

# JOVEM

**PRO-EMPREENDEDOR**

***Guia Prático***  
***Como criar um Centro Hípico***



***Guia Prático***  
***Como criar um Centro Hípico***



# Índice

<b>1. Avaliar as opções</b> .....	4
1.1. Avaliar as características pessoais como criador de empresas .....	4
1.1.1. Perfil de um empreendedor .....	4
1.1.2. Auto Avaliação .....	6
1.1.3. Criação do “Retrato do Negócio” .....	9
1.2. O processo de criação da própria empresa .....	10
1.2.1. Criar a empresa .....	11
1.2.2. Motivos de fracasso e factores de sucesso de um negócio .....	13
1.2.3. Encontrar Oportunidades de Negócio .....	14
<b>2. Como Criar um centro hípico</b> .....	17
2.1 Aspectos Legais na criação da empresa .....	18
<b>3. Actividades Centro Hípico</b> .....	18
<b>4. Objectivos do negócio</b> .....	20
<b>5. Localização</b> .....	21
<b>6. Processo de Licenciamento</b> .....	21
6.1 Verificação da Viabilidade da Operação .....	22
6.2 Elaboração do Projecto .....	22
6.3 Pedido de Licenciamento da Construção ou Remodelação .....	22
6.4 Construção ou Remodelação .....	22
6.5 Vistoria .....	23
6.6 Licença de Utilização .....	23
6.7 Abertura e Funcionamento .....	23
6.8 Licenciamento no âmbito da Produção Pecuária .....	24
6.9 Licenciamento no âmbito da Animação Turística .....	24
<b>7. Legislação</b> .....	25
<b>8. Investimento inicial</b> .....	26
<b>9. Obstáculos</b> .....	28
<b>10. Prestações mensais</b> .....	28
<b>11. Balanço</b> .....	29
<b>12. Contactos úteis</b> .....	30

## **1. Avaliar as opções**

### **1.1. Avaliar as características pessoais como criador de empresas**

O empreendedor tem sido alvo de imensos estudos nas últimas décadas, inclusive hoje em dia muitos Estabelecimentos de Ensino e Instituições que promovem acções de formação, oferecem cursos nesta área específica de criação de empresas e empreendedorismo. Portanto já se sabe um pouco mais do que é necessário para aperfeiçoar as qualificações de um empreendedor que pretende alcançar mais sucessos que insucessos. Caso deseje criar uma empresa, irá encontrar neste curso, as qualificações básicas para ser um empreendedor de sucesso, assim como os seus atributos.

Além disso poderá analisar o seu potencial e saber quais as áreas a melhor. Por fim nesta primeira parte, irá aprender a criar um mapa de oportunidades de negócio.

#### **1.1.1. Perfil de um empreendedor**

Em primeiro lugar iremos definir o conceito de empreendedor<sup>1</sup> e só depois está apto para continuar o estudo a que se propõe, ou seja, como adquirir mais competências para criar uma empresa.

O empreendedor é alguém que se especializa no julgamento da tomada de decisões, relativas à coordenação de meios escassos no mercado<sup>2</sup>:

- O empreendedor é alguém; por outras palavras, o empreendedor é a pessoa, não a equipa, ou a comitiva, ou a organização. Apenas os indivíduos podem tomar decisões, os grupos corporativos, apenas chegam às decisões através da agregação de votos. Os indivíduos numa comitiva tomam decisões estratégicas para influenciarem outros a votarem neles.

1 Definição extraída da Dissertação de Mestrado “Políticas de Promoção do Espírito Empresarial: Levantamento e análise” (Suzana Alípio, 2007)

2 Definição adaptada do Original “an entrepreneur is someone who specializes in taking judgmental decisions about the coordination of scarce resources”(Mark Casson ,2002:20)<sup>10</sup> Criação de Empresas.

