



GUIA DO INVESTIDOR

2019

GUIA DO INVESTIDOR

MUNICÍPIO DO FUNCHAL

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E CULTURA

DESIGN
PAULO QUINTAL

2019

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
1 PERFIL DE UM INVESTIDOR	4
2 DESENVOLVIMENTO DA IDEIA	6
2.1 EM QUE SETOR INVESTIR ?	7
2.2 ONDE INVESTIR ?	10
3 PLANO DE NEGÓCIOS	13
3.1 POSIÇÃO EMPRESARIAL	14
3.2 EMPREENDEDORES E RECURSOS	14
3.3 MERCADO E SETOR DA ATIVIDADE	15
3.3.1 ANÁLISE SWOT	15
3.3.2 MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER	16
3.3.3 OFERTA EMPRESARIAL	17
4 A EMPRESA	21
4.1 FORMAS JURÍDICAS	22
4.1.1 SINGULAR	22
4.1.2 COLECTIVAS	23
4.2 OBRIGAÇÕES LEGAIS DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA	24
4.2.1 MÉTODO TRADICIONAL	24
4.2.2 EMPRESA NA HORA	25
4.2.3 EMPRESA ONLINE	26
4.3 OBRIGAÇÕES FISCAIS	26
4.4 RECURSOS HUMANOS	27
4.4.1 TIPOS DE CONTRATOS	27
4.4.2 MODALIDADES DE CESSAÇÃO DO CONTRATO	30
4.5 NOVOS CONCEITOS A CONSIDERAR INCUBADORAS/VIVEIROS, STARTUP E COWORKING	32
5 BENEFÍCIOS, APOIOS E FINANCIAMENTO	33
5.1 BENEFÍCIOS - MUNICÍPIO DO FUNCHAL	34
5.1.1 BENEFÍCIOS GERAIS	34
5.1.2 BENEFÍCIOS NA ÁREA DE REABILITAÇÃO URBANA (ARU)	34

ÍNDICE

5.2	BENEFÍCIOS FISCAIS	36
5.3	BENEFÍCIOS - SEGURANÇA SOCIAL	37
5.4	BENEFÍCIOS NA CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES	38
5.5	FINANCIAMENTO	39
5.6	APOIOS EUROPEUS	39
5.7	PROGRAMAS ESPECÍFICOS DE REVITALIZAÇÃO	42
5.7.1	SISTEMA DE RECUPERAÇÃO DE EMPRESA POR VIA EXTRA JUDICIAL	42
5.7.2	PROCESSO ESPECIAL DE REVITALIZAÇÃO	42
6	LICENCIAMENTO	43
6.1	LICENCIAMENTO URBANÍSTICO	44
6.2	LICENCIAMENTO TURÍSTICO	46
6.2.1	EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS	46
6.2.2	ATIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA	48
6.2.3	AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO	51
6.3	LICENCIAMENTO INDUSTRIAL	52
6.4	LICENCIAMENTO COMÉRCIO, SERVIÇOS E RESTAURAÇÃO	53
7	RESOLUÇÃO DE CONFLITOS	55
7.1	TRIBUNAIS JUDICIAIS	56
7.2	RESOLUÇÃO ALTERNATIVA DE LITÍGIOS	56
7.2.1	MEDIAÇÃO	56
7.2.2	ARBITRAGEM	57
7.2.3	JULGADOS DE PAZ	57
8	BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO	58
8.1	SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL	59
8.2	MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES	60
8.3	MOTIVAÇÃO DE CLIENTES	61
8.4	CONTROLO DE OBJETIVOS	61
8.5	ANÁLISE PERIÓDICA DA EMPRESA	62
9	FAQ'S	63
10	SIGLAS E ACRÓNIMOS	65

INTRODUÇÃO

O presente guia corresponde a uma das medidas do **Programa de Revitalização do Comércio e Serviços do Funchal**, programa elaborado pela Câmara Municipal do Funchal para dinamizar e requalificar o setor de comércio e serviços no concelho. Surge como mais um instrumento de apoio ao investimento e ao desenvolvimento económico do município.

Sem pretender ser excessivamente técnico, este Guia não pode deixar de fazer referência a conceitos e normas legais inerentes ao processo de investimento. Começa por destacar as características que devem marcar a personalidade do investidor, mostra as etapas de criação de um negócio, as formas jurídicas pelas quais pode enveredar e enuncia as responsabilidades e os encargos a que está sujeita uma empresa.

Este Guia procura ainda, através de uma linguagem que se pretende simples e clara, promover alguma literacia em torno dos tipos de licenciamento, as diferentes formas jurídicas para a resolução de litígios, terminando com a recomendação de algumas boas práticas de gestão.

As indicações legislativas neste Guia não dispensam a consulta dos diplomas a que se referem. Todos os diplomas legislativos referidos neste Guia devem ser consultados na sua versão mais atualizada.

Com a publicação do **Guia do Investidor**, o município do Funchal dá mais um passo na senda de uma política baseada na informação, no conhecimento e no apoio direto às pessoas como estratégia para o desenvolvimento do tecido económico local.

PERFIL DE UM INVESTIDOR



Qualquer pessoa com vontade e condições pode investir, mas manter e desenvolver o investimento já não está ao alcance de todos.

Ao investidor são exigidos requisitos comportamentais e de atitude, natos ou adquiridos, que fazem toda a diferença quando se trata de investir. A imagem que se segue ilustra alguns dos requisitos que devem marcar o perfil de um investidor.

- Espírito de iniciativa
- Espírito de liderança
- Espírito de sacrifício
- Força de vontade
- Resistência ao fracasso
- Gosto e conhecimento do ramo de atividade

- Confiança
- Otimismo
- Ousadia
- Determinação
- Persistência
- Organização

- Assumir riscos e enfrentar desafios
- Facilidade de comunicação
- Tirar proveito das críticas e dos erros
- Possuir visão e planos para alcançar as metas
- Orientação para resultados

- Sentido Prático
- Inovação
- Curiosidade
- Criatividade
- Dinamismo

Um investidor é alguém que precisa de estar atualizado, em constante aprendizagem e atento às tendências e às novas oportunidades de negócio.

Ao lidar com equipas, o investidor deve assumir uma postura de liderança. Deve auscultar os colaboradores, orientá-los e envolvê-los na definição dos objetivos.

O investidor tem de ser assertivo nas suas decisões. Desde logo, na reflexão que antecede a decisão de investir, não se deixando levar por entusiasmos exacerbados e pedir aconselhamento profissional sobre o momento, o local e o setor em que pretende investir.

O investidor deve procurar diferenciar-se, inovar no mercado. Não pode temer a mudança e o risco associado. Isto não significa, no entanto, que as suas decisões não sejam ponderadas. Todas as decisões devem ter por base informação credível e estudos sólidos. Todo este processo deverá anteceder qualquer projeto de investimento.





**DESENVOLVIMENTO
DA IDEIA**

2.1 EM QUE SETOR INVESTIR?

Um investimento, pela responsabilidade que acarreta, tem de ser um ato consciente, exigindo do investidor a visão necessária para escolher o momento e o ramo certo para investir.

As empresas podem desenvolver uma ou mais atividades, distribuídas pelos três setores básicos da atividade económica:

Setor primário (agricultura, silvicultura, pecuária e pescas);

Setor secundário (indústria, transportes e energia);

Setor terciário (comércio e serviços).

Dentro de cada setor podem ser identificadas várias atividades específicas, que se encontram organizadas segundo a Classificação Portuguesa das Atividades Económicas – Revisão 3 (CAE – Rev. 3), documento publicado pelo INE (Instituto Nacional de Estatística). Desta classificação surge um código de cinco dígitos, ilustrado na imagem seguinte.

CLASSIFICAÇÃO DAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

CÓDIGO NUMÉRICO

SECÇÃO	I
DIVISÃO	56
GRUPO	561
CLASSE	5610
SUBCLASSE	56101

Fonte: INE - [SICAE](#)

O código CAE é fundamental para a harmonização da classificação das atividades das empresas e possibilita o enquadramento e a comparabilidade das mesmas.

A CAE define as seguintes secções fundamentais:

Secção A Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca

Secção B Indústrias Extrativas;

Secção C Indústrias Transformadoras;

Secção D Eletricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio;

Secção E Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento gestão de resíduos e despoluição;

Secção F Construção;

Secção G Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos

Secção H Transportes e armazenagem;

- Secção I Alojamento, restauração e similares;
- Secção J Atividades de informação e de comunicação;
- Secção K Atividades financeiras e de seguros;
- Secção L Atividades imobiliárias;
- Secção M Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares;
- Secção N Atividades administrativas e dos serviços de apoio;
- Secção O Administração Pública e Defesa; Segurança Social Obrigatória;
- Secção P Educação;
- Secção Q Atividades de saúde humana e apoio social;
- Secção R Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas,
- Secção S Outras atividades de serviços;
- Secção T Atividades das famílias empregadoras de pessoal doméstico e atividades de produção das famílias para uso próprio;
- Secção U Atividades dos organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais.

Fonte: INE - [SICAE](#)

A cada empresa pode ser atribuído um ou mais códigos para identificar a(s) atividade(s) desenvolvida(s). Por exemplo, a CAE de um restaurante tipo tradicional encontra-se na Secção I, Subclasse 56101.

No que concerne às atividades existentes no município do Funchal, a oferta é bastante diversificada centrando-se, fundamentalmente, em atividades de comércio e serviços. De forma isolada ou agrupada, seguem-se duas listagens que mostram as atividades existentes no município.

COMÉRCIO

Artigos desportivos: inclui comércio de artigos desportivos, modelismo, artigos náuticos e material de pesca;

Artigos lar e decorações: inclui artigos para o lar, artigos decorativos, artigos regionais, bazares, têxteis para o lar, galerias de arte, tapeçarias e equipamentos para jardim;

Automóveis e acessórios: inclui stands de automóveis e motos, acessórios e peças para automóvel e moto e venda de pneus;

Comércio alimentar: inclui frutarias, produtos hortícolas, mercearias e minimercados, supermercados e hipermercados, talhos, doçarias e garrafeiras;

Eletrrodomésticos e similares: inclui eletrodomésticos, eletrónica, material elétrico e aparelhagens de som;

Energia: inclui postos de abastecimento de combustível e gás;

Equipamentos e produtos industriais: inclui equipamentos industriais, equipamentos hoteleiros e produtos de limpeza;

Farmácias e artigos de saúde: inclui farmácias, parafarmácias, artigos médicos, artigos ortopédicos e ervanárias;

Ferragens e construção: inclui ferragens, materiais de construção, artigos de iluminação, tintas e artigos sanitários;

Flores e prendas: inclui floristas, prendas e postais;

Fotografia: fotógrafos e produtos fotográficos;

Livrarias e papelarias: inclui livrarias e papelarias;

Mobiliário e equipamento de escritório: mobiladoras, equipamentos de escritório, material de escritório e cozinhas;

Ótica: inclui oculistas e produtos óticos;

Ourivesarias: inclui ourivesarias, relojoarias, joalharias e lojas de ouro;

Perfumes e cosmética: inclui perfumarias e artigos cosméticos;

Pronto-a-vestir e similares: inclui pronto-a-vestir de adulto e criança, sapatarias, acessórios de moda e roupa interior;

Tabacarias: inclui tabacarias, jornais, revistas e casas de jogos de apostas;

Tecnologias de informação e comunicação: equipamento informático e telemóveis;

Comércio diverso: inclui todo o comércio não especificado e que não faça parte das categorias anteriores.

SERVIÇOS

Agências de viagens e similares: inclui agências de viagens, postos de informação turística e animação turística;

Armazenagem: inclui todo o tipo de armazéns;

Bancos: inclui as agências bancárias e sedes bancárias;

Educação: inclui os centros de formação, ensino de línguas, explicações e escolas de condução;

Escritórios: inclui todo o tipo de escritórios;

Estética: inclui cabeleireiros, institutos de beleza ou centros de estética e barbearias;

Hotelaria: inclui hotéis, apart-hotéis, pensões, residenciais, albergarias, apartamentos turísticos e exploração turística;

Lazer: inclui ginásios, salões de jogos, campo de golfe e atividades recreativas;

Limpeza: inclui lavandarias, engomadorias, serviços de limpeza e lavagens de automóveis;

Mediação imobiliária: inclui mediação e promoção imobiliária;

Publicidade e artes gráficas: inclui agências de publicidade, marketing e artes gráficas;

Reparações: inclui reparações de automóveis, eletricista de automóveis, reparação de escapes, reparações de eletrodomésticos, reparações de calçado, ateliers de costura e canalizações;

Restauração e bebidas: inclui restaurantes, bares, snack-bares, pastelarias, cafetarias, gelatarias, frutarias com bar de apoio, salões de jogos com bar de apoio e discotecas;

Saúde: inclui consultórios médicos, consultórios dentários, clínicas médicas e dentárias, enfermagem, fisioterapia, análises clínicas, psicologia e medicinas alternativas;

Seguros: inclui seguradoras e agentes de seguros;

Serviços diversos: inclui todos os serviços não especificados e que não façam parte das categorias anteriores.

2.2 ONDE INVESTIR?

Tão importante quanto a escolha do momento e o setor de atividade no qual investir, é a escolha do local.

Fenómenos como a globalização e o *ecommerce* vieram alterar o paradigma vigente, fazendo olhar a questão da localização de uma empresa de outra perspectiva. Contudo, enquanto existirem instalações físicas, há fatores que não podem ser descurados no momento de decidir onde localizar o seu negócio.

A determinação da localização depende do tipo de atividade mas de forma geral devem ser tidos em consideração aspetos como:

- O custo dos fatores de produção;

- A disponibilidade de mão-de-obra;

- A disponibilidade de energia;

- Considerações de mercado (importância dos mercados, concorrência, redes de distribuição, imagem, acesso a clientes, etc.);

- Considerações técnicas (custos dos fatores de produção, disponibilidade e custos como telecomunicações, etc).

Não obstante os fatores anteriormente referidos, outros há que deverão merecer por parte do investidor especial atenção, pois podem condicionar ou mesmo tornar inviável o investimento:

- Investimento na aquisição do espaço;

- Despesas de construção;

- Incentivos financeiros e fiscais ao investimento;

- Política fiscal;

- Política regional de investimentos (infraestruturas);

- Obrigações contratuais;

- Instrumentos de gestão territorial em vigor;

- Restrições ambientais;

- Impacto nos custos.

Se pensarmos na distribuição geográfica dos estabelecimentos de comércio e serviços no Funchal, percebemos que o local pode fazer a diferença. Dos cerca de 4500 estabelecimentos existentes no município, cerca de 40% situa-se na freguesia da Sé, enquanto que o Monte surge como a freguesia com menos concentração de comércio e serviços (1,5%). O mapa seguinte ilustra esta distribuição.

2.3 ÁREAS PRIORITÁRIAS DE INVESTIMENTO

Existem áreas que pelas características do município e da Região se apresentam como prioritárias.

