conforme cópia do documento de identificação a anexar)

Índice

06

Caraterização do negócio

07

Que produtos e serviços quer colocar no mercado?

08

Plano do negócio

09

Análise do setor de atividade

10

Análise FOFA

11

Estimativa de custos operacionais

12

Estimativa de vendas

13

Estimativa de resultados

14

Investimentos a fazer

15

Fontes de financiamento

16

Perfil do/a empreendedor/a

17

Perfil do/a empreendedor/a

Vou criar + emprego

Entidade promotora: EMPREENDEDOR COOPERATIVA MICROENTIDADE

Caraterização do negócio

Empreendedor/a

NOME NIF
ENDEREÇO
CÓDIGO POSTAL -
TELEFONE E-MAIL

Microentidade/Cooperativa (se existir)

NOME NIF
ENDEREÇO
CÓDIGO POSTAL -
TELEFONE E-MAIL
N.º TRABALHADORES CAPITAL SOCIAL € VOLUME DE NEGÓCIOS ANO €
C.A.E. DATA DE CONSTITUIÇÃO / /
(aaaa) (mm) (dd)

06

Projeto

TIPO DE PROJETO/ATIVIDADE
VALOR DO INVESTIMENTO C.A.E.
DISTRITO* CONCELHO* FREGUESIA*
CÓDIGO POSTAL -
N.º DE POSTOS DE TRABALHO A CRIAR A TEMPO INTEIRO A TEMPO PARCIAL

*(onde será realizado o investimento)

Que produtos e serviços quer colocar no mercado?

Produtos e Serviços

(Indique)

Sócios/Cooperadores/Associados atuais e futuros no negócio

NOME	NIF	CAPITAL
1		% 07
2		%
3		%
4		%
5		%
6		%
7		%
8		%
9		%
10		%

Plano do negócio

Explique-nos de uma forma abreviada qual a sua visão do negócio, como fará frente à concorrência e como cativará os seus clientes.

Visão do negócio/objetivos

O quê?

Como?

Onde?

Porquê?

Quais as principais diferenças perante a concorrência?

(Indique)

08

Porque é que os clientes o/a preferirão?

(Indique)

Análise do setor de atividade

Indique como poderá caracterizar a sua clientela, quais os principais fornecedores e quais os principais concorrentes.

Principais Clientes / Segmentos de Clientes

a) NOME DO(A) CLIENTE SEGMENTO		Nº VENDAS/ANO
VALOR MÉDIO POR VENDA (€)	VALOR MÉDIO ANUAL (€/ANO)	PRAZO DE RECEBIMENTO (Nº DIAS)

b) NOME DO(A) CLIENTE SEGMENTO		Nº VENDAS/ANO
VALOR MÉDIO POR VENDA (€)	VALOR MÉDIO ANUAL (€/ANO)	PRAZO DE RECEBIMENTO (Nº DIAS)

c) NOME DO(A) CLIENTE SEGMENTO		Nº VENDAS/ANO
VALOR MÉDIO POR VENDA (€)	VALOR MÉDIO ANUAL (€/ANO)	PRAZO DE RECEBIMENTO (Nº DIAS)

Principais Fornecedores

a) NOME DO(A) FORNECEDOR(A)			PRODUTO(SERVIÇO FORNECIDO)
Nº COMPRAS/ANO	VALOR MÉDIO DA COMPRA (€)	VALOR MÉDIO ANUAL (€/ANO)	PRAZO DE PAGAMENTO (Nº DIAS)

b) NOME DO(A) FORNECEDOR(A)			PRODUTO(SERVIÇO FORNECIDO)
Nº COMPRAS/ANO	VALOR MÉDIO DA COMPRA (€)	VALOR MÉDIO ANUAL (€/ANO)	PRAZO DE PAGAMENTO (Nº DIAS)

c) NOME DO(A) FORNECEDOR(A)			PRODUTO(SERVIÇO FORNECIDO)
Nº COMPRAS/ANO	VALOR MÉDIO DA COMPRA (€)	VALOR MÉDIO ANUAL (€/ANO)	PRAZO DE PAGAMENTO (Nº DIAS)

09

Principais Concorrentes

NOME DO(A) CONCORRENTE	PRODUTO(SERVIÇO OFERECIDO)	PONTOS FORTES (+) E FRACOS (-) DA CONCORRÊNCIA

Análise FOFA*

Preencha atentamente este quadro. Reflete a sua visão global das oportunidades e do risco do seu negócio e, quanto mais completo e realista estiver, melhor o/a prepara para o futuro.