- que se especializa; qualquer pessoa está envolvida na tomada de decisões, numa altura ou noutra, mas isto, não a torna um especialista. O especialista desenvolve a sua função, para seu próprio benefício mas também para beneficiar outros.
- no julgamento da tomada de decisões; o conceito de escolha é central na teoria económica. O julgamento de uma decisão ocorre quando indivíduos diferentes partilham os mesmos objectivos e sob as mesmas circunstâncias, podem tomar diferentes decisões. A diferença ocorre porque eles têm diferentes percepções da situação devido a terem diferente acesso à informação, ou interpretarem-na de maneira diferente. A diferença entre eles não é apenas quantitativa, no sentido em que leva mais tempo, ou envolve um gasto maior de recursos, para tomar a mesma decisão, mas também qualitativa, uma vez que a decisão tomada foi de facto diferente.
- relativas à coordenação; coordenação é um conceito dinâmico, oposto a alocação que é um conceito estático. O conceito de coordenação leva-nos a dizer que o empreendedor é um agente de mudança: ele não está preocupado apenas com a manutenção dos meios (alocados) existentes, mas com o seu melhoramento.
- de meios escassos no mercado; Mises, diz-nos que os meios, sendo escassos, serão primeiramente destinados à consecução dos fins mais altamente valorados e apenas depois à satisfação das restantes necessidades, que são menos urgentemente sentidas.

Ou seja, o empreendedor é aquele que tem uma vocação genuína, para descobrir e avaliar a oportunidade de lucro, empreendendo um comportamento consciente para a aproveitar.

Depois de muita pesquisa, conseguimos resumir as qualidades típicas de um perfil de vencedor:

- apetência para gerar desafios;
- apetência para correr riscos;
- capacidade para resolver problemas;
- necessidade constante de status;
- gozam de resistência física;
- grande nível de autoconfiança;
- necessidade de satisfação pessoal.

Portanto, por outras palavras, podemos dizer que os empreendedores são pessoas inconformadas que procuram constantemente novos desafios, tendem a ser pensadores de longo alcance e concentram os seus esforços mais em visões prospectivas do que

em problemas imediatos. Sabem correr riscos, não têm medo de ir em frente, contudo optam por riscos calculados e por vezes não excessivos. Além disso são líderes inatos e normalmente são eles que identificam os problemas e as suas possíveis soluções que se tornam em oportunidades de negócio.

Os empreendedores geralmente gostam de ser reconhecidos socialmente pelas obras que fazem, e na sua maioria têm muita energia trabalhando por períodos longos e contínuos. Além disso são indivíduos que acreditam nas suas capacidades e lutam para controlarem os seus próprios destinos.

Por fim podemos dizer que são motivados por uma necessidade de satisfação pessoal, o que por vezes dificulta a sua integração em grandes empresas, pois não podem controlar totalmente os projectos onde estão envolvidos.

### **1.1.2. Auto Avaliação**

Hoje em dia existem muitos testes para avaliar as competências pessoais do indivíduo, uns mais criteriosos outros mais descontraídos. Quanto ao perfil do empreendedor, sugerimos a aplicação de um teste muito simples da ANJE que apresentamos em seguida.

Avalia<sup>3</sup> as tuas competências de jovem empreendedor!

#### **1. É uma pessoa com iniciativa própria?**

- Sou, mas normalmente necessito do apoio de outra pessoa para dar o 1º passo. VALE 6
- Sou, quando não me pressionam. Não necessito de explicações para saber como ou quando tenho de começar. VALE 10
- Sou uma pessoa pouco dinâmica. Eu nunca tomo a iniciativa a não ser que seja obrigado. VALE 0

#### **2. Como é o seu relacionamento com as outras pessoas?**

- Normalmente tenho alguma dificuldade em me relacionar com outras pessoas. VALE 0
- Adoro pessoas. Estabeleço rapidamente um bom relacionamento com elas. VALE 10
- Gosto de me relacionar com as outras pessoas, mas demoro algum tempo a consolidar uma relação social. VALE 6

---

3 Fonte: ANJE-Associação Nacional de Jovens Empresários.



### **3. Sabe liderar?**

- Normalmente consigo convencer as pessoas a fazer as coisas, quando as supervisiono. VALE 6
- Normalmente consigo convencer a maior parte das pessoas a concordar comigo sem muita dificuldade. VALE 10
- Normalmente imponho as minhas ideias sobre os subordinados. VALE 0