Surge à cabeça como uma prioridade o turismo. Este setor assume uma importância elevada na realidade económica da região e do município, onde as atividades do setor e outras diretamente relacionadas com o mesmo tem mais predominância. Abaixo seguem listadas algumas ideias a explorar:

Passeios turísticos em espaço urbano que aproveitem o edificado histórico e património natural do município;

Soluções iterativas para a agilização e modernização dos serviços prestados ao turista;

Turismo iterativo: foco na criação de produtos e serviços turísticos que potenciem a oferta de experiências únicas relacionadas com produtos regionais, com especial incidência nos processos de produção.

Sendo uma cidade é um centro económico terciário, o setor do comércio e dos serviços constitui uma prioridade. A globalização do mercado impulsionada pela revolução digital nas últimas décadas exige por parte do investidor/empreendedor um esforço adicional por inovar e por se diferenciar da demais oferta.

A adoção de novos conceitos é uma necessidade. A estrutura de mercado que está a emergir com a entrada dos Millennials no mundo do trabalho e com o aumento do poder de compra deste segmento exige um repensar do setor. Alguns conceitos inovadores emergem, procurando responder às exigências de mercado. Alguns deles seguem abaixo listados:

Pop-up Store;

Lounge Store;

Lab Store;

Política fiscal;

Co-store;

Flagship Store;

Eco Store;

Bio Store;

Slow Shopping Shop;

Stylist Concept Store;

One Stop Shop;

Living Store.

A criação de serviços para dinamizar o setor é também um nicho a explorar. A criação de empresas de entrega ao domicílio ou de empresas focadas na implementação desses novos conceitos poderão, devido à conjuntura que se desenha, ser bem-sucedidas num futuro próximo.



MUNICÍPIO DO FUNCHAL

Os edifícios onde existe atividade comercial ou de serviços estão mais concentrados na área compreendida entre as Rua 5 de Outubro e a Avenida Zarco, dispersando-se pelas outras artérias menos centrais da cidade. A leste, destaca-se a Rua de Santa Maria como polo atrativo e a oeste a Rua da Carreira e arruamentos limítrofes.



**PLANO DE
NEGÓCIOS**

Um plano de negócios é um instrumento essencial para a estruturação e sustentação de uma ideia de negócios. A fase de planejamento é muitas vezes descuidada, sendo muitas empresas vítimas dessa falta de planejamento e encerrando prematuramente.

Um documento que determine as linhas gerais do projeto a implementar pode prever desafios futuros ou ajustar o projeto às necessidades de mercado, maximizando, desta forma, a probabilidade de sobrevivência e de sucesso do mesmo.

Um bom plano de negócios oferece esse conforto ao investidor. Para além da determinação das linhas principais do projeto, um documento desta natureza deve conter a definição dos recursos necessários e dos existentes para a implementação do projeto, focando-se na forma como os que estão em falta poderão ser obtidos; ações concretas de abordagem a mercado e uma análise detalhada da viabilidade de todo o projeto.

A estrutura deste tipo de negócios pode variar, no entanto as seguintes são sempre consideradas:

- Posição Empresarial;
- Empreendedores e Recursos;
- Mercado e o Setor de Atividade;
- Oferta Empresarial;
- Modelo Financeiro.

3.1 POSIÇÃO EMPRESARIAL

Nesta seção são abordados os princípios subjacentes à criação de uma empresa.

A **missão** da empresa é uma descrição sucinta da sua razão de existência. Deve ser curta, de fácil memorização e estabelecer claramente o propósito da empresa, o porquê da sua existência.

A **visão** da empresa permite nortear a organização da mesma. Esta resulta do estabelecimento de convicções que nortearão toda a ação empresarial, determinando o conjunto de **valores**, ou seja, os princípios que influenciarão os **objetivos** a criar. Estes últimos permitem operacionalizar a visão estratégica, apresentando-se como elementos de controlo que permitem a mensuração de resultados desse processo.

3.2 EMPREENDEDORES E RECURSOS

Esta seção expõe os recursos e competências da empresa.

Aqui são determinadas as necessidades empresariais nesta área, sendo esta seção mais do que uma lista ou inventário de bens, tecnologias ou recursos humanos de uma empresa.

Aqui equacionam-se carências empresariais e lacunas do ponto de vista dos recursos (materiais e humanos) necessário á implementação da estratégia empresarial.

Um projeto empresarial que descure a determinação dos elementos essenciais à atividade a que pretende dedicar corre riscos de ver goradas as suas aspirações.

3.3 MERCADO E SETOR DE ATIVIDADE

O conteúdo desta subdivisão passa pela análise do contexto e da envolvente da empresa. O primeiro diz respeito aos clientes, concorrentes e fornecedores de ma organização e o último refere-se às forças políticas, económicas, sociais e tecnológicas que influenciam a atividade empresarial.

Aqui é definido o segmento de mercado a explorar pela empresa e analisado o processo de tomada de decisão do cliente no ato de compra. Associada a esta análise está a reflexão acerca de condicionantes no processo em questão nomeadamente as instituições de que o segmento faz parte, a sua cultura, estrutura demográfica, valores e preferências/desejos.

A concorrência é alvo de estudo nesta seção. Aqui são aferidas as vantagens competitivas da mesma, os seus recursos e competências. Desta informação nascerão possíveis estratégias de posicionamento no mercado que tentarão explorar os pontos fracos da concorrência e diluir os pontos fortes dessas organizações.

Os fornecedores são um fator determinante para o sucesso empresarial, uma vez que são prestadores de serviços ou vendedores de bens essenciais. Poderão ser aqui equacionadas as empresas que oferecem as melhores condições nessas prestações de serviços/transações de bens.

A envolvente condiciona o contexto da empresa, isto é, as forças políticas, económicas, sociais e tecnológicas (Forças PEST) introduzem mudanças que exigem um processo contínuo de adequação da empresa de forma a alcançar o sucesso. Qualquer alteração no paradigma externo vigente terá obrigatoriamente que se traduzir em ajustes na estratégia empresarial adotada. Estas alterações não estão circunscritas à empresa per se, mas também aos seus concorrentes e fornecedores. A capacidade de previsão dessas mudanças e o desenho de planos de contingência facilitarão a implementação de qualquer medida para fazer face à qualquer situação emergente.

Dois modelos universalmente aceites para a análise do contexto e da envolvente da empresa são:

Análise SWOT;

Modelo das Cinco Forças Competitivas de Porter.

3.3.1 ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é um instrumento de estudo em que são identificadas as forças (**S**trengths) e as fraquezas (**W**eaknesses) da empresa, mas também as oportunidades (**O**pportunities) que se podem aproveitar e as ameaças (**T**hreats) cujo impacto e influência se pretendem reduzir.

Esta ferramenta de análise interna e externa obedece ao seguinte modelo:

SWOT	POSITIVOS	NEGATIVOS
INTERNOS (ORGANIZAÇÃO)	PONTOS FORTES: Ponto Forte 1 Ponto Forte 2 Ponto Forte 3 Ponto Forte N	PONTOS FRACOS: Ponto Fraco 1 Ponto Fraco 2 Ponto Fraco 3 Ponto Fraco N
EXTERNOS (AMBIENTE)	OPORTUNIDADES: Oportunidade 1 Oportunidade 2 Oportunidade 3 Oportunidade N	AMEAÇAS: Ameaça 1 Ameaça 2 Ameaça 3 Ameaça N

3.3.2 MODELO DAS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS DE PORTER

Este modelo é utilizado para avaliar o grau de atratividade de um setor da economia ou de uma indústria. São consideradas para o efeito cinco forças, a saber:

- Rivalidade entre concorrentes;
- Barreiras à entrada de novos concorrentes;
- Poder negocial dos compradores;
- Poder negocial dos fornecedores;
- Produtos substitutos.

3.3.2.1 RIVALIDADE ENTRE CONCORRENTES

O posicionamento entre a concorrência é um indicador de vivacidade de um setor. Uma análise das ações levadas a cabo pelas empresas operantes no setor é de utilidade extrema para a definição do posicionamento a adotar por uma empresa.

Os setores competitivos são, regra geral, os que apresentam maiores índices de rivalidade entre os concorrentes.

3.3.2.2 BARREIRAS À ENTRADA DOS CONCORRENTES

As barreiras existentes à entrada de novas empresas em determinados setores económicos devem ser sempre consideradas.

O surgimento de novos concorrentes contribuirá para a mudança no paradigma vigente. Setores com maiores barreiras de entrada oferecem uma maior “segurança” para os players estabelecidos no mercado por reduzir o grau de incerteza e de risco que a entrada de novos agentes pode provocar.

Setores com menor grau de resistência à entrada de novos operadores apresentam-se geralmente como mais dinâmicos. Verifica-se o oposto em setores com maiores entraves à entrada.

3.3.2.3 PODER NEGOCIAL DOS COMPRADORES

Este fator assume maior importância em casos em que uma empresa depende temporariamente ou permanentemente de um conjunto reduzido de clientes para obter as receitas necessárias à sua sobrevivência e obtenção de lucro.

O cliente procurará a oferta com melhor relação qualidade/preço.

As empresas devem procurar evitar colocar-se em situações de fragilidade negocial para com os seus clientes e fornecedores.

3.3.2.4 PODER NEGOCIAL DOS FORNECEDORES

O poder negocial dos fornecedores é maior quando o número de empresas do género é menor ou quando os custos de troca de fornecedores são elevados.

Sendo este tipo de empresas indispensáveis à apresentação da oferta empresarial, situações onde a empresa se encontra em situação desfavorável durante o processo negocial correspondem, normalmente, ao aumento dos custos da empresa.

3.3.2.5 PRODUTOS/SERVIÇOS SUBSTITUTOS

Produtos ou serviços substitutos são produtos diferentes dos oferecidos por uma determinada empresa, mas que procuram atender às mesmas necessidades que estes.

A presença de produtos do género pode influenciar o consumo no setor, pelo que constituem obrigatoriamente um elemento de mercado a analisar.

3.3 OFERTA EMPRESARIAL

O Mix do Marketing corresponde à análise de quatro elementos que constituem a oferta da empresa. Os mesmos encontram-se listados abaixo e serão explanados no corpo de texto abaixo:

- Produto;
- Preço;
- Distribuição;
- Promoção.

3.3.1 PRODUTO

Philip Kotler, autor de renome mundial na área do Marketing, define o produto como algo que pode ser oferecido no mercado para a captação de atenção, para aquisição, para utilização, para consumo ou para que possa satisfazer uma necessidade.

O produto apresenta vários níveis, a saber: o produto núcleo, o produto real e o produto aumentado. O produto núcleo é aquilo que o cliente está a comprar, a solução para o problema que pretende resolver. Para facilitar a compreensão dos níveis de produto, consideremos o automóvel. O produto núcleo seria neste o automóvel como meio de transporte. O consumidor procura a resolução de um problema de mobilidade, adquire o automóvel, no seu nível mais básico, para se poder deslocar.

O produto real corresponde à realização do produto núcleo. Este envolve já as características de produto, o seu design, a marca associada e a embalagem.

O produto aumentado engloba o conjunto de benefícios adicionais ligados à aquisição do produto. Estes são constituídos pelo suporte ao produto, pelo serviço pós-venda, pela garantia, pela possibilidade de entrega do produto em casa ou pela oferta de modalidades de pagamento e crédito variadas.

3.3.2 PREÇO

O autor supracitado define o preço como a quantia de dinheiro cobrado por um produto ou serviço, como a soma dos valores que o cliente troca pelos benefícios associados à aquisição/posse ou utilização de um produto ou serviço.

Existem múltiplas formas de definir o produto de um produto ou serviço. O corpo de texto abaixo apresenta algumas das mais comuns estratégias de fixação de preço.

O **preço baseado no custo** é determinado através da aferição dos custos associados com a produção, com a distribuição e com a venda de um produto ou serviço, sendo que aqui se acresce uma compensação pelo risco associado a este processo.

O **preço com adição de valor** compreende a incorporação de características e serviço para diferenciar a oferta de uma empresa e poder cobrar, no processo, preços mais elevados. Esta estratégia de preços é muitas vezes utilizada para justificar a subida de preços sem causa qualquer desconforto com o cliente ou pelo menos minimizá-lo. Desta forma, a empresa poderá ver aumentadas as suas receitas ao passo que oferece um serviço ou produto com maior valor ao cliente. O elemento mais importante a considerar nesta estratégia é o valor acrescentado. Este deve ser reconhecido como tal pelo cliente. Se não o for, o aumento de preço poderá causar instabilidade na relação cliente-vendedor.

O **preço good-value** é a estratégia de preço que procura o equilíbrio e a fórmula perfeita entre a quantia exigida e o valor do produto/serviço, isto é, privilegia a relação preço/qualidade.

A última forma de aferir, definir e praticar preço a ser abordada neste documento é o **preço baseado na percepção de valor do cliente**. Este pressupõe a definição do preço através da valoração feita pelo cliente em relação aos benefícios (em todos os níveis do produto) associados à compra de um serviço ou produto. Esta é a mais difícil de aferir, uma vez que é difícil determinar o que o cliente julga justo pagar por um determinado serviço. Esta opção deve ser sempre considerada pelos factos seguintes:

O cliente sairá sempre satisfeito se achar que o preço praticado é justo e encontra correspondência nos benefícios que passará a ter acesso se usufruir do produto oferecido.

O preço praticado pela empresa pode ser inferior ao que o cliente está disposto a pagar, e seria possível equacionar uma subida de preços. O inverso é também verdade e o preço praticado pode ser considerado injusto.

Uma análise à estratégia de preço adotada e a consideração da informação nesta subsecção pode ser determinante na aceitação de um produto no mercado.

3.3.3 DISTRIBUIÇÃO

Kotler define um canal de distribuição com um conjunto interdependente de organizações que ajudam a tornar um produto ou serviço disponível para uso ou consumo pelo cliente. Existem dois tipos de canais de distribuição:

Direto: comercialização de produtos sem a utilização de intermediários.

Indireto: comercialização com a ajuda de um ou mais canais intermediários.

A escolha de um canal de distribuição é fulcral, dado que a mesma influenciará o produto final com especial incidência nas seguintes variáveis:

- Disponibilidade do produto.
- Preço final de venda.
- Número de produtos/serviços vendidos.

3.3.4 PROMOÇÃO

A promoção é o processo de comunicação de valor de um produto ou serviço. Os principais mecanismos utilizados neste processo são:

- Publicidade (advertisement): criação de material publicitário em diversos formatos.
- Campanhas de produção e incentivo de curta duração.
- Venda personalizada.
- Relações públicas: criação de publicidade favorável, de uma imagem empresarial positiva através da gestão de rumores, histórias e eventos desfavoráveis.
- Marketing Direto – exploração de relações estabelecidas com alvos individuais devidamente definidos com o objetivo de estreitar relações e garantir a fidelização de clientes.

A mensagem a transmitir deve ter um recetor devidamente identificado. O seu conteúdo deve refletir isso mesmo. O segmento de mercado a que esta se dirige deve ver refletidos no conteúdo os seus interesses, a sua cultura, os seus valores, os seus desejos e as suas necessidades. Desta forma, será possível estabelecer uma relação com o público-alvo, captando a sua atenção.

A mensagem e a sua transmissão serão mais eficientes se apelarem diretamente a um segmento.

Poderão ser usados vários meios para transmitir a mensagem. Seguem abaixo listados alguns para consideração do leitor.