Pontos Fortes

Quais os principais pontos fortes do seu negócio?

(Indique)

Pontos Fracos

Quais as principais fraquezas do seu negócio? Quais os pontos que mais recebe?

(Indique)

10

Oportunidades

Quais as principais oportunidades?

(Indique)

Ameaças

Quais as principais preocupações para o seu negócio? Onde prevê maiores dificuldades?

(Indique)

* F (Pontos Fortes), O (Oportunidades), F (Pontos Fracos), A (Ameaças)

Estimativa de custos operacionais

Tente visualizar o seu negócio já a funcionar, de forma a ter em conta todos os encargos que vai suportar.

CUSTOS COM PESSOAL	MONTANTE MENSAL (€)	MONTANTE ANUAL (€)
SALÁRIOS		
ENCARGOS SOCIAIS		
TOTAL CUSTOS COM PESSOAL	€0,00	€0,00
FORNECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS (FSE)		
ALUGUERES		
MANUTENÇÃO		
ENCARGOS GERAIS		
Eletricidade		
Combustível		
Água		
SEGUROS		
COMUNICAÇÕES		
Telefone		
Internet		
Fax		
MATERIAL DE ESCRITÓRIO		
DESLOCAÇÕES/VIAGENS		
PUBLICIDADE		
OUTROS FSE		
TOTAL FSE	€0,00	€0,00

11

Investimentos a fazer

Quais os investimentos que considera necessários? Lembre-se que, no arranque de um negócio, só há lugar para o estritamente necessário. Lembre-se também que há sempre imprevistos e que tem de considerar que precisa de dinheiro para amancar com o negócio, mesmo antes de obter qualquer recebimento (Tesouraria).

14

INVESTIMENTOS	DESCRIÇÃO	MONTANTE (€)
Terras e Recursos Naturais		
Edifícios e outras Construções		
Equipamento Básico		
Equipamento de Transporte		
Ferramentas e Utensílios		
Equipamento Administrativo		
Despesas de Instalação		
Despesas de Desenvolvimento		
Outros		
APOIO À TESOURARIA		
DIVERSOS (ex. imprevistos)		

Fontes de financiamento

Indique todas as fontes de financiamento a que pretende recorrer para o arranque do seu plano de negócios e concretização do seu projeto. Previamente a iniciar qualquer investimento, deverá garantir uma cobertura das suas necessidades financeiras em 100%.

FONTES FINANCIAMENTO	ENTIDADE	TIPO DE FINANCIAMENTO	QUANTIA (€)	% TOTAL FINANCIAMENTO
CONTRIBUIÇÃO PRÓPRIA				
SÓCIOS				
AMIGOS E FAMÍLIA				
SUBSÍDIOS				
EMPRÉSTIMOS	CASES	MICROINVEST		
TOTAL DE FINANCIAMENTO			€0,00	0%

15

Perfil do/a empreendedor/a

Dados Pessoais

NOME		DATA NASCIMENTO		/		/	
			(aaaa)		(mm)		(dd)
DOCUMENTO DE IDENTIFICAÇÃO (BI/CARTÃO CIDADÃO)							
NACIONALIDADE PORTUGUESA	<input type="checkbox"/>	OUTRA? QUAL?					
TIPO DE AUTORIZAÇÃO							
HABILITAÇÕES LITERÁRIAS		ANOS DE EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL					
ESTADO CIVIL		Nº DE PESSOAS DO AGREGADO FAMILIAR					
Nº DE FILHOS		IDADES					

16

Experiência Profissional

ESTADO PROFISSIONAL ATUAL	DESEMPREGADO(A) + 1 ANO	<input type="radio"/>	DESEMPREGADO(A) - 1 ANO	<input type="radio"/>
INSCRITO(A) NO CENTRO DE EMPREGO DESDE		/		/
	(aaaa)		(mm)	(dd)
EMPREGADO(A) TEMPO PARCIAL	<input type="radio"/>	EMPREGADO(A) TEMPO INTEIRO	<input type="radio"/>	
GESTOR(A)/COOPERADOR(A)	<input type="radio"/>	TRABALHADOR(A) CONTA PRÓPRIA	<input type="radio"/>	
REFORMADO(A)	<input type="radio"/>	INATIVO(A)	<input type="radio"/>	
Ocupação mais recente (Atual/Anterior)				
SETOR		TIPO DE ATIVIDADE		C.A.E.