### **4. É capaz de assumir responsabilidades?**

- Sou capaz, mas prefiro que outras pessoas assumam as responsabilidades. VALE 6
- Gosto de assumir responsabilidades, desde que não impliquem grandes riscos. VALE 0
- Gosto de assumir responsabilidade e de cumpri-las até o fim. VALE 10

### **5. Considera-se uma pessoa organizada?**

- Gosto de estruturar as minhas ideias num plano de acção antes de começar. Geralmente sou eu que dou as orientações. VALE 10
- Sou uma pessoa organizada, mas se as coisas não se complicarem muito desisto. VALE 6
- Normalmente faço as coisas à medida que elas vão aparecendo. VALE 0

### **6. Como é a sua relação com o trabalho?**

- Não sou nenhum fanático do trabalho. VALE 0
- Gosto de trabalhar mas reajo mal à pressão e ao stress. VALE 6
- Acho que trabalhar é um mal necessário. Cumpro com as minhas obrigações. VALE 10

### **7. É capaz de tomar decisões?**

- Sim, quando disponho de bastante tempo para isso. VALE 6
- Normalmente sou rápido a decidir, e geralmente decido correctamente. VALE 10
- Não gosto de tomar decisões. Prefiro que outras pessoas as tomem por mim. VALE 0

### **8. Considera-se uma pessoa persuasiva?**

- Eu procuro ser, mas às vezes faltam-me argumentos. VALE 6
- Sim. Tenho grande capacidade de persuadir as outras pessoas. VALE 10
- Sim. Tenho uma personalidade agressiva que me permite impor as minhas ideias. VALE 0

**9. Considera-se uma pessoa persistente?**

- Sim, quando me decido a fazer uma coisa, não à nada que nada me impeça. VALE 10
- Sim, mas quando as coisas começam a correr mal, deixo de insistir. VALE 0
- Eu geralmente termino o que começo. VALE 613 Criação de Empresas

**10. Costuma anotar e registar informações?**

- Não considero importante anotar nem registar nada, normalmente tenho uma boa capacidade de memória. VALE 0
- Sim, mas entendo que é mais importante fazer o trabalho do que perder tempo com papelada. VALE 6
- Considero que anotar e registar informação é um mal necessário. VALE 10

**Pronto ...****100 pontos**

Excelente. Uma pontuação perfeita. Você é um empreendedor nato. Se não estiver no momento à frente do seu próprio negócio, deve definitivamente começar um - quanto mais cedo melhor. Terá provavelmente um futuro repleto de sucessos.

**91 - 99 pontos**

Muito bom. Você definitivamente tem o que é necessário para ser bem sucedido num negócio próprio. Não hesite, o caminho para o sucesso nos negócios está aberto.

**72 - 90 pontos**

Bom. Tem as qualidades de um empreendedor de sucesso, mas com alguns pontos fracos. Será capaz de suprir os seus pontos fracos, investindo na formação ou aprendendo com alguém que tenha experiência.

**40 - 71 pontos**

Satisfatório. As perspectivas de sucesso para um negócio próprio são questionáveis. Tem alguns pontos fracos que podem obscurecer seus traços positivos. Se mesmo assim quiser continuar com seus planos, certifique-se que vai reunir todas as suas capacidades. Encontrará sérias adversidades no seu percurso empreendedor.

### **40 pontos ou menos**

Insatisfatório. Infelizmente não possui o perfil necessário para ser empreendedor. Aposte na sua valorização das suas competências pessoais e profissionais!<sup>14</sup> Criação de Empresas

Contudo o seu sucesso como empreendedor por conta própria não depende de um factor isolado mas sim de vários aspectos que implicam competências fundamentais em várias áreas tais como, finanças, marketing, vendas, desenvolvimento de produtos e serviços, publicidade e promoção, contabilidade e gestão de pessoal para além do planeamento do negócio.