- Pessoais: correio eletrónico, telefone, chat.
- Não pessoais: Media e eventos.
- Buzz Marketing: opinion leaders, word-of-mouth.

Os consumidores são influenciados no seu processo de tomada de decisão na compra pelas instituições em que estão inseridos e pelas pessoas que lhes são mais próximas ou a quem reconhecer autoridade/competência.

Aqui está o setor a explorar. As redes sociais, os fóruns da internet e o Youtube são algumas das plataformas a explorar neste contexto.

3.3.5 MODELO FINANCEIRO

O modelo financeiro permitirá que um empreendedor avalie a viabilidade financeira do seu projeto. Ao determinar despesas e prever receitas é possível obter um conjunto de indicadores financeiros que permitirão aferir se um projeto de investimento justifica o tempo, os recursos e o trabalho por determinar o retorno esperado.

O IAPMEI, I.P – Agência para a Competitividade e Inovação criou uma ferramenta de avaliação de projetos de investimento. Esta poderá ser utilizada para determinar os três indicadores mais utilizados para determinar a viabilidade de um projeto:

- a taxa de rentabilidade interna (TIR);
- o valor atualizado líquido (VAL);
- o payback.

A TIR permite aferir a taxa de retorno de um projeto.

O VAL avalia a rentabilidade de um projeto através da análise dos fluxos de caixa gerados ao longo do tempo. Se o VAL for positivo, o projeto apresenta rentabilidade positiva.

O Payback determina o tempo que o negócio demorará a gerar receita para recuperar o investimento inicial efetuado.

A ferramenta citada acima permitirá o cálculo automático destes indicadores.



A EMPRESA

4.1 FORMAS JURÍDICAS

Uma das decisões a tomar prende-se com a forma jurídica da empresa. É fundamental conhecer as formas empresariais, sendo que a decisão deverá ter em conta a natureza do negócio, o património a afetar, o tipo de responsabilidade, o capital e o facto do investidor se apresentar só, ou em sociedade.

São duas as principais formas jurídicas de criação da empresa: Singular ou Coletiva.

4.1.1 SINGULAR

As empresas singulares são aquelas em que um único indivíduo é o único proprietário, detém a totalidade do capital e que contribui com o seu trabalho na direção da empresa. Existem três tipos de empresas singulares:

- Empresário em Nome Individual (ENI);
- Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada (EIRL);
- Sociedade Unipessoal por Quotas (SUQ)

O quadro que se segue caracteriza de forma sucinta cada uma delas.

	EMPRESÁRIO EM NOME INDIVIDUAL	ESTABELECIMENTO INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA	SOCIEDADE UNIPESSOAL POR QUOTAS
LEGISLAÇÃO APLICÁVEL	Código Comercial Código Civil Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares	DL n.º 248/86, de 25/8	Código das Sociedades Comerciais
NOÇÃO	Empresa titulada por um só indivíduo (pessoa singular)	Empresa cuja constituição tem subjacente a existência de um património autónomo ou afetação especial	Empresa formada por um único sócio (pessoa singular ou coletiva)
FIRMA	Nome civil (completo ou abreviado) Em situações de sucessão, pode ser acrescentado "Sucessor de" ou "Herdeiro de"	"Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada" ou "E.I.R.L."	"Sociedade Unipessoal Limitada" ou "Sociedade Unipessoal Lda."
RESPONSABILIDADE	Ilimitada	Limitada	Limitada
CAPITAL SOCIAL	A lei não estabelece um montante mínimo obrigatório.	Mínimo é de 5.000,00€	Mínimo é de 1,00€

4.1.2 COLETIVAS

As sociedades coletivas são as unidades produtivas em que o capital pertence a duas ou mais pessoas, que se distinguem com base na responsabilidade dos sócios perante as obrigações da empresa.

São cinco os tipos de sociedades coletivas:

Sociedade em Nome Coletivo (SNC);

Sociedade por Quotas (SQ);

Sociedades Anónimas (SA);

Sociedades em Comandita (SC);

Sociedades Cooperativas (C)

O quadro que se segue, caracteriza de forma sucinta cada uma delas.

	SOCIEDADE EM NOME COLECTIVO	SOCIEDADE POR QUOTAS	SOCIEDADES ANÓNIMAS	SOCIEDADES EM COMANDITA	SOCIEDADES COOPERATIVAS
LEGISLAÇÃO APLICÁVEL	Código das Sociedades Comerciais	Código das Sociedades Comerciais	Código das Sociedades Comerciais	Código das Sociedades Comerciais	Código Cooperativo
NOÇÃO	Empresa em que todos os sócios devem ser pessoas singulares	Empresa formada por dois ou mais sócios, com capital dividido por quotas, não se admitindo contribuições de indústria	Empresa constituída por cinco ou mais sócios, em que os lucros obtidos são divididos pelos acionistas	Empresa simples (com dois sócios) ou por ações (cinco sócios) – sócios qualitativamente distintos	Associação coletiva de capital sem fins lucrativos, na qual as receitas são distribuídas pelos membros, de acordo com o investimento por estes realizado
FIRMA	"e Companhia", "Cia." ou outra referência à existência de mais sócios	"Limitada" ou "Lda"	"Sociedade Anónima" ou "S.A."	"em Comandita" ou "& Comandita" "em comandita por ações" ou "& comandita por ações"	"Cooperativa", "União de Cooperativas", "Federação de Cooperativas" ou "Confederação de Cooperativas", conforme o caso, acrescida da forma de responsabilidade (Limitada ou Ilimitada)
RESPONSABILIDADE	Ilimitada	Limitada	Limitada ao valor das ações	Sócios comanditários respondem apenas pela sua entrada Sócios comanditados respondem pelas dívidas da sociedade, ilimitada e solidariamente entre si	Responsabilidade limitada ou ilimitada, consoante o grau do associado
CAPITAL SOCIAL	A lei não estabelece um montante mínimo obrigatório	Mínimo é de 1,00€	Mínimo é de 50.000,00€	Comandita simples: a lei não estabelece montante mínimo obrigatório Comandita por ações: Mínimo de 50.000,00€	Mínimo de 1.500,00€ (pode variar consoante o ramo do sector cooperativo)

4.2 OBRIGAÇÕES LEGAIS DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA

Existem três formas de constituir a sua empresa: Método tradicional, Empresa na Hora e Empresa Online.

4.2.1 MÉTODO TRADICIONAL

Poderá criar a sua empresa nos moldes tradicionais, dirigindo-se aos serviços competentes e através das orientações emanadas poderá constituir a sua empresa.

O quadro seguinte sintetiza o essencial deste procedimento.

MÉTODO TRADICIONAL

PROCEDIMENTO	AÇÃO	ENTIDADE
1º Certificado de Admissibilidade de Nome (firma ou denominação)	Pedido de aprovação da denominação social	RNPC CFE
2º Capital Social	Depósito do capital Relatório das entradas em espécie	Banco ROC independente
3º Documento de constituição	Celebração do documento particular de constituição	Notário Advogado Solicitador
4º Registo Comercial	Submissão do registo de constituição da sociedade	CRC
5º Início de atividade	Finanças Segurança Social	Autoridades Fiscais Segurança Social

4.2.2 EMPRESA NA HORA

Com a necessidade de promover a simplificação e agilização administrativa, como forma de promover a economia, novas formas de constituir empresas surgiram, fazendo da interação com o Estado um ato mais célere, ágil e transparente. É neste contexto que surge o conceito de empresa na hora – [Empresa na Hora](#).

É então possível atualmente a constituição de sociedades num único balcão e de forma imediata, não havendo a necessidade de obter previamente o certificado de admissibilidade de firma ou denominação.

Também já não há a necessidade de celebração de escritura pública ou Documento Particular Autenticado (DPA), sendo que no momento da constituição é comunicado o código de acesso ao cartão eletrónico da empresa, o número de identificação da Segurança Social e ficam, desde logo, na posse da empresa o pacto social e o Código de Acesso à Certidão Permanente do Registo Comercial pelo prazo de 3 meses.

É atribuído o registo de domínio na *Internet.pt*, funcionalidade que é gratuita durante o primeiro ano e assegurada pela Associação DNS.PT.

Para a criação da empresa na hora, são necessários os seguintes documentos:

PESSOAS SINGULARES			PESSOAS COLETIVAS	
Cartão de Contribuinte	Documento de Identificação (C.C., B.I., Passaporte ou Autorização de Residência)	Cartão de Beneficiário da Segurança Social	Cartão de Empresa ou de Pessoa Coletiva ou Código de Acesso	Ata da Assembleia Geral que confere poderes para a Constituição da Sociedade

Os procedimentos a desencadear são simples e estão resumidos no quadro seguinte:

ESCOLHER UMA FIRMA DA LISTA DE FIRMAS PRÉ-APROVADAS

Escolher uma denominação social da lista de firmas pré-aprovadas

Escolher um modelo de estatutos sociais da lista de estatutos sociais pré-aprovados

Custo do serviço (inclui publicações): 360,00€ (numerário, cheque ou MB)

Liquidação do IMT e de outros impostos que se mostrem devidos

Registo de constituição de sociedade e de outros factos sujeitos a registo

Disponibilização imediata:

- do cartão eletrónico da empresa mediante a atribuição de código de acesso;
- do número de identificação da sociedade na segurança social;
- dos códigos de acesso online das certidões de registo a que haja lugar;
- de versão certificada dos estatutos sociais da sociedade;
- do recibo comprovativo do pagamento dos encargos devidos;
- e- do documento comprovativo da aquisição de marca registada (se aplicável).

4.2.3 EMPRESA ONLINE

O [Portal do Cidadão](#) através do Balcão do Empreendedor continua a ser o seu ponto único de acesso aos serviços relacionados com a atividade empresarial, agora integrado neste novo portal.

A legislação a considerar, nesta matéria, será o Decreto-Lei n.º 125/2006, de 29 de junho, o Decreto-Lei n.º 76-A/2006, de 29 de março, e o Decreto-Lei n.º 247-B/2008, de 30 de dezembro, todos na sua redação atualizada.

As sociedades anónimas europeias e as sociedades cujo capital seja realizado com recurso a entradas em espécie, onde seja exigida forma mais solene do que a forma escrita, ficam de fora deste regime.

Os procedimentos a adotar constam do [Portal da Empresa](#).

4.3 OBRIGAÇÕES FISCAIS

São várias as obrigações fiscais a que uma empresa está sujeita e que devem ser avaliadas aquando do plano de negócio. O quadro seguinte sintetiza-as.

	INCIDÊNCIA	PROCEDIMENTO
IVA IMPOSTO SOBRE VALOR ACRESCENTADO	Imposto indireto sobre o consumo	Até ao dia 10 do segundo mês seguinte ao das operações
IRS IMPOSTO SOBRE O RENDIMENTO DE PESSOAS SINGULARES	Imposto sobre o valor anual dos rendimentos das diversas categorias	Entre março e maio de cada ano
IRC IMPOSTO SOBRE O RENDIMENTO DAS PESSOAS COLETIVAS	Imposto sobre lucros das empresas	É devido por cada período de tributação, que coincide com o ano civil
IMI IMPOSTO MUNICIPAL SOBRE IMÓVEIS	Imposto sobre o valor patrimonial tributável dos prédios	Entre abril e agosto (caso prestações)
IMT IMPOSTO MUNICIPAL SOBRE AS TRANSMISSÕES ONEROSAS DE IMÓVEIS	Imposto sobre as transmissões, a título oneroso, do direito de propriedade ou de figuras parcelares desse direito, sobre bens imóveis no território nacional	Até ao mês seguinte da transmissão
TSU TAXA SOCIAL ÚNICA	Incide sobre o salário mensal de cada trabalhador	Do dia 10 até ao dia 20 do mês seguinte àquele a que dizem respeito as remunerações
IS IMPOSTO DE SELO	Imposto sobre todos os factos previstos na Tabela geral, incluindo as transmissões gratuitas	É devido quando ocorre o facto
DERRAMA IMPOSTO AUTÁRQUICO	Imposto sobre o lucro tributável do exercício	É entregue aquando da entrega da declaração de rendimentos modelo 22

RECURSOS HUMANOS

O Direito do Trabalho é um ramo do direito que regula as relações contratuais de carácter subordinado no âmbito do direito privado, em que o empregador e o colaborador são sujeitos privados.

Existem várias modalidades de contratação, das quais dão conta os pontos que se seguem.

TIPOS DE CONTRATOS

São várias as formas contratuais previstas no Código do Trabalho (CT). Segundo o art. 11.º, o contrato de trabalho é um contrato em que ambas as partes têm direitos e deveres. O objeto do contrato é a atividade e este assume sempre carácter oneroso. No contrato de trabalho, o colaborador tem estatuto de pessoa singular e tem uma relação de subordinação face ao empregador.

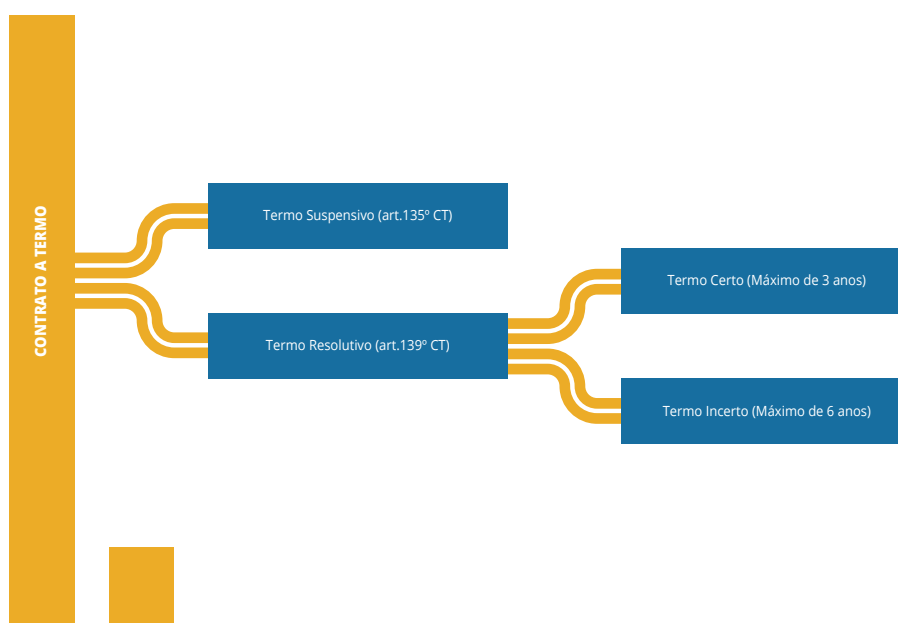
CONTRATO DE TRABALHO POR TEMPO INDETERMINADO

A indicação do artigo 110.º CT refere-se à forma do contrato, pelo que o parágrafo deve ser alterado neste sentido: "O contrato de trabalho por tempo indeterminado não necessita de forma especial, ou seja, não necessita de ser reduzido a escrito, salvo quando a lei determina o contrário (artigo 110.º CT). Normalmente dura até à reforma do trabalhador.

CONTRATO DE TRABALHO A TERMO

Contrato de trabalho a termo (artigo 135.º CT) é o contrato que tem um prazo definido, visando colmatar necessidades temporárias da empresa.