Ocupação profissional (até à data)

a) EMPRESA	CARGO	PERMANÊNCIA (nº anos)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
INÍCIO (aaaa/mm)	SETOR	CONTACTOS* (nome e telefone)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) EMPRESA	CARGO	PERMANÊNCIA (nº anos)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
INÍCIO (aaaa/mm)	SETOR	CONTACTOS* (nome e telefone)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) EMPRESA	CARGO	PERMANÊNCIA (nº anos)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
INÍCIO (aaaa/mm)	SETOR	CONTACTOS* (nome e telefone)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Experiência como Empreendedor/a

17

TEM EXPERIÊNCIA COMO EMPREENDEDOR/A SIM NÃO

a) EXPERIÊNCIA	SETOR	DIMENSÃO (nº empreg.)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ANOS EXPERIÊNCIA	CONTACTOS* (nome e telefone)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
b) EXPERIÊNCIA	SETOR	DIMENSÃO (nº empreg.)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ANOS EXPERIÊNCIA	CONTACTOS* (nome e telefone)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
c) EXPERIÊNCIA	SETOR	DIMENSÃO (nº empreg.)
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
ANOS EXPERIÊNCIA	CONTACTOS* (nome e telefone)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Este Dossier de Negócios foi redigido segundo o novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.



Linha Verde 800 020 009



www.cases.pt www.sou-mais.org microcredito@cases.pt

Rua Viriato nº 7, 1050-233 Lisboa

Apêndices

Apêndice I – Serviço de dívida da linha de crédito Comércio Investe da empresa A

	Período		capital	Amortiz.	Juro	IMP. Selo	Total
			Dívida	Início do período			
1	1	jan/15	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
	2	fev/15	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
	3	mar/15	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
	4	abr/15	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
2	5	mai/16	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
	6	jun/16	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
	7	jul/16	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
	8	ago/16	9 864,00 €	0,00 €	103,57 €	0,41 €	103,99 €
3	9	set/17	9 864,00 €	304,87 €	103,57 €	0,41 €	-408,44 €
	10	out/17	9 559,13 €	308,07 €	100,37 €	0,40 €	-408,44 €
	11	nov/17	9 251,07 €	311,30 €	97,14 €	0,39 €	-408,44 €
	12	dez/17	8 939,76 €	314,57 €	93,87 €	0,38 €	-408,44 €
4	13	jan/18	8 625,19 €	317,87 €	90,56 €	0,36 €	-408,44 €
	14	fev/18	8 307,32 €	321,21 €	87,23 €	0,35 €	-408,44 €
	15	mar/18	7 986,11 €	324,58 €	83,85 €	0,34 €	-408,44 €
	16	abr/18	7 661,52 €	327,99 €	80,45 €	0,32 €	-408,44 €
5	17	mai/19	7 333,53 €	331,44 €	77,00 €	0,31 €	-408,44 €
	18	jun/19	7 002,09 €	334,92 €	73,52 €	0,29 €	-408,44 €
	19	jul/19	6 667,18 €	338,43 €	70,01 €	0,28 €	-408,44 €
	20	ago/19	6 328,74 €	341,99 €	66,45 €	0,27 €	-408,44 €
6	21	set/20	5 986,75 €	345,58 €	62,86 €	0,25 €	-408,44 €
	22	out/20	5 641,18 €	349,21 €	59,23 €	0,24 €	-408,44 €
	23	nov/20	5 291,97 €	352,87 €	55,57 €	0,22 €	-408,44 €
	24	dez/20	4 939,10 €	356,58 €	51,86 €	0,21 €	-408,44 €
7	25	jan/21	4 582,52 €	360,32 €	48,12 €	0,19 €	-408,44 €
	26	fev/21	4 222,20 €	364,11 €	44,33 €	0,18 €	-408,44 €
	27	mar/21	3 858,09 €	367,93 €	40,51 €	0,16 €	-408,44 €
	28	abr/21	3 490,16 €	371,79 €	36,65 €	0,15 €	-408,44 €
8	29	mai/22	3 118,37 €	375,70 €	32,74 €	0,13 €	-408,44 €
	30	jun/22	2 742,68 €	379,64 €	28,80 €	0,12 €	-408,44 €
	31	jul/22	2 363,03 €	383,63 €	24,81 €	0,10 €	-408,44 €
	32	ago/22	1 979,41 €	387,65 €	20,78 €	0,08 €	-408,44 €
9	33	set/23	1 591,75 €	391,73 €	16,71 €	0,07 €	-408,44 €
	34	out/23	1 200,03 €	395,84 €	12,60 €	0,05 €	-408,44 €
	35	nov/23	804,19 €	399,99 €	8,44 €	0,03 €	-408,44 €
	36	dez/23	404,19 €	404,19 €	4,24 €	0,02 €	-408,44 €
TOTAL			9 864,00 €	9 864,00 €	2 400,86 €	9,60 €	12 274,46 €