Portanto sugerimos que faça uma análise às suas próprias capacidades, ou seja identifique os pontos fortes e os pontos fracos, e posteriormente aperfeiçoe os aspectos que considera menos positivos, com o objectivo de obter sucesso nos empreendimentos que deseja levar em frente.

Neste sentido indicamos outros testes<sup>4</sup>, designadamente:

- Teste as suas competências para adquirir ou criar conhecimentos<sup>5</sup>
- Teste as suas competências para motivar os seus colaboradores<sup>6</sup>
- Teste as suas competências como líder<sup>7</sup>
- Teste as suas competências para construir uma carreira de sucesso<sup>8</sup>

### **1.1.3. Criação do “Retrato do Negócio”**

Para escolher o negócio que se adequa às suas necessidades pessoais, deverá em primeiro lugar, analisar o produto, serviço ou a sua combinação, que tem em mente. Portanto comece por uma ideia base e vá dando corpo a essa ideia. Para formalizar o processo de início, terá de criar um retrato inicial do negócio, que irá mais tarde ser a estrutura do seu plano de negócios. Este apresenta o tipo de negócio que pretende criar e um conjunto de questões que poderá não ter as respostas todas no preciso momento em que se encontra.

---

4 <http://www.similarminds.com/jung.html>

5 Fonte: <http://aeiou.expressoemprego.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=2244>

6 Fonte: <http://aeiou.expressoemprego.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=2247>

7 Fonte: <http://aeiou.expressoemprego.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=2344>

8 Fonte: <http://aeiou.expressoemprego.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=224215>

Este deverá ser um documento dinâmico, pois à medida que for adquirindo mais contacto com a ideia poderá actualizá-lo, para que ele reflectia exactamente o que pensa do negócio.

Apresentamos em seguida uma listagem das ONZE QUESTÕES a considerar neste “Retrato do Negócio”:

1. Quais os produtos/serviços que pensa oferecer?
2. Quais são os seus clientes?
3. Quais são os pontos fortes dos seus produtos/serviços?
4. Quais são os pontos fracos dos seus produtos/serviços?
5. Qual a procura do mercado?
6. Quais as vantagens e desvantagens da localização do seu negócio?
7. Qual é o tipo de equipamento e existentes que precisa para o 1º ano?
8. Qual é a sua inovação? Ou seja, os consumidores preferem o seu produto/serviço porquê?
9. Como irá promover os seus produtos/serviços?
10. Como irá financiar o seu investimento inicial e as operações de tesouraria do 1º ano?
11. Possui as competências técnicas e de gestão necessárias para iniciar o seu negócio? Ou terá de subcontratar especialistas? Em que áreas?

### **1.2. O processo de criação da própria empresa<sup>9</sup>**

Iremos nesta parte aprofundar os seus conhecimentos, no sentido de saber quais os motivos que conduzem ao sucesso ou fracasso dos negócios. Serão apresentadas formas de encontrar novas ideias, assim como aperfeiçoar as que já definiu.

---

<sup>9</sup> Fonte: Definição extraída da Dissertação de Mestrado “Políticas de Promoção do Espírito Empresarial: Levantamento e análise” (Alípio, 2007)

### 1.2.1. Criar a empresa

Segundo Bygrave (1995), podem observar-se quatro grandes fases no processo de criação de uma empresa:

- i. A ideia, ou seja, a identificação da oportunidade;
- ii. Decisão de avançar;
- iii. Implementação;
- iv. Crescimento.

A fase inicial do processo de criação de empresas - o reconhecimento da oportunidade - é um dos aspectos da função empresarial mais críticos, sendo talvez um dos processos mais complexos de estudar, porque só pode ser identificado quando já aconteceu, sendo por vezes difícil precisar quando.

Casson (2003), salienta a importância da informação no estímulo à actividade empresarial:

- i. A informação acerca das oportunidades de lucro precisa de ser sintetizada a partir de diferentes fontes;
- ii. A família é uma fonte de informação muito potente. A natureza e a extensão da família, as suas ligações, influenciam as oportunidades que estão disponíveis para o empreendedor;
- iii. O feedback da informação referente às actividades realizadas no passado, é crucial para o sucesso da empresa.