A figura seguinte completa esta informação.



Em caso de violação de qualquer um dos aspetos previstos no regime e que o artigo 147º do Código do Trabalho invoca, o contrato de trabalho a termo converte-se em contrato de trabalho sem termo.

CONTRATO DE TRABALHO INTERMITENTE

O art. 157.º do CT prevê a modalidade de contrato de trabalho intermitente em que existem períodos de atividade e períodos de inatividade, ou seja, há meses em que o colaborador irá prestar efetivamente a sua atividade e haverá meses em que o colaborador não irá prestar a sua atividade, sendo que nunca poderá ser inferior a seis meses por ano, dos quais pelo menos quatro têm de ser consecutivos.

O colaborador durante o período de inatividade pode exercer outra atividade, apesar de estar sempre na dependência jurídica do empregador. As partes mantêm os direitos, os deveres e garantias. Nos períodos de atividade receberá 100% da compensação retributiva, enquanto que nos períodos de inatividade só terá direito a 20%.

Os subsídios de férias e Natal são calculados com base na média dos valores de retribuições e compensações retributivas auferidas nos últimos 12 meses, ou no período de duração do contrato se este for inferior.

CONTRATO DE TRABALHO TEMPORÁRIO

No contrato de trabalho temporário (art. 172.º do CT) existe uma relação contratual com três sujeitos: a empresa de trabalho temporário, a empresa utilizadora e o colaborador, sendo que o colaborador celebra um contrato de trabalho com a empresa de trabalho temporário, a empresa de trabalho temporário celebra um contrato de prestação de serviços com a empresa utilizadora.

O objeto do contrato é a cedência do colaborador, ou seja, embora a empresa de trabalho temporário seja titular do contrato de trabalho e seja a beneficiária do trabalho, o colaborador não presta a atividade para esta empresa mas sim para a empresa utilizadora, indicada pelo seu empregador.

CONTRATO DE TRABALHO A TEMPO PARCIAL

Segundo o art. 150.º do CT, é todo o contrato celebrado por um período semanal inferior ao praticado a tempo completo em situação comparada. O tempo parcial é apurado em função da regra normal do artigo 203º do CT, oito horas diárias e quarenta horas semanais. Por acordo das partes, o trabalho a tempo parcial pode ser prestado apenas em alguns dias por semana, mês ou ano.

CONTRATO DE TRABALHO DE MUITO CURTA DURAÇÃO

No art. 142.º do CT está prevista a possibilidade de contratar colaboradores por períodos muito curtos para atividade sazonal agrícola ou para realização de evento turístico de duração não superior a 15 dias, não obriga a forma escrita, devendo o empregador comunicar a sua celebração ao serviço competente da segurança social.

CONTRATO DE TRABALHO COM COLABORADOR ESTRANGEIRO NÃO COMUNITÁRIO OU APÁTRIDA

Este tipo de contrato de trabalho (art. 5.º do CT) está sujeito a forma escrita, elaborado em duplicado ficando, o empregador com uma cópia e o colaborador com outra. O exemplar do contrato que ficar com o empregador deve de ter apenso documentos comprovativos do cumprimento das obrigações legais relativos à entrada e à permanência ou residência do cidadão estrangeiro ou apátrida em Portugal, tendo também de informar, mediante formulário eletrónico, o serviço com competência inspetiva do ministério responsável da área laboral da celebração do contrato antes da sua execução e da cessação do contrato nos 15 dias posteriores.

CONTRATO DE TRABALHO COM PLURALIDADE DE EMPREGADORES

Segundo o art. 101.º do CT, é possível celebrar um contrato de trabalho com uma pluralidade de empregadores desde que exista uma qualquer relação societária de participações recíprocas, de domínio ou de grupo, ou que tenham estruturas organizativas comuns.

Os empregadores são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes do contrato, podendo o colaborador intentar ação contra todos eles ou somente contra um deles. No contrato deverá constar qual o empregador que representa os demais no cumprimento dos deveres e no exercício dos direitos emergentes do contrato de trabalho.

CONTRATO PROMESSA DE TRABALHO

Regem-se pelo Código Civil Português (art. 410º do CC). Este está sujeito a forma escrita onde, tem de ser exprimida, em termos inequívocos, a vontade de se obrigarem a celebrar o contrato definitivo, o tipo de trabalho a prestar e a respetiva contribuição. O não cumprimento do contrato de promessa de trabalho dá lugar a responsabilidade nos termos gerais (art. 103.º do CT).

TELETRABALHO

Segundo o art. 165.º do CT, o teletrabalho baseia-se no uso das novas tecnologias de informação e de comunicação para que, a partir de um lugar fora da sede do empregador, se desenvolva uma prestação laboral que é realizada com subordinação jurídica e usando instrumentos de trabalho do empregador.

O teletrabalho ainda não é muito praticado no nosso país, apesar de ter algumas vantagens, principalmente num cenário de crise económica, porque permite, entre outras coisas, evitar custos com deslocações, contribuindo para um melhor ambiente devido à menor circulação automóvel. Podemos apontar como inconvenientes o facto de o colaborador poder estar isolado, ficando fora do controle de um superior hierárquico, o que pode provocar algumas situações de desigualdade. Outro inconveniente é do ponto de vista da responsabilidade em caso de acidente de trabalho.

COMISSÃO DE SERVIÇO

Esta afasta-se do regime geral, isto porque é livre a cessação do contrato de trabalho em Comissão de Serviço, tendo somente que avisar com um prazo de 30 ou 60 dias consoante se tratar de contrato de dois ou mais anos. O contrato de comissão de serviço (art. 161º do CT) é celebrado para cargos de confiança ou cargos de direção, podendo a comissão de serviço ser interna (colaborador com vínculo à empresa) ou externa (colaborador sem vínculo à empresa). Tratando-se de comissão de serviço interna, estipula-se no contrato, se acabou a comissão de serviço o colaborador volta ao seu cargo anterior ou se cessa a relação contratual, enquanto na comissão de serviço externa cessando a comissão de serviço cessa o contrato de trabalho.

4.4.2 MODALIDADES DE CESSAÇÃO DO CONTRATO

CADUCIDADE

É a forma de cessação do contrato de trabalho por excelência. A caducidade (art. 343.º do CT) consiste em fazer coincidir a cessação do contrato de trabalho com o termo do tempo estipulado para o contrato ou com o termo da atividade para qual o colaborador foi contratado.

Também existem outras modalidades da caducidade do contrato de trabalho, nomeadamente, situação de insolvência, morte do empregador (extinção da pessoa coletiva exceto se houver intenção de continuar com a atividade), por morte do colaborador e se atingir a idade da reforma.

REVOGAÇÃO OU MÚTUO ACORDO

O empregador e o colaborador podem cessar o contrato de trabalho por acordo (art. 349.º do CT), neste caso, o acordo de revogação deve constar do documento assinado por ambas as partes.

Desde que o acordo de revogação não tenha sido objeto de reconhecimento notarial presencial, o colaborador tem o direito de arrependimento, podendo fazer cessar o acordo de revogação do contrato, desde que comunique de forma escrita ao empregador a sua vontade, até ao sétimo dia seguinte à data da celebração do acordo de revogação.

INICIATIVA DO EMPREGADOR

I. INQUÉRITO (eventual)

II. NOTA DE CULPA

- a. Comunicação ao trabalhador
- b. Comunicação à comissão de trabalhadores / associação sindical
- c. Suspensão preventiva do trabalhador (eventual)
- d. Direito de resposta do trabalhador (10 dias úteis)

III. INSTRUÇÃO

- a. Diligências probatórias
- b. Cópia integral do processo à comissão de trabalhadores / associação sindical (10 dias úteis para emitir parecer)

IIII. DECISÃO

- a. Comunicação ao trabalhador
- b. Comunicação à comissão de trabalhadores / associação sindical

V. RECURSO DA DECISÃO (eventual)

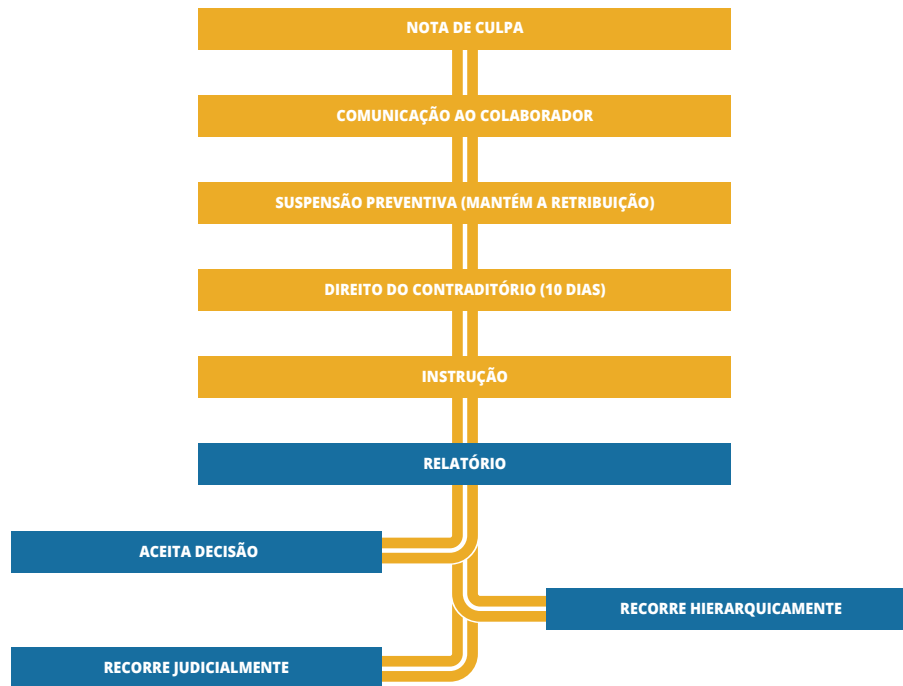
Se for por motivos subjetivos, não há lugar a compensação:

Despedimento por facto imputável ao colaborador (art.351º CT).

Neste caso o empregador terá de avançar como um procedimento disciplinar. O processo disciplinar laboral é a ferramenta disponibilizada ao empregador para poder exercer o seu poder disciplinar sobre o colaborador ao seu serviço, este poder pode servir propósitos de prevenção mas por regra serve como uma via sancionatória.

O esquema seguinte sintetiza os procedimentos de um processo disciplinar.

PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS DE UM PROCESSO DISCIPLINAR



INICIATIVA DO COLABORADOR

A cessação do contrato de trabalho pode ser da iniciativa do próprio:

Resolução pelo colaborador (art.394º CT)

Ocorrendo justa causa, o colaborador pode fazer cessar imediatamente o contrato de trabalho, que poderá dar direito a indemnização, consoante o fundamento apresentado;

Denúncia pelo colaborador (art.400º CT)

O colaborador pode denunciar o trabalho, independentemente de justa causa, mediante comunicação escrita ao empregador, com antecedência mínima de 30 ou 60 dias, consoante tenha, respetivamente, dois ou mais de dois anos de antiguidade.

4.5 NOVOS CONCEITOS A CONSIDERAR - INCUBADORAS/VIVEIROS, STARTUP; COWORKING

Estes conceitos, relativamente recentes, estão associados a formas empresariais normalmente apoiadas por fundos europeus específicos, existindo já várias experiências regionais bem sucedidas.

Incubadoras ou **viveiros** de empresas servem de apoio a futuros investidores, através de meios e metodologias que têm por objetivo a consolidação da ideia de negócio e o seu desenvolvimento para níveis de sustentabilidade económica. As **startups** são empresas com um modelo de negócio inovador que procuram evolução tecnológica em qualquer ramo de atividade. O seu trajeto no mercado é de rápido crescimento e evolução. As *startups* operam em condições de incerteza aumentando o risco, mas também os ganhos, em caso de sucesso.

O **coworking** consiste numa forma de trabalho que se caracteriza pela partilha de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas que trabalham para mesma empresa ou para empresas distintas. Este modelo de trabalho promove os contactos e a entreaajuda, favorecendo muito o surgimento de novas ideias e de novas parcerias.



**BENEFÍCIOS
APOIOS E
FINANCIAMENTO**

5.1 BENEFÍCIOS - MUNICÍPIO DO FUNCHAL

A par de outras iniciativas de incentivo ao investimento, o município oferece hoje um conjunto de incentivos e benefícios fiscais que cabe ao investidor aproveitar. Para além de benefícios de cariz mais geral, destacam-se os de apoio à reabilitação urbana enquadrados no programa municipal [Cidade Com Vida](#).

5.1.1 BENEFÍCIOS GERAIS

Isenção total do pagamento de taxas e receitas municipais aos particulares de fracos recursos e aos cidadãos com deficiência, definidos pelo CIRS. (nº6, art.4º do Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Estão isentos de total pagamento das taxas os atos que revistam manifesto e justificado interesse local, regional ou nacional. (nº1, art.5º do Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Estão isentos de total pagamento das taxas nas situações em que estejam em causa catástrofes ou sinistros de grave ou grande proporção, desde que sejam assim provados (nº4, art.5º do Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Redução de 50% no valor das taxas e demais receitas municipais, devidamente justificadas. (nº7, art.4º e nº5, art.5º Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Pagamento em prestações das dívidas superiores a 250€ em casos de insuficiência económica (nº1, art.18º do Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Estão isentos de pagamento de taxa, os atestados e certidões que gozem da isenção do imposto de selo (nº2, art.27º do Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Estão isentos de taxas municipais os protocolos e acordos de natureza semelhante outorgados entre o Município do Funchal e entidades públicas e privadas (nº2, art.28º do Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Redução de 50% nos anúncios reproduzidos por um período não superior a seis meses e em mais de 10 locais no Município do Funchal (nº2, art.36º Regulamento Geral das Taxas, outras Receitas e Licenças Municipais);

Redução de 50% a requerimento dos proprietários dos estabelecimentos comerciais e restauração, situados no município do Funchal, previstos nos seguintes artigos 31.º, 32.º, 33.º, 34.º, 35.º, 36.º e 37.º da Tabela anexa ao Regulamento Geral das Taxas, Outras Receitas e Licenças Municipais (n.º 4, art. 36.º Regulamento Geral das Taxas, Outras Receitas e Licenças Municipais).

5.1.2 BENEFÍCIOS NA ÁREA DE REABILITAÇÃO URBANA (ARU)

IMI – Imposto Municipal sobre Imóveis

Ficam isentos de IMI os prédios urbanos objeto de reabilitação urbanística por um período de três anos a contar do ano, inclusive, da conclusão das obras de reabilitação, podendo ser renovada a isenção, a requerimento do proprietário, por mais cinco anos no caso de imóveis afetos a arrendamento para habitação permanente ou a habitação própria e permanente. (alínea a) do n.º 2 do art. 45.º EBF).

IMT – Imposto Municipal sobre as Transmissões Onerosas de Imóveis

Ficam isentas de IMT as aquisições de prédios urbanos destinados a reabilitação urbanística, desde que, no prazo de 3 anos, a contar da data da respetiva aquisição, o adquirente inicie as respetivas obras (alínea b) e c) do n.º 2 do art. 45.º EBF).