Apêndice II – Serviço de dívida do Microinvest da empresa A

Período	Capital		Amortização	Juro	IMP. Selo	Total	
	Divida		Início do período				
1	1	jan/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	2	fev/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	3	mar/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	4	abr/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	5	mai/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	6	jun/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	7	jul/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	8	ago/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	9	set/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	10	out/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	11	nov/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
	12	dez/15	16 440,00 €	0,00 €	- €	- €	0,00 €
2	13	jan/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	14	fev/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	15	mar/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	16	abr/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	17	mai/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	18	jun/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	19	jul/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	20	ago/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	21	set/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	22	out/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	23	nov/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
	24	dez/16	16 440,00 €	0,00 €	47,95 €	0,19 €	48,14 €
3	25	jan/17	16 440,00 €	251,12 €	47,95 €	0,19 €	-299,07 €
	26	fev/17	16 188,88 €	251,85 €	47,22 €	0,19 €	-299,07 €
	27	mar/17	15 937,02 €	252,59 €	46,48 €	0,19 €	-299,07 €
	28	abr/17	15 684,43 €	253,33 €	45,75 €	0,18 €	-299,07 €
	29	mai/17	15 431,11 €	254,06 €	45,01 €	0,18 €	-299,07 €
	30	jun/17	15 177,04 €	254,81 €	44,27 €	0,18 €	-299,07 €
	31	jul/17	14 922,24 €	255,55 €	43,52 €	0,17 €	-299,07 €
	32	ago/17	14 666,69 €	256,29 €	42,78 €	0,17 €	-299,07 €
	33	set/17	14 410,39 €	257,04 €	42,03 €	0,17 €	-299,07 €
	34	out/17	14 153,35 €	257,79 €	41,28 €	0,17 €	-299,07 €
	35	nov/17	13 895,56 €	258,54 €	40,53 €	0,16 €	-299,07 €
	36	dez/17	13 637,02 €	259,30 €	39,77 €	0,16 €	-299,07 €
4	37	jan/18	13 377,72 €	260,05 €	39,02 €	0,16 €	-299,07 €
	38	fev/18	13 117,66 €	260,81 €	38,26 €	0,15 €	-299,07 €
	39	mar/18	12 856,85 €	261,57 €	37,50 €	0,15 €	-299,07 €
	40	abr/18	12 595,28 €	262,34 €	36,74 €	0,15 €	-299,07 €