Portanto, assim que o empreendedor esteja convencido de que o negócio tem potencialidades e existe viabilidade pessoal, surge a decisão de avançar. Nesta fase, o empreendedor "negoceia" com o mercado, a sua mudança de estado, sendo fundamentais para esse processo de negociação os factores exógenos (insatisfação, perda de emprego, motivação, grau de envolvimento e risco), os factores intrínsecos (educação, idade e sexo), e os factores da envolvente (concorrência, recursos disponíveis, política orçamental, legislação e incubação, entre outros).

É talvez na negociação que mais se faz sentir, o peso cultural, do nosso país, no acesso à função empresarial. Se a cultura for favorável, o indivíduo será incentivado a avançar mas, se não o for, rapidamente serão evidenciados um conjunto de dificuldades e de avisos que, num ápice, o levarão a desistir ou a atrasar o processo de criação da nova empresa.

Após a decisão de avançar, inicia-se o processo de implementação, onde surgem novas características pessoais necessárias ao indivíduo, e um ambiente favorável à concretização da empresa. Casson (2003), refere que as aptidões de comunicação, são essenciais nesta fase.

Depois de criada a empresa, é fundamental o seu crescimento, sem o qual não estará terminado o processo. Nesta fase, emerge a importância de uma nova dimensão - a organizacional - que, em conjunto com a pessoa e a envolvente, será determinante para a sustentabilidade do negócio.

Casson (2003) salienta as seguintes aptidões do empreendedor:

- i. as táticas de negociação são muito importantes na estratégia empresarial;
- ii. as aptidões organizacionais do empreendedor, também são muito importantes. No processo de crescimento há uma altura em que a informação é tanta que o empreendedor tem de delegar. Muitos empresários necessitam de especialistas, contudo ele por vezes tem dificuldade em recrutá-los, além disso tem dificuldade em verificar a qualidade do seu trabalho. Estas situações podem por vezes levar à falência da empresa. Portanto a uma dada altura o empresário tem de decidir se deve encorajar a delegação através do seu próprio julgamento dos recursos ou através de regras. Esta delegação permitirá uma informação fiável e a motivação dos trabalhadores. Em muitos casos a eficiência apela à descentralização, mas o empresário tem de estar preparado para um investimento considerável;
- iii. a inovação nos produtos é uma das formas mais importantes da função empresarial. Sendo o elemento chave a versatilidade que geralmente é obtida através de um design multi-facetado. A versatilidade do produto é essencialmente um conceito do marketing, pois o produto tem muitas funções e é difícil especificar, e requer consideráveis aptidões para o promover;
- iv. Não basta ter boas aptidões para promover os produtos e boa abordagem comercial, é essencial, controlar as existências e a qualidade.

O processo da criação da empresa, da ideia ao crescimento, é dinâmico, sendo constituído por fases de avanço e recuo, integrando dúvidas e alterações e, muitas vezes, avança devido a acontecimentos pontuais e exógenos. A evolução deste processo é influenciada por um sistema de variáveis que interagem entre si e influenciam o resultado final (Russel, 1997).

Por outro lado, é raro, a ideia original manter-se constante ao longo do tempo, sem sofrer quaisquer alterações ao longo do processo. Esta perspectiva é sustentada, por

exemplo, por Drucker (1985b), o qual constatou que quando uma nova empresa tem sucesso, muitas vezes tal não acontece no mercado-alvo original, nem com os produtos ou serviços originais.

Em consequência, a maioria dos empreendedores não tem sucesso com a realização da sua ideia original. Este facto justifica-se pela evolução dinâmica do negócio (antes e após a criação da empresa).

Drucker (1985a) apresenta a inovação e o empreendedorismo quer como uma prática quer como uma disciplina, optando por se focalizar nas acções do empreendedor por oposição à psicologia e temperamento do empreendedorismo. Inclusive considera que todas as organizações, incluindo as instituições de acção social, devem tornar-se empreendedoras para sobreviverem e prosperarem numa economia de mercado.