Ficam ainda isentas de IMT, as aquisições de prédio urbano ou de fração autónoma de prédio urbano, destinado a habitação própria e permanente, na 1ª transmissão onerosa do prédio reabilitado (vd. nº 8, do artigo 71º, do EBF);

IRS – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares

Dedução à coleta de 30% dos encargos suportados pelo proprietário relacionados com a reabilitação, até ao limite de € 500,00 (vd. nº 4, do artigo 71º, do EBF);

Mais-Valias

Tributação à taxa reduzida de 5% quando estas sejam inteiramente decorrentes da alienação de imóveis reabilitados em ARU (vd. nº 5, do artigo 71º, do EBF);

Rendimentos Prediais

Tributação à taxa reduzida de 5% dos rendimentos prediais auferidos por sujeitos passivos de IRS quando sejam inteiramente decorrentes do arrendamento de imóveis recuperados nos termos da estratégia de reabilitação (vd. nº 7, do artigo 71º, do EBF);

IVA – Imposto sobre Valor Acrescentado

Aplicação de taxa reduzida de 5% nos seguintes casos:

Empreitadas de reabilitação urbana, tal como definida em diploma específico, realizadas em imóveis ou em espaços públicos localizados em ARU delimitadas nos termos legais, ou no âmbito de operações de requalificação e reabilitação de reconhecido interesse público nacional (2.23 da Lista 1 anexa ao Código do IVA);

Empreitadas de reabilitação de imóveis que, independentemente da localização, sejam contratadas diretamente para o Fundo Nacional de Reabilitação do Edificado pela sua sociedade gestora, ou pelo Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, I. P. (IHRU, I. P.), bem como as que sejam realizadas no âmbito de regimes especiais de apoio financeiro ou fiscal à reabilitação de edifícios ou ao abrigo de programas apoiados financeiramente pelo IHRU, I. P. (2.24 da Lista 1 anexa ao Código do IVA).

As intervenções de reabilitação podem usufruir das seguintes reduções e isenções de taxas em vigor no Município do Funchal:

Isenção do pagamento das taxas de licença de construção e de comunicação prévia, em obras nos edifícios de interesse patrimonial inseridos em zonas protegidas nos respetivos planos municipais ou em instrumentos equivalentes, as obras nos edifícios classificados e ainda as obras comparticipadas pelo RECRUA ou outro programa público de apoio à promoção de habitação no Concelho. (n.º 3 do artigo 4.º do Regulamento Municipal de Taxas e Compensações de Operações – RMTCOU);

As taxas para emissão de alvará de licença de construção ou admissão da comunicação prévia, previstas no Regulamento Municipal de Taxas e Compensações Urbanísticas do Município do Funchal, são reduzidas em 50 %, sem prejuízo do disposto no n.º 2, do artigo 5.º daquele diploma. (n.º 3 do artigo 3.º Regulamento Municipal de Apoio à Reabilitação Urbana no Funchal);

Redução de 50 % do valor das taxas de emissão de alvará ou admissão de comunicação prévia, das obras situadas na Zona Central, tal como definida no Plano Diretor Municipal do Funchal, relativamente às áreas destinadas a hotelaria e às áreas destinadas a habitação (vd. nº 1, do artigo 5º, do RMTCOU);

Redução de 50% das taxas devidas pela ocupação da via pública, cujo objetivo seja a reabilitação de edifícios e que tenham uma componente habitacional, situados na zona central do Funchal, definida como tal no Plano Diretor Municipal do Funchal (vd. nº 7, do artigo 33º, do Regulamento Geral de Taxas, Outras Receitas e Licenças Municipais - RGTORLM);

Redução de 50% do valor das taxas de ocupação da via pública para os estabelecimentos comerciais e de restauração situados no município do Funchal (vd. nº8, do artigo 33º, com a exceção do disposto n.º 9 desta norma do Regulamento Geral de Taxas, Outras Receitas e Licenças Municipais - RGTORLM);

Redução de 50% do valor das taxas de publicidade para os estabelecimentos comerciais e de restauração situados no Município do Funchal (vd. n.º 4, do artigo 36.º, com a exceção do disposto n.º 5, desta norma do RGTORLM).

Isenção durante os primeiros seis meses da obra das taxas de ocupação da via pública com andaimes, tapumes, autobombas e gruas. (n.º1, art.3.º do Regulamento Municipal de Apoio à Reabilitação Urbana no Funchal.)

Os benefícios fiscais, apoios e incentivos financeiros à reabilitação, apenas serão concedidos a intervenções que se enquadrem, cumulativamente, nas definições legais de reabilitação urbana e reabilitação de edifícios, não se aplicando, designadamente a construções a edificar em lotes vazios, ou em lotes resultantes da demolição de edifícios existentes sem reconstrução da estrutura das fachadas.

Também não serão concedidos, a intervenções em edifícios ou conjuntos edificados com inserção desadequada no tecido urbano, nomeadamente, alinhamentos, volumetria, cêrcea ou altura da construção. Os benefícios fiscais, apoios e incentivos financeiros à reabilitação, na ARU do Centro Histórico do Funchal, serão concedidos após prévia vistoria a efetuar pelos serviços competentes da câmara municipal, que

5.2 BENEFÍCIOS FISCAIS

Existem outros benefícios de **caráter ambiental**, atribuídos a imóveis (art.44º-B, Estatutos dos Benefícios Fiscais)

Os municípios, mediante deliberação da assembleia municipal, podem fixar uma redução até 25 % da taxa do imposto municipal sobre imóveis a vigorar no ano a que respeita o imposto, a aplicar aos prédios urbanos com eficiência energética.

ISENÇÕES

Reorganização de empresas em resultado de operações de reestruturação ou de acordos de cooperação (art. 60º Estatutos dos Benefícios Fiscais)

Às empresas que exerçam, diretamente e a título principal, uma atividade económica de natureza agrícola, comercial, industrial ou de prestação de serviços, e que se reorganizarem, em resultado de operações de reestruturação ou acordos de cooperação, podem ser concedidos os seguintes benefícios:

Isenção do imposto **municipal sobre as transmissões onerosas de imóveis**, relativamente aos imóveis não destinados a habitação, necessárias às operações de reestruturação ou aos acordos de cooperação;

Isenção do **imposto do selo**, relativamente à transmissão dos imóveis referidos na alínea anterior, ou à constituição, aumento de capital ou do ativo de uma sociedade de capitais necessários às operações de reestruturação ou aos acordos de cooperação;

Isenção dos **emolumentos e de outros encargos legais** que se mostrem devidos pela prática dos atos inseridos nos processos de reestruturação ou de cooperação.

5.3 BENEFÍCIOS - SEGURANÇA SOCIAL

ISENÇÃO DO PAGAMENTO DE CONTRIBUIÇÕES

As entidades empregadoras podem beneficiar da isenção do pagamento de contribuições na parte que lhes respeita, se celebrarem contrato de trabalho sem termo com:

- Trabalhadores ao seu serviço já vinculados por contrato de trabalho a termo;
- Desempregados de muito longa duração;
- Pessoa que esteja presa em regime aberto.

O período de isenção do pagamento de contribuições é de 36 meses.

Poderá fazer o requerimento através do serviço Segurança Social Direta, ou da apresentação nos serviços da Segurança Social da área da sede da empresa, do requerimento de dispensa do pagamento de contribuições.

REDUÇÃO DA TAXA CONTRIBUTIVA

As entidades empregadoras podem beneficiar da redução da taxa contributiva, na parte que lhes respeita, no caso de contratarem:

- Jovens à procura do 1.º emprego e desempregados de longa duração;
- Trabalhadores ao seu serviço já vinculados por contrato de trabalho a termo;
- Reclusos em regime aberto.

Existem ainda outras situações que determinam a redução da taxa contributiva, designadamente, as decorrentes da permanência de trabalhadores com pelo menos 65 anos de idade no mercado de trabalho, de celebração de acordos de pré-reforma, da acumulação do exercício de atividade profissional por pensionistas de invalidez e velhice e da contratação de trabalhadores com deficiência.

No que toca aos trabalhadores com deficiência, a redução da taxa incide na parcela respeitante à entidade empregadora. A taxa contributiva que lhes é aplicada é de 11,9%.

Para mais informações sobre este e outros benefícios e apoios, consulte a página oficial do [Instituto de Emprego da Madeira, IP-RAM](#).

Os formulários podem ser obtidos na página oficial da Segurança Social em [Formulários](#) ou em qualquer serviço de atendimento da Segurança Social.”

5.4 BENEFÍCIOS NA CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES

Como forma de dinamizar o mercado de trabalho, foram criados apoios à contratação e à formação de pessoal que se encontra em situação de desemprego e de procura do primeiro emprego, com vista à melhoria das competências profissionais de futuros trabalhadores. Este tipo de ajuda varia consoante a natureza jurídica de cada entidade.

No caso das [entidades privadas](#), os apoios (programas de emprego) existentes são os seguintes:

- Estágios profissionais (EP Privado)
- Medida de Apoio à Integração de Subsidiados (MAIS)
- Programa de Ocupação Temporária de Desempregados (POT)
- ReATIVAR
- Programa de Incentivos à Contratação (PIC)
- Estímulo à Vida Ativa (EVA)
- Formação e Emprego (FE)
- Programa PROJOVEM

No caso de [pessoas coletivas de direito público](#):

- Estágios profissionais (EPAP)
- Medida de Apoio à Integração de Subsidiados (MAIS)
- Programa de Ocupação Temporária de Desempregados (POT)
- Estímulo à Vida Ativa (EVA): Estágio de Integração

No caso de [entidades privadas sem fins lucrativos](#):

- Empresas de inserção
- Programa PROJOVEM (entidades privadas)
- Formação e Emprego (FE) (entidades privadas)

No caso de [pessoa individual](#) em situação de desemprego foram criados programas de apoio com vista à sua reinserção no mercado de trabalho, tais como:

- Criação do próprio emprego
- Estágios Profissionais na Europa (EP Europa)
- Rede EURES
- Programa de Estímulo ao Empreendedorismo de Desempregados
- Programa Experiência Jovem (PEJ)
- Programa PROJOVEM
- Estágios profissionais
- Formação e Emprego (FE)
- Programa de Ocupação Temporária de Desempregados (POT)

5.5 FINANCIAMENTO

O financiamento do investimento é, na maioria dos casos, um dos fatores críticos. Pode fazer a diferença entre investir ou não.

A necessidade e a criatividade têm feito surgir novas formas de viabilizar negócios, umas mais inovadoras que outras, mas todas com o objetivo de tornar possível o negócio. **Crowdfunding ou Financiamento Colaborativo** é um exemplo.

“O Crowdfunding é uma modalidade de investimento onde várias pessoas podem investir pequenas quantias de dinheiro no negócio, geralmente via internet, a fim de dar vida à ideia. É o chamado financiamento colaborativo, que tem vindo a revolucionar o lançamento de startups a nível mundial”. (www.sobreadministracao.com)

A iniciativa começa com o estabelecimento de um montante a atingir sem o qual não é possível viabilizar o projeto. Se tal não se verificar, os montantes arrecadados são restituídos. O site crowdfunding.pt é a plataforma oficial de registo em Portugal, na qual é possível obter mais informação.

Através do [PPL](#) e o [Massivemov](#) pode iniciar o financiamento de um projeto. Se o objetivo for uma rede de apoio mais alargada, poderá recorrer a portais internacionais para conseguir o financiamento. O [Kickstarter](#) é uma das referências mais importantes.

Por outro lado, falando das formas convencionais de financiamento, o **crédito e o microcrédito** surgem como as principais ferramentas ao alcance do investidor. O que os diferencia é fundamentalmente o valor emprestado. O microcrédito é um empréstimo de valor menor que visa apoiar o espírito empreendedor, de modo a que uma boa ideia de negócio não deixe de se concretizar por ausência de financiamento. São valores que visam sobretudo tornar possível o arranque do negócio.

O microcrédito destina-se a desempregados inscritos no centro de emprego, jovens à procura do 1º emprego e trabalhadores independentes com rendimentos inferiores ao salário mínimo nacional. O investidor não pode contudo recorrer a esta forma de financiamento se se encontrar numa das seguintes situações: prestações em falta, cheques sem provisão ou estar na lista negra do Banco de Portugal.

Poderá encontrar mais informação no site da [Associação Nacional de Direito ao Crédito](#).

Pode ser necessário recorrer a crédito para suportar a parte não financiada em caso de recurso a apoios comunitários. Segue-se alguma informação sobre os apoios europeus.

5.6 APOIOS EUROPEUS

O Programa Operacional Madeira 14-20 é um dos principais instrumentos ao qual

O Programa Operacional Madeira 14-20 é um dos principais instrumentos ao qual o investidor deve estar particularmente atento.

Este programa está estruturado em 12 eixos prioritários:

- Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação;
- Melhorar o acesso às tecnologias da informação e da comunicação, bem como a sua utilização e qualidade;
- Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas (PME);
- Apoiar a transição para uma economia de baixo teor de carbono em todos os setores;
- Proteger o ambiente e promover a eficiência de recursos;
- Promover transportes sustentáveis e eliminar estrangulamentos nas redes de infraestruturas;
- Promover o emprego e apoiar a mobilidade laboral;

- Promover a inclusão social e combater a pobreza;
- Investir em competências, educação e aprendizagem ao longo da vida;
- Reforçar a capacidade institucional e a eficiência da administração pública;
- Sobrecustos da Ultraperiféricidade;
- Assistência Técnica

Os apoios previstos no programa Madeira 14-20 podem constituir a mola impulsadora do seu negócio.

Segue-se a referência aos principais apoios disponíveis, informação que pode completar através do [Instituto de Desenvolvimento Regional](#) (IDR) e do [Instituto de Desenvolvimento Empresarial](#) (IDE).