	41	mai/18	12 332,94 €	263,10 €	35,97 €	0,14 €	-299,07 €
	42	jun/18	12 069,84 €	263,87 €	35,20 €	0,14 €	-299,07 €
	43	jul/18	11 805,97 €	264,64 €	34,43 €	0,14 €	-299,07 €
	44	ago/18	11 541,33 €	265,41 €	33,66 €	0,13 €	-299,07 €
	45	set/18	11 275,92 €	266,18 €	32,89 €	0,13 €	-299,07 €
	46	out/18	11 009,74 €	266,96 €	32,11 €	0,13 €	-299,07 €
	47	nov/18	10 742,78 €	267,74 €	31,33 €	0,13 €	-299,07 €
	48	dez/18	10 475,04 €	268,52 €	30,55 €	0,12 €	-299,07 €
5	49	jan/19	10 206,52 €	269,30 €	29,77 €	0,12 €	-299,07 €
	50	fev/19	9 937,22 €	270,09 €	28,98 €	0,12 €	-299,07 €
	51	mar/19	9 667,13 €	270,88 €	28,20 €	0,11 €	-299,07 €
	52	abr/19	9 396,25 €	271,67 €	27,41 €	0,11 €	-299,07 €
	53	mai/19	9 124,59 €	272,46 €	26,61 €	0,11 €	-299,07 €
	54	jun/19	8 852,13 €	273,25 €	25,82 €	0,10 €	-299,07 €
	55	jul/19	8 578,87 €	274,05 €	25,02 €	0,10 €	-299,07 €
	56	ago/19	8 304,82 €	274,85 €	24,22 €	0,10 €	-299,07 €
	57	set/19	8 029,97 €	275,65 €	23,42 €	0,09 €	-299,07 €
	58	out/19	7 754,32 €	276,46 €	22,62 €	0,09 €	-299,07 €
	59	nov/19	7 477,87 €	277,26 €	21,81 €	0,09 €	-299,07 €
	60	dez/19	7 200,60 €	278,07 €	21,00 €	0,08 €	-299,07 €
6	61	jan/20	6 922,53 €	278,88 €	20,19 €	0,08 €	-299,07 €
	62	fev/20	6 643,65 €	279,69 €	19,38 €	0,08 €	-299,07 €
	63	mar/20	6 363,96 €	280,51 €	18,56 €	0,07 €	-299,07 €
	64	abr/20	6 083,45 €	281,33 €	17,74 €	0,07 €	-299,07 €
	65	mai/20	5 802,12 €	282,15 €	16,92 €	0,07 €	-299,07 €
	66	jun/20	5 519,97 €	282,97 €	16,10 €	0,06 €	-299,07 €
	67	jul/20	5 237,00 €	283,80 €	15,27 €	0,06 €	-299,07 €
	68	ago/20	4 953,20 €	284,63 €	14,45 €	0,06 €	-299,07 €
	69	set/20	4 668,57 €	285,46 €	13,62 €	0,05 €	-299,07 €
	70	out/20	4 383,12 €	286,29 €	12,78 €	0,05 €	-299,07 €
	71	nov/20	4 096,83 €	287,12 €	11,95 €	0,05 €	-299,07 €
	72	dez/20	3 809,71 €	287,96 €	11,11 €	0,04 €	-299,07 €
7	73	jan/21	3 521,74 €	288,80 €	10,27 €	0,04 €	-299,07 €
	74	fev/21	3 232,94 €	289,64 €	9,43 €	0,04 €	-299,07 €
	75	mar/21	2 943,30 €	290,49 €	8,58 €	0,03 €	-299,07 €
	76	abr/21	2 652,81 €	291,33 €	7,74 €	0,03 €	-299,07 €
	77	mai/21	2 361,48 €	292,18 €	6,89 €	0,03 €	-299,07 €
	78	jun/21	2 069,29 €	293,04 €	6,04 €	0,02 €	-299,07 €
	79	jul/21	1 776,26 €	293,89 €	5,18 €	0,02 €	-299,07 €
	80	ago/21	1 482,37 €	294,75 €	4,32 €	0,02 €	-299,07 €
	81	set/21	1 187,62 €	295,61 €	3,46 €	0,01 €	-299,07 €
	82	out/21	892,01 €	296,47 €	2,60 €	0,01 €	-299,07 €
	83	nov/21	595,54 €	297,34 €	1,74 €	0,01 €	-299,07 €
	84	dez/21	298,20 €	298,20 €	0,87 €	0,00 €	-299,07 €
TOTAL			16 440,00 €	2 079,74 €	8,32 €	-	17 366,64 €