Em suma, pode concluir-se definindo a sociedade como um processo (ou seja, uma estrutura dinâmica) de tipo espontâneo (ou seja, não desenhado conscientemente por ninguém); muito complexo, pois é constituído por milhões e milhões de pessoas com uma infinita variedade de objectivos, gostos, avaliações e conhecimentos práticos, todos eles em contínua alteração; de interacções humanas (que são basicamente relações de intercâmbio que frequentemente se materializam em preços monetários e se efectuam sempre de acordo com normas, hábitos ou pautas de conduta), movidas e impulsionadas todas elas pela força da função empresarial, que constantemente cria, descobre e transforma informação ou conhecimento, ajustando e coordenando de forma competitiva os planos contraditórios dos seres humanos, e tornando possível a vida em comum de todos eles com um número e uma complexidade e riqueza de matizes e elementos cada vez maiores (Huerta de Soto, 2005).

### ***1.2.2. Motivos de fracasso e factores de sucesso de um negócio***

Iniciar um negócio inclui não só um conjunto de oportunidades como também alguns riscos. Neste sentido apresentamos em primeiro lugar alguns motivos que levam as empresas a fracassar.

Motivos de fracasso de negócios de dimensões reduzidas:

- Muita concorrência no mercado;
- Inexistência de clientes;
- Ausência de conhecimentos específicos para o negócio;
- Falta de capital;

- Flutuações económicas nos mercados, nas taxas de juro, etc...
- Inexistência de um plano de negócios.

Depois de analisar alguns dos motivos que levam as empresas a fracassar, torna-se necessário identificar as razões principais que fazem com que os negócios progridam e cresçam.

### ***Lista de factores de sucesso do negócio:***

1. a sua empresa deverá vender o que os clientes gostam e não o que você gosta;
2. os preços competitivos podem ser ingredientes-chave para atrair clientes;
3. a alta qualidade é testemunhada de boca em boca pelos clientes;
4. o empresário com características empreendedoras que impulsiona o negócio;
5. uma equipa motivada e qualificada.

#### • Como desenvolvê-los:

1. Deverá saber o que faz voltar o seu cliente e fortalecer essas situações.
2. Deverá analisar sempre as formas de reduzir os custos.
3. Deverá implementar um programa de desenvolvimento contínuo de qualidade
4. Aperfeiçoar/treinar as suas características de empreendedor VENCEDOR de acordo com as suas necessidades;
5. Deverá procurar sempre formas novas de motivar a sua equipa assim como ministrar os melhores planos de formação.

### ***1.2.3. Encontrar Oportunidades de Negócio***

Depois de estarmos alerta para os motivos que levam as empresas a fracassar e de sabermos os factores de sucessos que fazem com que elas progridam, estamos aptos para encontrar as oportunidades de negócio.

Primeiro, localize a área de mercado que quer servir e analise as necessidades desse mercado. Prepare uma lista com os produtos e serviços que têm sentido no mercado e podem ajustar-se às suas capacidades. Identifique problemas ou factores de sucesso e não julgue o mérito relativo à alternativa ou problema que possa ter identificado. Pode ter várias alternativas de problemas que se tornaram oportunidades.



Segundo, crie uma lista com as oportunidades tendo em conta:

- as opções de negócio de acordo com a importância do negócio;
- as vendas e os clientes;
- a viabilidade;
- a rentabilidade.

Terceiro, avalie as opções iniciais, listando as oportunidades viáveis, tendo por base os seguintes elementos:

- as opções de negócio de acordo com a sua importância;
- as competências básicas para assegurar o sucesso de cada oportunidade;
- o nível de competências básicas que possui para assegurar o sucesso de cada oportunidade. Deverá comparar com o item anterior;
- indique o nível de importância de cada competência em relação às opções de negócio que escolheu.

Sugerimos ainda uma outra forma de avaliar as suas oportunidades de negócio.