APOIOS	PARA EFEITOS DE CRIAÇÃO	PARA EFEITOS DE REVITALIZAÇÃO
EMPREENDER 2020	Fomentar o investimento privado e a criação de emprego materializados em projetos assentes no binómio inovação-produto	Renovar a base económica regional através de estímulos à inovação e às iniciativas empreendedoras
INTERNACIONALIZAR 2020	Criar condições para a internacionalização e expansão de mercado para as empresas regionais, promovendo a sua notoriedade e competitividade	Capacitar o tecido empresarial regional para aproveitamento das oportunidades e desafios económicos nos mercados internacionais, numa realidade global cada vez mais exigente
VALORIZAR 2020	Dinamizar a produção de novos bens e serviços e estimular a adoção de novos, ou significativamente melhorados, processos ou métodos de fabrico, logística e distribuição, bem como métodos organizacionais ou de marketing	Promover a qualificação das estratégias empresariais e desenvolver ações orientadas para a melhoria da capacidade competitiva das empresas regionais de modo a acrescentarem valor aos seus processos, bens e serviços, consolidando assim o seu crescimento económico
FUNCIONAMENTO 2020	Pretende esbater os custos associados à região ultraperiférica e no impacto que esta realidade tem na sustentabilidade das empresas	Tornar as empresas mais competitivas, minorando o ónus de pertencerem a uma região insular e nos custos inerentes a esta condição
INOVAR 2020	Trazer inovação e acrescentar valor nas empresas regionais na cadeia de mercado internacional	Aumento da inovação, ao nível do produto ou serviço nas empresas regionais, bem como dos seus processos, dinamizando a sua competitividade
PROCIÊNCIA 2020	Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação, através do desenvolvimento de produtos e serviços da transferência de tecnologia e da aplicação da mesma em ações de interesse público.	Promoção da especialização inteligente, da investigação tecnológica aplicada, da capacidade avançada de produção e da difusão de tecnologias.
IFRRU 2020	Incrementar a revitalização urbana em áreas geográficas específicas, as Áreas de Reabilitação Urbana, promovendo o bom ambiente urbano e a conservação e rentabilização do edificado	Incentivar a reabilitação e a renovação urbana, através deste instrumento financeiro, promovendo a reabilitação/renovação de edifícios e a sua capacitação na eficiência energética, assim como de novos usos (habitação, atividades económicas e equipamentos coletivos)
INTERREG	Cooperação inter-regional, o seu foco e implementação temáticas modalidades	Cooperação inter-regional, o seu foco e implementação temáticas modalidades
PROGRAMA MAC	Pretende criar sinergias para reforço dos laços económicos, sociais e culturais das regiões MAC, das dificuldades inerentes à sua condição insular e afirmação da sua identidade dentro do espaço da UE	Estimular e aumentar o espaço natural de influência socioeconómica e cultural, permitindo a cooperação com espaços geográficos próximos, tais como, Cabo Verde, Senegal e Mauritânia
Instrumento PME (SME Instrument)	O SME instrument pretende dar resposta às necessidades de financiamento de PME e de jovens empreendedores orientados na implementação de ideias com potencial e risco elevado. Destina-se a apoiar projetos de dimensão europeia que conduzam a mudanças radicais na forma como os negócios são feitos (produtos, processos, serviços, marketing, etc)	Dinamizar PMEs com grande potencial de inserção em novos mercados, com ritmo de crescimento acelerado e com elevado retorno financeiro. Gerar um grupo de empresas inovadoras, campeãs de crescimento em todos os sectores

5.7 PROGRAMAS ESPECÍFICOS DE REVITALIZAÇÃO

5.7.1 SISTEMA DE RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS POR VIA EXTRAJUDICIAL (SIREVE)

“O SIREVE é um procedimento que visa promover a recuperação extrajudicial das empresas, através da celebração de um acordo entre a empresa e todos ou alguns dos seus credores, que representem no mínimo 1/3 do total das dívidas da empresa, e que viabilize a recuperação da situação financeira da empresa.”

A unidade de gestão deste projeto é o [IDE](#), IP-RAM, de acordo com o Decreto Legislativo Regional n.º 20/2013/M, de 17 de junho.

5.7.2 PROCESSO ESPECIAL DE REVITALIZAÇÃO (PER)

“É um instrumento alternativo à insolvência, que dá a possibilidade às empresas em situação económica difícil e em insolvência iminente de estabelecer negociações com os seus credores, tendentes à revitalização da sua atividade.

Afirma-se como uma solução de reestruturação empresarial, de modo a proteger a sua capacidade produtiva e os seus postos de trabalho, com manutenção da atividade e suspensão das cobranças de créditos durante o processo negocial e de viabilização do plano de recuperação pelos credores”.

Para mais informações aceder ao [IAPMEI](#).



LICENCIAMENTO

ESTÃO EM CURSO ALTERAÇÕES DECORRENTES DA IMPLEMENTAÇÃO DO BALCÃO DO EMPREENDEDOR. UMA VEZ CONCLUÍDAS, DARÃO LUGAR À ATUALIZAÇÃO DO PRESENTE GUIA.

É importante que o investidor tenha a noção, ainda que global, dos procedimentos administrativos a que o seu investimento pode estar sujeito. Tais procedimentos variam com a natureza do investimento, mas regra geral, implicam algum tempo e alguns custos que importa considerar no plano de negócio.

b.1 LICENCIAMENTO URBANÍSTICO

Rege-se pelo DLR n.º37/2006/M de 18 de Agosto que adapta à RAM o DL n.º555/99 de 16 de Dezembro. A realização de operações urbanísticas depende de licença, comunicação prévia ou autorização de utilização.

LICENÇA ADMINISTRATIVA (ART. 4.º N.º2 DL N.º 555/99 DE 16 DEZEMBRO)

As operações de loteamento;

As obras de urbanização e os trabalhos de remodelação de terrenos em área não abrangida por operação de loteamento;

As obras de construção, de alteração ou de ampliação em área não abrangida por operação de loteamento ou por plano de pormenor;

As obras de conservação, reconstrução, ampliação, alteração ou demolição de imóveis classificados ou em vias de classificação, bem como de imóveis integrados em conjuntos ou sítios classificados ou em vias de classificação, e as obras de construção, reconstrução, ampliação, alteração exterior ou demolição de imóveis situados em zonas de proteção de imóveis classificados ou em vias de classificação.

Obras de reconstrução das quais resulte um aumento da altura da fachada ou do número de pisos;

As obras de demolição das edificações que não se encontrem previstas em licença de obras de reconstrução;

As obras de construção, reconstrução, ampliação, alteração ou demolição de imóveis em áreas sujeitas a servidão administrativa ou restrição de utilidade pública, sem prejuízo do disposto em legislação especial;

Operações urbanísticas das quais resulte a remoção de azulejos de fachada, independentemente da sua confrontação com a via pública ou logradouros.

As demais operações urbanísticas que não estejam sujeitas a comunicação prévia ou isentas de controlo prévio, de acordo com o Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de dezembro.

A sujeição a licenciamento dos atos de reparcelamento da propriedade de que resultem parcelas não destinadas imediatamente a urbanização ou edificação depende da vontade dos proprietários. (n.º 3 art. 4.º).

COMUNICAÇÃO PRÉVIA (ART.º. 4º N.º4 DL N.º 555/99 DE 16 DEZEMBRO)

As obras de reconstrução das quais não resulte um aumento da altura da fachada ou do número de pisos;

As obras de urbanização e os trabalhos de remodelação de terrenos em área abrangida por operação de loteamento;

As obras de construção, de alteração ou de ampliação em área abrangida por operação de loteamento ou plano de pormenor;

As obras de construção, de alteração ou de ampliação em zona urbana consolidada que respeitem os planos municipais ou intermunicipais e das quais não resulte edificação com cêrcea superior à

altura mais frequente das fachadas da frente edificada do lado do arruamento onde se integra a nova edificação, no troço de rua compreendido entre as duas transversais mais próximas, para um e para outro lado.

A edificação de piscinas associadas a edificação principal;

Nas operações urbanísticas sujeitas a comunicação prévia pode o interessado, no requerimento inicial, optar pelo regime de licenciamento.

A sujeição a licenciamento dos atos de reparcelamento da propriedade de que resultem parcelas não destinadas imediatamente a urbanização ou edificação depende da vontade dos proprietários. (nº3 art.º 4º)

Está sujeita a autorização a utilização dos edifícios ou suas frações, bem como as alterações da utilização dos mesmos. (nº5 art.º 4º)

Nas operações urbanísticas sujeitas a comunicação prévia, pode o interessado, no requerimento inicial, optar pelo regime de licenciamento.(nº 6 art.º 4º).

AUTORIZAÇÃO DE UTILIZAÇÃO

(ART. 4.º N.º 5 DL N.º 555/99 DE 16 DE DEZEMBRO)

Está sujeita a autorização a utilização dos edifícios ou suas frações, bem como as alterações da utilização dos mesmos.

ISENÇÃO DE CONTROLO PRÉVIO

(ARTIGO 6.º DL N.º 555/99 DE 16 DE DEZEMBRO)

As obras de conservação;

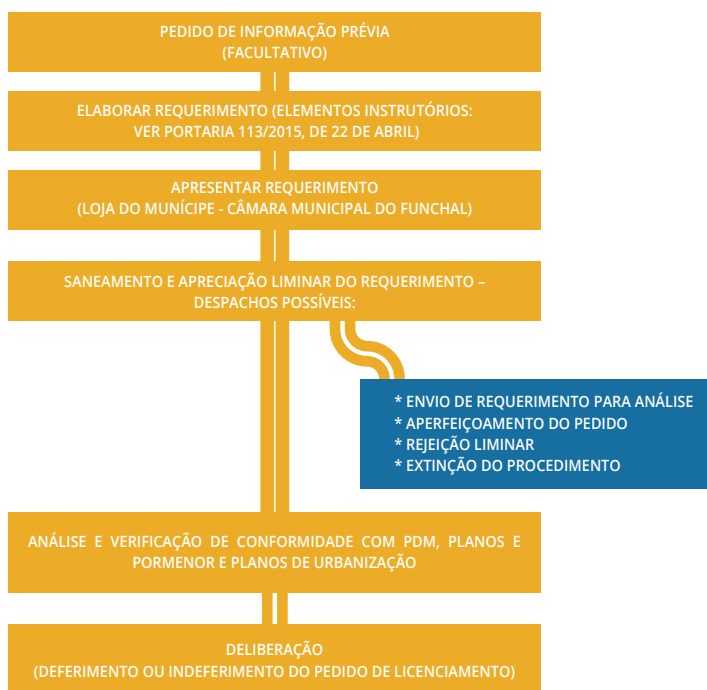
As obras de alteração no interior de edifícios ou suas frações que não impliquem modificações na estrutura de estabilidade, das cêrceas, da forma das fachadas e da forma dos telhados ou coberturas ou que não impliquem a remoção de azulejos de fachada, independentemente da sua confrontação, com a via pública ou logradouro;

As obras de escassa relevância urbanística;

Os destaques referidos nos nº 4 e 5 do art 6º DL 555/99 de 16 Dezembro

Os procedimentos a adotar estão sintetizados no esquema seguinte.

PROCEDIMENTOS DO LICENCIAMENTO URBANÍSTICO



b.2 LICENCIAMENTO TURÍSTICO

b.2.1 EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

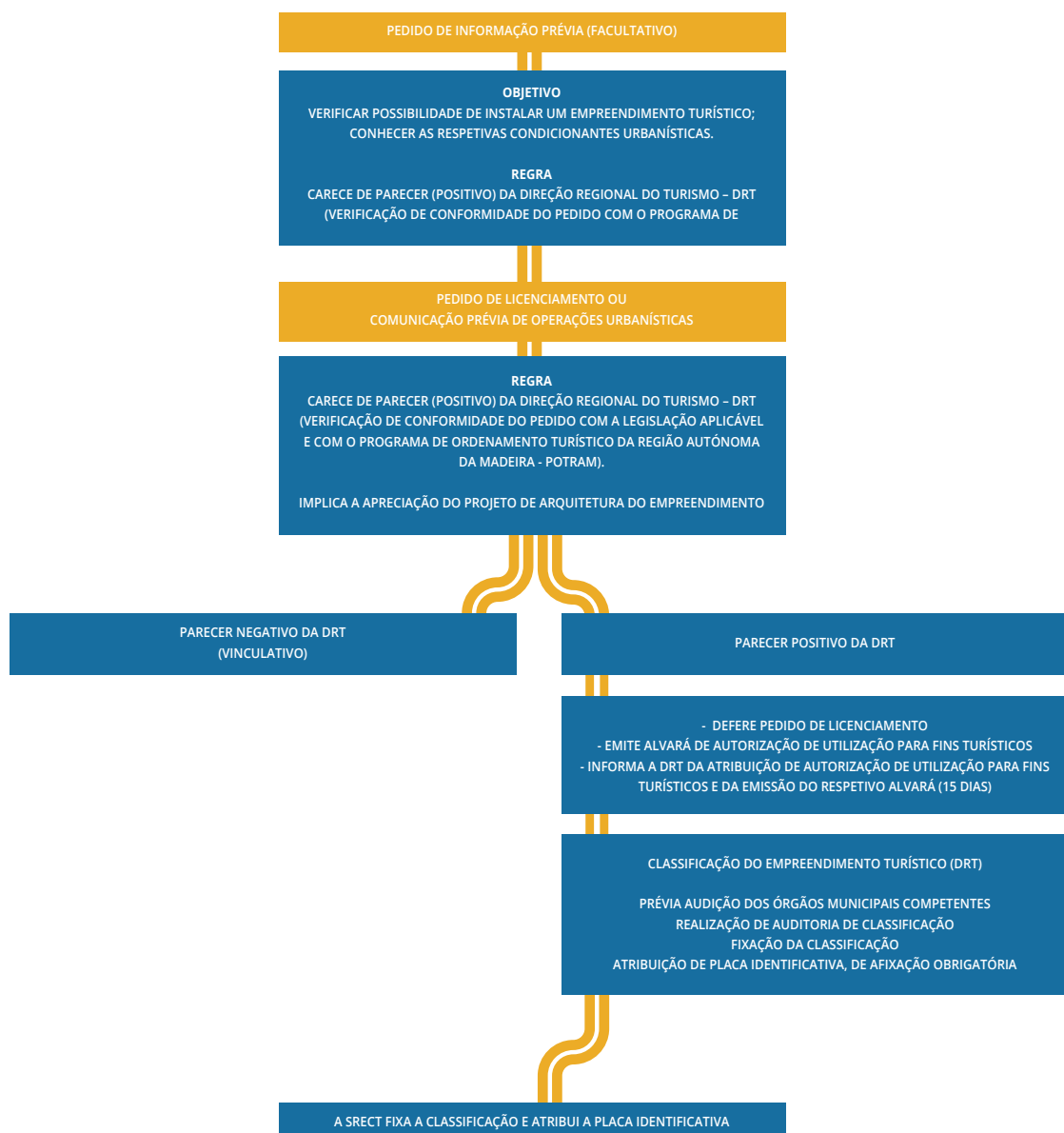
Rege-se pelo DLR n.º 12/2009/M, de 6 de maio, que adapta à Região Autónoma da Madeira o DL 39/2008, de 7 de março.

Está também sujeito ao Regime de Urbanização e da Edificação (DL 555/99, de 16 de dezembro), sempre que esteja envolvida a realização das operações urbanísticas aí previstas.

EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS
1º- Estabelecimentos Hoteleiros Hotéis // Hoteis - Apartamentos // Pousadas
2º- Quintas da Madeira
3º- Aldeamentos Turísticos
4º- Apartamentos Turísticos
5º- Conjuntos Turísticos (Resorts)
6º- Empreendimentos de Turismo de Habitação
7º- Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural Casas de Campo // Agroturismo // Hotéis Rurais
8º- Parques de campismo e caravanismo

A figura que se segue faz a síntese dos procedimentos inerentes ao licenciamento dos empreendimentos turísticos.

PROCEDIMENTO DO LICENCIAMENTO TURÍSTICO (RJET – REGIME JURÍDICO DOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS E DLR Nº 12/2009M DE 6 DE MAIO)



b.2.2 ATIVIDADE DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA

O Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, estabelece o regime de acesso e de exercício da atividade das empresas de animação turística e dos operadores marítimo-turísticos.

Este diploma foi adaptado à Região Autónoma da Madeira pelo Decreto Legislativo Regional n.º 10/2017/M, de 12 de abril.