TIPO DE CRITÉRIO	OPORTUNIDADE ALTA	OPORTUNIDADE BAIXA
<b>Quanto ao Mercado</b>		
Necessidade do mercado:	Encontrada	Desconhecida
Clientes:	Conhecido o seu perfil e a sua dimensão	Desconhece-se a sua dimensão e perfil
Concorrência:	indústria emergente	Muita concorrência
Margem bruta:	40%-50%	<15%
<b>Quanto aos indicadores de vantagem competitiva</b>		
Custos de Produção:	Muito baixos-normais	Normais – altos
Custos de Marketing:	Muito baixos-normais	Normais – altos
Custos de Distribuição:	Muito baixos-normais	Normais – altos
<b>Grau de controlo sobre:</b>		
Preço:	Moderado-alto	Pobre
Custos:	Moderado-alto	Pobre
Fornecedores:	Moderado-alto	Pobre
Canais de distribuição:	Moderado-alto	Pobre
Tecnologia:	Tem-se ou pode adquirir-se	Não se tem
Factores de Inovação:	Presentes	Ausentes
Localização:	Fácil acesso, com estacionamento, etc..	Má
Equipa de gestão:	Competente, com experiência	Sem experiência
Rede de contactos:	Ampla e acessível	Fraca ou inexistente
<b>Quanto aos indicadores financeiros</b>		
Lucro líquido:	10%-15%	<5% das vendas
Obtenção do ponto morto:	Antes dos 3 primeiros anos	Depois do terceiro ano
Retorno do investimento:	25% ou mais ao ano	<15% ao ano

Por fim, sugerimos a leitura de um livro<sup>10</sup> com 80 histórias reais de homens e mulheres que reinventaram a sua profissão, quebraram preconceitos económicos considerados indestrutíveis e demonstraram que as iniciativas de desenvolvimento sustentável não são fantasias de ecologistas utópicos mas antes empresas que funcionam.

## **2. Como Criar um centro hípico**

Considerado por muitos como um negócio de elites, o hipismo começa a ganhar cada vez mais adeptos e em vários segmentos. Trata-se de um investimento que deve começar passo a passo, e com uma gestão profissional para conseguir galopar rapidamente.

Desde sempre, nunca nenhum animal provocou tanta admiração no homem como o cavalo, tornando-se num ícone de beleza, agilidade, força, nobreza e inteligência. O cavalo assume um lugar privilegiado em todas as mitologias, além disso todas as religiões o mencionam. Hoje, os centros hípicos cultivam esta paixão, desenvolvem a arte e ensinam o homem e o cavalo a partilhar os mesmos sentimentos de disciplina, liberdade e força.

A paixão dos portugueses pelos cavalos e pela arte de montar já se traduziu em medalhas olímpicas. Agora, numa altura em que cada vez mais se olha para a prática de equitação não como um desporto de elite mas como um desporto de prestígio, é importante divulgar esta modalidade. Os vários centros hípicos espalhados por todo o país são a prova mais do que evidente de que a equitação veio para ficar.

A tendência para encarar o hipismo como um desporto para ricos começa a desaparecer e os investidores apostam cada vez mais na diferenciação. E essa diferenciação é feita logo quando se aposta no hipismo em vez de um habitual health club. A hipoterapia marca também a diferença num centro hípico - esta terapia data de cerca de 400 a.C., quando Hipócrates utilizou o cavalo para regenerar a saúde dos seus pacientes. Esta prática fundamenta-se nos movimentos tridimensionais causados pelo dorso do cavalo que, ao deslocar-se a passo, realiza um movimento semelhante ao da bacia humana. A hipoterapia é indicada para o tratamento de diversos tipos de comprometimentos motores, emocionais e sociais, melhorando os rendimentos respiratórios e cardiovasculares, fortalece a musculatura e a coordenação, fomenta a autoconfiança, desenvolve a concentração, a coragem, o sentimento de independência e a comunicação, bem como a capacidade social.

10 "80 Homens para mudar o mundo", Sylvain Darnil/Mathieu Le Roux., Ambar, 2006.