As atividades de animação turística enquadram-se nas seguintes modalidades:

Turismo de ar livre/turismo de natureza e aventura

Turismo cultural/touring paisagístico e cultural

ATIVIDADES DE TURISMO TURISMO DE NATUREZA E AVENTURA

Caminhadas e outras atividades pedestres;

Atividades de observação da natureza (rotas geológicas, observação de aves, observação de cetáceos e similares);

Atividades de orientação (percursos, geocaching, caças ao tesouros e similares);

Montanhismo;

Escalada em parede natural e em parede artificial;

Canyoning, coasteering e similares;

Espeleologia;

Arborismo e outros percursos de obstáculos (com recurso a manobras com cordas e cabos de aço como rapel, slide, pontes e similares);

Paintball, tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares;

Passeios e atividades em bicicleta (btt e cicloturismo), em segway e similares;

Passeios e atividades equestres, em atrelagens de tração animal e similares;

Passeios em todo o terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, kartcross e similares);

Atividades em veículos não motorizados como gokarts, speedbalance e similares;

Passeios de barco, com e sem motor;

Canoagem e rafting em águas calmas e em águas bravas;

Natação em águas bravas (hidrospeed);

Vela, remo e atividades náuticas similares;

Surf, bodyboard, windsurf, kitesurf, skimming, standup paddle boarding e similares;

Pesca turística, mergulho, snorkeling, e similares;

Balonismo, asa delta com e sem motor, parapente e similares;

Experiências de paraquedismo;

Atividades de Teambuilding (quando incluam atividades de turismo de ar livre);

Atividades de Sobrevivência;

Programas multiatividades (quando incluam atividades de turismo de ar livre).

ATIVIDADES DE TURISMO CULTURAL / TOURING PAISAGÍSTICO E CULTURAL

Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (por exemplo, Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial);

Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, enogastronómicas e similares — por exemplo: vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortiçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho);

Visitas guiadas a museus, monumentos e outros locais de interesse patrimonial;

Jogos populares e tradicionais.

ATIVIDADES MARÍTIMO-TURÍSTICAS

Passeios marítimo-turísticos;

Aluguer de embarcações com tripulação;

Aluguer de embarcações sem tripulação;

Serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo;

Pesca turística;

Serviços de natureza marítimo-turística prestados mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas e sem meios de propulsão próprios ou selados;

Aluguer ou utilização de motas de água e de pequenas embarcações dispensadas de registo;

Outros serviços, designadamente os respeitantes a serviços de reboque de equipamentos de carácter recreativo, tais como bananas, paraquedas, esqui aquático.

Requisitos de acesso à atividade

O acesso e o exercício da atividade de animação turística dependem de:

Inscrição no Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT), realizada por mera comunicação prévia (preencher formulário disponível no Balcão do Empreendedor e no sítio da Internet do Turismo de Portugal, I.P.);

Contratação dos seguros obrigatórios ou dos seguros, garantias financeiras ou instrumentos equivalentes, nos termos dos artigos 27.º a 28.º-A do Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio.

Nota: O exercício de atividades de animação turística fica sujeito a comunicação prévia com prazo, quando o requerente pretenda obter o reconhecimento das suas atividades como turismo de natureza, o que significa que a empresa não poderá iniciar atividade sem o pedido ser deferido ou decorrido o prazo de 20 dias úteis.

O formulário de mera comunicação prévia contém:

Identificação do interessado;

Localização da sede (caso se trate de pessoa coletiva) e dos estabelecimentos em território nacional;

Localização do domicílio (caso se trate de pessoa singular), e dos estabelecimentos em território nacional;

Indicação do nome adotado para o estabelecimento e de marcas que a empresa pretenda utilizar;

Indicação das atividades de animação turística que a empresa pretenda exercer, especificando, no caso das atividades marítimo-turísticas, as modalidades a exercer;

Indicação do interesse em obter o reconhecimento de atividades como turismo de natureza, quando se verifique.

Documentos necessários ao preenchimento e submissão deste formulário:

Código de acesso à certidão permanente de registo comercial (caso se trate de pessoa coletiva);

Cópia simples da declaração de início de atividade (caso se trate de pessoa singular);

Indicação do número de registo, na autoridade competente, das marcas a utilizar na exploração da atividade.

Cópia simples das apólices de seguro obrigatório e comprovativo do pagamento do prémio ou fração inicial, ou comprovativo de contratação e validade dos seguros, garantias financeiras ou instrumentos equivalentes nos termos dos artigos 27.º e 28.º, quando aplicável;

Programa detalhado das atividades a desenvolver, com indicação dos equipamentos a utilizar;

Declaração de compromisso em como os equipamentos e as instalações, quando existam, satisfazem os requisitos legais;

Documentos previstos no artigo 20.º (turismo de natureza) e na Portaria n.º 651/2009, de 12 de junho, quando se pretenda o reconhecimento de atividades como turismo de natureza;

Comprovativo do pagamento das taxas a que se refere o artigo 16.º, nos casos em que sejam devidas.

Regularmente recebida a mera comunicação prévia por via eletrónica é automaticamente enviado um recibo de receção ao remetente, o qual pode iniciar a sua atividade, desde que se encontrem pagas as taxas a que se refere o artigo 16.º, quando devidas.

As empresas de animação turística e os operadores marítimo-turísticos devem dispor de livro de reclamações.

b.2.3 AGÊNCIAS DE VIAGEM E TURISMO

As condições de acesso e exercício da atividade das agências de viagens e turismo são determinadas pelo Decreto-Lei n.º 17/2018, de 8 de março.

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PELAS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO

A título principal (artigo 3.º, n.º 1):

A organização e venda de viagens organizadas e a facilitação de serviços de viagem conexos, quando o facilitador receba pagamentos do viajante, respeitantes aos serviços prestados por terceiros;

A representação de outras agências de viagens e turismo, nacionais ou estrangeiras, bem como a intermediação na venda dos respetivos produtos;

A reserva de serviços em empreendimentos turísticos e em estabelecimentos de alojamento local;

A venda de bilhetes e reserva de lugares em qualquer meio de transporte;

A receção, transferência e assistência a turistas.

A título acessório (artigo 3.º, n.º 2):

A obtenção de certificados coletivos de identidade, vistos ou outros documentos necessários à realização de uma viagem;

A organização de congressos e de eventos semelhantes;

A reserva e a venda de bilhetes para espetáculos e outras manifestações públicas;

A realização de operações cambiais para uso exclusivo dos clientes, de acordo com as normas reguladoras da atividade cambial;

A intermediação na celebração de contratos de aluguer de veículos de passageiros sem condutor;

A comercialização de seguros de viagem e de bagagem em conjugação e no âmbito de outros serviços por si prestados, sem prejuízo do previsto no diploma que regula as condições de acesso e de exercício da atividade de mediação de seguros ou de resseguros;

A venda de guias turísticos e de publicações semelhantes;

O transporte turístico efetuado no âmbito de uma viagem turística, nos termos definidos no artigo 13.º;

A prestação de serviços ligados ao acolhimento turístico, nomeadamente a organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de relevante interesse turístico.

Requisitos de acesso à atividade

O acesso e o exercício da atividade das agências de viagens e turismo dependem de:

Inscrição no Registo Nacional das Agências de Viagens e Turismo (RNAVT), realizada por mera comunicação prévia (preencher formulário disponível no balcão único eletrónico, o Balcão do Empreendedor);

Subscrição do Fundo de Garantia de Viagens e Turismo (FGVT), de acordo com o artigo 38.º;
Contratação de um seguro de responsabilidade civil, nos termos dos artigos 41.º e 42.º.

O formulário de mera comunicação prévia contém:

Identificação do requerente;

Identificação dos titulares da empresa e os seus administradores ou gerentes (caso se trate de pessoa coletiva);

Localização dos estabelecimentos.

Documentos necessários ao preenchimento e submissão deste formulário:

Código de acesso à certidão permanente de registo comercial (caso se trate de pessoa coletiva);

Cópia simples da declaração de início de atividade (caso se trate de pessoa singular);

Indicação do nome adotado para a agência de viagens e turismo e de marcas que pretenda utilizar, com a identificação do respetivo número de registo na autoridade competente ou com a apresentação de documento comprovativo de autorização de uso da marca, emitido pela entidade detentora;

Cópia simples da apólice do seguro de responsabilidade civil e comprovativo do pagamento do respetivo prémio ou fração inicial, ou comprovativo de subscrição de outra garantia financeira equivalente;

Cópia simples do documento comprovativo da subscrição do Fundo de Garantia de Viagens e Turismo (FGVT), ou da prestação de garantia equivalente noutro Estado-Membro da União Europeia ou do espaço económico europeu;

Comprovativo do pagamento da taxa de inscrição, devida ao Turismo de Portugal, I. P.

Com a receção da mera comunicação prévia por via eletrónica, é automaticamente enviado um recibo de receção ao remetente e designado, pelo Turismo de Portugal, I.P., um gestor de processo a quem compete acompanhar a sua instrução, o cumprimento dos prazos e prestar informações e esclarecimentos ao requerente.

Para mais informações, contactar o [Turismo de Portugal](#).

b.3 LICENCIAMENTO INDUSTRIAL

Nesta matéria, é necessário considerar o Decreto-Lei n.º 73/2015, de 11 de maio, que procede à primeira alteração ao Sistema da Indústria Responsável (SIR) publicado em anexo ao Decreto-Lei n.º 169/2012, de 1 de agosto.

O licenciamento da atividade industrial na RAM é efetuado de acordo com o Decreto Legislativo Regional n.º 28/2009/M, de 25 de setembro, alterado e republicado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 8/2013/M, de 18 de fevereiro e tem como objetivo prevenir os riscos e inconvenientes resultantes da exploração dos estabelecimentos industriais, visando salvaguardar a saúde pública e dos trabalhadores, a segurança de pessoas e bens, a higiene e segurança dos locais de trabalho, a qualidade do ambiente e um correto ordenamento do território, num quadro de desenvolvimento sustentável e de responsabilidade social das empresas.

Os estabelecimentos industriais estão classificados em três tipos:

TIPO 1

Avaliação de Impacte Ambiental (AIA);

Prevenção e o controlo integrados da poluição (PCIP);

Prevenção de acidentes graves que envolvam substâncias perigosas (PAG);

Operações de gestão de resíduos que careça de vistoria prévia;

Atividade agroalimentar que utilize matéria-prima de origem animal não transformada, atividade que envolva a manipulação de subprodutos de origem animal ou atividade de fabrico de alimentos para animais que careça de atribuição de número de controlo veterinário ou de número de identificação individual, nos termos da legislação aplicável.

TIPO 2

Quando não incluídos no tipo 1 e que se encontram abrangidos por, pelo menos uma, das seguintes circunstâncias:

Regime do comércio europeu de licenças de emissão de gases com efeito estufa (CELE);

Necessidade de obtenção de alvará para realização de operação de gestão de resíduos que dispense vistoria prévia.

TIPO 3

Todos os estabelecimentos não incluídos no tipo 1 e 2.

A instalação e exploração de um estabelecimento industrial deste tipo está sujeita a um procedimento de mera comunicação prévia.

b.4 LICENCIAMENTO COMÉRCIO, SERVIÇOS E RESTAURAÇÃO

Para o licenciamento de atividades de comércio, serviços e restauração, deverá considerar o disposto no Regime Jurídico de Acesso e Exercício de Atividades de Comércio, Serviços e Restauração (RJACSR), segundo o Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro, na sua versão atualizada. Este diploma foi adaptado à Região Autónoma da Madeira, através do Decreto Legislativo Regional n.º 30/2016/M, de 18 de julho.

Para o licenciamento de uma atividade de comércio, serviços e restauração o investidor terá de ter em atenção o seguinte:

Se está perante um espaço novo é necessário saber se o espaço reúne as condições necessárias para a atividade pretendida;

No caso de tratar-se um espaço já licenciado é preciso ter em atenção se o mesmo possui um título válido para a atividade pretendida.

Verifique sempre na Câmara Municipal se o local tem uma licença adequada para o negócio.

No caso de existir título válido para a atividade pretendida, e se se tratar de uma atividade abrangida pelo RJACSR, é necessário proceder ao preenchimento da Mera Declaração Prévia.

No caso de não existir título válido e/ou precisar de realizar obras, terá de recorrer a um técnico habilitado que verificará se se trata de:

- Obras sujeitas a licenciamento;
- Obras sujeitas a comunicação prévia;
- Obras isentas de controlo prévio.

Quanto ao procedimento, segue o descrito no ponto 6.1 Licenciamento Urbanístico. Depois de concluídas as obras, é necessário o preenchimento da mera comunicação prévia, caso se trate de atividade abrangida pelo RJACSR.”

Para mais informações: [IAPMEI](#) e [Direção Regional da Economia e Transportes](#).

RESOLUÇÃO DE CONFLITOS



Ao estabelecer-se uma relação contratual, há sempre a possibilidade de nem tudo decorrer como previsto, ou existir mesmo incumprimento deliberado de uma das partes. Para a resolução desses conflitos, existem instâncias próprias, as quais são referidas nos pontos seguintes.

7.1 TRIBUNAIS JUDICIAIS

Os tribunais são órgãos de soberania, responsáveis pela administração da justiça em nome do povo. Incumbe aos Tribunais Judiciais assegurar a defesa dos direitos e interesses legalmente protegidos, reprimir a violação da legalidade democrática e dirimir os conflitos de interesses públicos e privados. No nosso regime democrático, os tribunais são independentes e autónomos e são o único órgão de soberania não eleito, estando apenas sujeitos à lei.

Os Tribunais Judiciais estão divididos em três instâncias de diferentes graus hierárquicos, temos o Supremo Tribunal de Justiça (instância superior), o Tribunal da Relação (2ª instância) e o Tribunal de Comarca (1ª instância), sendo que os litígios devem de ser intentados nos Tribunais da Comarca, exceto nas situações legalmente previstas.

7.2 RESOLUÇÃO ALTERNATIVA DE LITÍGIOS

A justiça pode ser alcançada através de outras formas que não pela via judicial. A resolução alternativa de litígios (RAL) é o conjunto de procedimentos de resolução de conflitos alternativos aos meios judiciais que permitem sair da alçada do tribunais e resolver litígios de uma forma mais célere, a custos reduzidos, onde é usada uma linguagem mais acessível e as partes sentem-se parte efetiva de todo o processo, já que são elas que vão chegar à resolução do litígio.

A título de exemplo, para resolução extrajudicial de conflitos de consumo, pode consultar a Lei n.º 144/2015, de 8 de setembro.

7.2.1 MEDIAÇÃO

Em Portugal é a Lei n.º29/2013, de 19 de abril que estabelece os princípios gerais aplicáveis à mediação, bem como os regimes jurídicos da mediação civil e comercial, dos mediadores e da mediação pública. Esta lei vem dar cumprimento a uma Diretiva específica da União Europeia para a Mediação que é a Diretiva 2008/52/CE de 21 de maio de 2008.

A mediação pode ser definida como um processo de resolução de conflitos voluntário, extrajudicial, através do qual uma ou ambas as partes modificam as suas exigências até alcançarem um compromisso aceitável para ambos.

Na negociação, cabe a uma terceira pessoa (mediador) trazer os meios e os mecanismos para as partes chegarem a um consenso. Na negociação, o negociador tem um papel ativo, tendo de apresentar alternativas e soluções para rápida e eficazmente chegarem a um consenso. Tratando-se de um processo voluntário, podem as partes em qualquer momento desistir do procedimento.

7.2.2 ARBITRAGEM

De acordo com a Lei n.º 63/2011, de 14 de dezembro (Lei da Arbitragem Voluntária), desde que por lei especial não esteja submetido exclusivamente aos tribunais do Estado ou a arbitragem necessária, qualquer litígio respeitante a interesses de natureza patrimonial pode ser cometido pelas partes, mediante convenção de arbitragem, à decisão de árbitros (artigo 1.º, n.º 1).

O processo arbitral termina quando for proferida a sentença final ou quando for ordenado o encerramento do processo pelo tribunal arbitral.

7.2.3 JULGADOS DE PAZ

Os Julgados de Paz foram criados em 2001 pela Lei 78/2001, de 13 de julho, iniciando a sua atividade no ano de 2002. São tribunais extrajudiciais que praticam uma justiça alternativa, muito marcada pela proximidade e pela tentativa de alcançar uma solução por acordo de forma simples, rápida e a custos reduzidos. São tribunais competentes para resolver causas de valor reduzido, excluindo-se as matérias de Direito da Família, Direito das Sucessões e Direito do Trabalho.

Os Julgados de Paz têm competência para apreciar e decidir ações declarativas cíveis, com exceção das que envolvam matérias de direito da família, direito das sucessões e direito do trabalho, cujo valor não ultrapassasse os 15.000,00€.

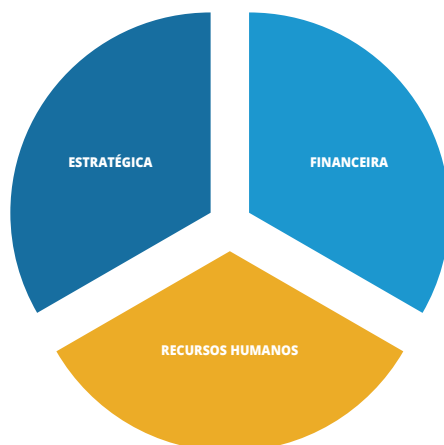
Na RAM foi criado a 22 de dezembro de 2009, os Julgados de Paz, situado na Rua dos Ilhéus n.º1-C, 9000-176 Funchal, que surgiram por uma parceria entre o Município do Funchal e o Ministério da Justiça, abrangem todas as freguesias do Concelho do Funchal e do Concelho de Câmara de Lobos. Funciona de segunda a sexta das 10 às 18 horas e não tem férias judiciais.



**BOAS PRÁTICAS
DE GESTÃO**

8.1 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

A sustentabilidade empresarial passa por colocar a tónica da gestão em **três componentes essenciais** da empresa:



A estratégica, porque sem ela a empresa não tem identidade e não se diferencia da concorrência;

A financeira porque é do equilíbrio financeiro que depende a sobrevivência da própria empresa;

A humana porque é ela que faz funcionar a empresa.

A sustentabilidade empresarial resulta ainda de um conjunto de práticas ambientalmente corretas. Tal como o apoio a causas sociais, a preservação ambiental gera no consumidor uma perceção positiva, sendo que os estudos demonstram que os consumidores cada vez mais optam por produtos e serviços de empresas com boas políticas sociais e ambientais. Acresce o facto, das próprias empresas beneficiarem fiscalmente por via de medidas sociais e ambientais que implementam.

São várias as medidas que uma empresa pode implementar na **defesa do ambiente**:

Usar sistemas de tratamento e reaproveitamento da água;

Utilização racional da água e da energia elétrica;

Reciclagem do lixo sólido;

Reutilização de sobras de material;

Respeito total pelas leis do ambiente;

Sempre que possível, utilizar fontes de energia limpa e renovável;

Não poluir o solo com produtos químicos ou qualquer outro material poluente; Usar materiais recicláveis para a confeção de embalagens dos produtos. Usar sacos biodegradáveis;

Enaltecer a segurança dos produtos;

Melhorar o valor nutricional dos produtos;

Melhorar embalagens e rótulos;

Adequação dos produtos às especificações ecológicas.

Ao nível da **política social** e de envolvimento com a comunidade, destacam-se:

Melhoria do relacionamento entre a comunidade e as instituições governamentais;

Doações em dinheiro, produtos, serviços ou tempo de trabalho dos colaboradores;

Patrocínios de projetos de saúde pública;

Patrocínios a programas de ocupação dos tempos livres da comunidade;

Cooperação em projetos comunitários (centros de reciclagem, assistência a catástrofes, renovação urbana, etc.)

Criação de projetos educacionais voltados para a preservação do meio ambiente.

Adoção de projetos que visem o desenvolvimento educacional e cultural da comunidade em que a empresa está inserida;

Implementação e monitorização do programa de prevenção a poluição.

As **práticas justas** são outras formas de gestão a incentivar:

Emprego e progressão na carreira para mulheres e minorias;

Emprego e progressão na carreira para indivíduos com “desvantagens” (deficientes; ex-presidiários; ex-toxicodependentes; desempregados de longa duração; etc.);

Não utilização, em hipótese alguma, de trabalho infantil, forçado ou escravo;

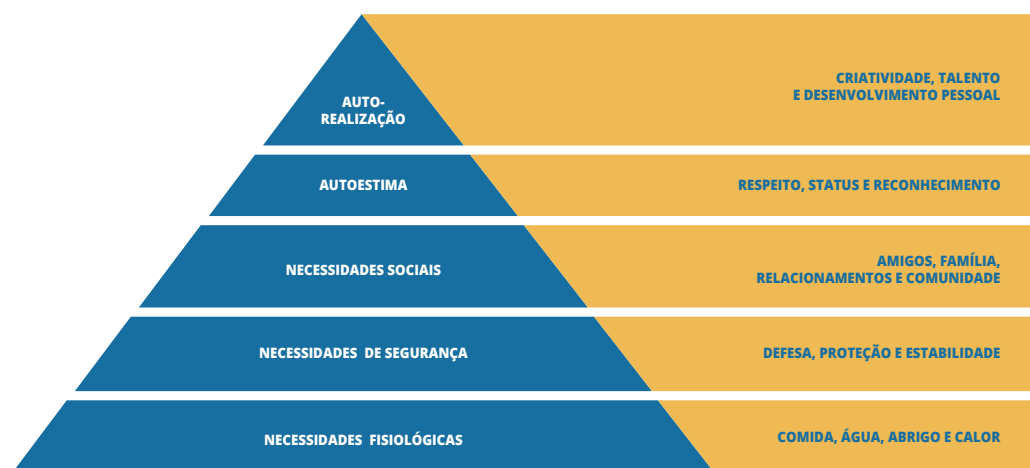
Não utilização de formas de discriminação (sexo, raça, cor, religião, opção sexual e etc.) nos processos de seleção de colaboradores. Respeitar os princípios de igualdade de direitos no processo seletivo;

Respeito pelas leis do trabalho;

8.2 MOTIVAÇÃO DOS COLABORADORES

Um dos maiores desafios para a gestão moderna é a motivação dos colaboradores.

Abaixo serão apresentadas algumas teorias sobre a motivação de recursos humanos para consideração do leitor.



A **pirâmide das necessidades de Maslow** estrutura as necessidades de um recurso humano, associando a motivação diretamente à satisfação das mesmas. Consideremos a figura abaixo:

Esta representa, segundo Maslow, a hierarquia das necessidades de um recurso humano. Quanto mais níveis forem satisfeitos, maior será a motivação de um recurso humano.

Outra teoria é a considerar a da equidade de J. Stacy Adams. Nesta, o colaborador só se sentirá motivado se sentir que o ambiente de trabalho é justo e promove a igualdade entre recursos na mesma posição sejam estes colegas (**equidade interna**) ou pessoas que exercem funções semelhantes em outras organizações (**equidade externa**).

8.3 GESTÃO DE CLIENTES

Um cliente fidelizado rende, por norma, mais do que um cliente recém-chegado. Este princípio deve orientar a estratégia empresarial.

Atrair novos clientes é sempre um objetivo perseguido pelas empresas. Muitos recursos são empregues na prossecução desta meta. É, normalmente, descurado a manutenção dos clientes atuais. O trabalho de uma empresa não acaba com a atração de clientes. É preciso gerir de uma forma mais proveitosa as relações que já se forma estabelecidas.

Seguem abaixo algumas dicas sobre como fazê-lo:

Manter a informação recolhida organizada e facilmente consultável. A informação é um dos recursos mais valiosos no paradigma empresarial. Manter informação atualizada acerca dos clientes contribuirá para a implementação de estratégias futuras.

Privilegiar o micro marketing e o contacto individual. O contacto individual exige um contato profundo do cliente, daí a importância do ponto anterior. O contacto individual, personalizado e informado permitirá alcançar o cliente de uma forma mais eficaz, contribuindo para a maximização dos resultados da abordagem.

8.4 CONTROLO DE OBJETIVOS

A definição de objetivos é primordial para a aplicação de uma estratégia empresarial. Estes são a operacionalização da mesma. É, por isso, importante controlar os resultados obtidos.

A definição, o cumprimento e a reanálise de objetivos constituem um dos processos precursores do sucesso empresarial.

O controlo de gestão é uma ferramenta a considerar, seja ela efetuada por mecanismos internos de controlo criados para o efeito, seja ela alcançada através da contratação de um organismo externo especializado.

8.5 ANÁLISE PERIÓDICA DA EMPRESA

O futuro da empresa depende das ações equacionadas no presente. As mesmas devem sempre ser informadas e refletir o processo de avaliação e criação de soluções.

É preciso avaliar periodicamente o rumo da empresa e o sucesso das suas práticas empresariais. Não existem casos iguais, mas sugerimos que considere as afirmações abaixo:

Um produto ou serviço não pode ser estático, não pode parar no tempo.

Os desejos, necessidades e intenções de um segmento de mercado mudam constantemente.

Novos conceitos e nichos de mercado emergem frequentemente no mercado. Surgem sempre novas necessidades que precisam de soluções.

Novos meios de comunicação emergem. A adaptação às novas tecnologias apresenta-se como essencial nesta era digital.

FAQ'S



1 COMO POSSO PROTEGER OU REGISTRAR A MINHA IDEIA?

O registo e a proteção da marca, patente, ou *design* é feito no Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Mais informações consultar o site [INPI](#).

2 CUIDADOS A TER NA ESCOLHA JURÍDICA DA EMPRESA A CONSTITUIR?

Depois da decisão de constituir uma empresa, é necessário escolher uma de várias formas jurídicas existentes no território português. Para isso é preciso ter em atenção qual o património a afetar, qual o tipo de responsabilidade, qual o montante a dispensar para o capital social, qual o investimento necessário, se a atividade a exercer é por uma pessoa singular ou com sócios, só depois de decididas estas questões é que se torna possível fazer uma escolha sensata no tipo de empresa a constituir. O conteúdo do presente guia completa esta informação.

3 QUAL É O TIPO DE EMPRESAS MAIS COMUM EM PORTUGAL?

Em Portugal, a empresa mais comum é a Sociedade por Quotas, isto porque a responsabilidade dos sócios é limitada aos bens afetos à empresa. Há uma separação entre o património pessoal e o património da empresa, sendo o risco pessoal menor apesar de um dos sócios poder ser chamado a responder perante os credores pela totalidade do capital. O capital social é no mínimo 1€, o que faz com que se consiga constituir a empresa sem grande esforço financeiro.

4 QUAL É A FORMA MAIS SIMPLES PARA CONSTITUIR UMA EMPRESA?

Empresário em Nome Individual é a forma mais simples para constituir uma empresa e ideal para investimentos reduzidos. Trata-se apenas de iniciar a atividade nas Finanças. O conteúdo do presente guia completa esta informação.

5 ONDE OBTENHO MAIS INFORMAÇÃO SOBRE OS FUNDOS COMUNITÁRIOS?

Para mais informações sobre os fundos, deverá se dirigir à autoridade de gestão dos mesmos, que na RAM é o Instituto de Desenvolvimento Regional, IP-RAM, situado na Travessa do Cabido 16, 9000-715 Funchal, telefone 291 214 000 email: idr@madeira.gov.pt.

6 ONDE POSSO ADQUIRIR O LIVRO DE RECLAMAÇÕES?

O livro de reclamações pode ser adquirido junto da Imprensa Nacional-Casa da Moeda (nas suas lojas físicas ou online), de algumas entidades reguladoras e entidades de controlo de mercado competentes, bem como de algumas associações representativas dos profissionais dos setores de atividades abrangidos que se encontrem autorizadas pela Direção-Geral do Consumidor para esse efeito (como por exemplo a ACIF – CCIM).



**SIGLAS E
ACRÓNIMOS**

AIA - Avaliação de Impacte Ambiental

ARU - Área de Reabilitação Urbana

CAE - Classificação das Atividades Económicas

CAF - Certificado de Admissibilidade de Firma

CC - Cartão de Cidadão

CCP - Código Civil Português

CFE - Centro de Formalidades de Empresas

CIRS - Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares

CIRC - Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas

CRC - Conservatória do Registo Comercial

CT - Código do Trabalho

DIA - Declaração de Impacte Ambiental

DLR - Decreto Legislativo Regional

DPA - Documento Particular Autenticado

SRECT - Secretaria Regional da Economia, Cultura e Transportes

DRT - Direção Regional do Turismo

EASME - Agência de Execução para as Pequenas e Médias Empresas

EFG - Equity Facility for Growth (Mecanismo de Capital Próprio para o Crescimento)

EIA - Estudo de Impacte Ambiental

EIRL - Estabelecimento Individual de Responsabilidade Limitada

ENI - Empresário em Nome Individual

ETC - European Territorial Cooperation / Cooperação Territorial Europeia

FAQ - Frequently Asked Questions

FEDER - Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

FEI - Fundo Europeu de Investimento

FGVT - Fundo de Garantia de Viagens e Turismo

IDR - Instituto de Desenvolvimento Regional

IMI - Imposto Municipal sobre Imóveis

IMT - Imposto Municipal sobre as Transmissões Onerosas de Imóveis

INE - Instituto Nacional de Estatística

IRC - Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

IRS - Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares

IVA - Imposto Valor Acrescentado

I&D - Investigação e Desenvolvimento

LGF - Loan Guarantee Facility (Mecanismo de Garantia de Empréstimo)

MAC - Madeira, Açores e Canárias

NIF - Número de Identificação Fiscal

PME - Pequenas e Médias Empresas

POMAC - Programa Operacional Madeira, Açores e Canárias

RAL - Resolução Alternativa de Litígios

RAM - Região Autónoma da Madeira

REAI - Regime do Exercício da Atividade Industrial

RNAAT - Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística

RNAV - Registo Nacional de Agências de Viagens e Turismo

RNPC - Registo Nacional de Pessoas Coletivas

ROC - Revisor Oficial de contas

RUP - Regiões Ultraperiféricas

SA - Sociedade Anónima

SC - Sociedade em Comandita

SICAE - Sistema de Informação da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas

SNC - Sociedade em Nome Coletivo

SQ - Sociedade por Quotas

SRARN - Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais

SUQ - Sociedade Unipessoal por Quotas

TOC - Técnico Oficial de Contas