### **2.1 Aspectos Legais na criação da empresa**

Tendo em conta o resultado do estudo de mercado para saber se existe viabilidade económica para o negócio, a decisão de constituir a empresa ou sociedade será o passo seguinte.

Em Portugal existe uma rede de Lojas da Empresa destinada ao apoio à constituição legal de empresas, que inclui a possibilidade de constituir uma empresa numa hora<sup>11</sup>.

Estão presentes em cada Loja da Empresa:

- Um corpo técnico de atendimento (AMA);
- Uma delegação do RNPC - Registo Nacional de Pessoas Colectivas (IRN);
- Um Cartório Notarial (IRN); \*
- Uma extensão do Instituto da Segurança Social, IP (ISS,IP);
- Um Gabinete de Apoio ao Registo Comercial – GARC (IRN);
- Um Posto de Atendimento da "Empresa na Hora" - PAENH (IRN);
- Um balcão da Caixa Geral de Depósitos (CGD).

A actividade económica de um Centro Hípico, esta incluída no grupo CAE 93192

## **3. Actividades Centro Hípico**

Criar um centro hípico não é o mesmo que abrir uma escola para ensinar a montar a cavalo, existem muitas outras componentes neste negócio que permitem desenvolvê-lo com sucesso. Podemos então apresentar a equitação enquanto:

- 1 – Prática desportiva;
- 2 – Serviço Terapêutico especializado;
- 3 – Lazer;
- 4 – Formação;
- 5 – Eventos;
- 6 – Outros Serviços complementares.

---

<sup>11</sup> [http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/LojaEmpresa/PaginasEstaticas/O\\_que\\_sao](http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/LojaEmpresa/PaginasEstaticas/O_que_sao)

A equitação desportiva compreende sete modalidades<sup>1</sup> mestras:

- (1) Os Saltos de Obstáculos, são uma modalidade que todos conhecem e é a que mais público atrai em todo o mundo. A maioria dos centros hípicos nacionais está direcionados para esta modalidade;
- (2) Raides ou endorance são provas onde se percorrem longas distâncias, entre os 70 e os 180km, num tempo mínimo e mantendo sempre o animal em boas condições físicas;
- (3) CCE — Concurso Completo de Equitação, é uma modalidade dividida em três fases. Da primeira fase faz parte o Ensino, a segunda é caracterizada por um Cross pelo mato, com obstáculos fixos e naturais, e a última fase compreende uma prova de obstáculos;
- (4) Dressage ou Ensino é uma modalidade que consiste na apresentação em concurso do cavalo em andamentos perfeitos e em perfeito estado de obediência e cooperação com o cavaleiro;
- (5) Equitação de Trabalho;
- (6) TREC - Técnicas de Randone Equestre de Competição;
- (7) Atrelagem<sup>2</sup>, como o nome indica consiste em atrelar a animal em boas condições física.

A equitação enquanto Lazer, compreende os passeios a cavalo ou randones, e o Turismo Equestre que envolve pessoas e cavalos em actividades de lazer.

A Formação pode ser desenvolvida com a colaboração da Federação Equestre Portuguesa\* , no que respeita aos cursos de docentes designadamente:

- Ajudante de monitor de equitação;
- Monitor de equitação;
- Monitor de equitação terapêutica;
- Instrutor;
- Mestre;
- Entre outras categorias profissionais e também de oficiais de concurso das diversas disciplinas federadas.

Além disso podem ser ministrados outros cursos de formação profissional no âmbito de parcerias com o IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional e outras entidades.

O Serviço Terapêutico especializado, através da Hipoterapia, tal como já foi anteriormente apresentado é um método terapêutico que utiliza o cavalo como principal instrumento de execução.

A organização de eventos é outra das actividades que o Centro Hípico pode desenvolver. Estes eventos podem estar directamente ligados ao cavalo, ou não, entre eles podemos mencionar a organização de jantares temáticos, conferências, seminários, workshops, espectáculos equestres e concursos hípicos.

Por fim o Centro Hípico poderá prestar outros serviços tais como:

- Transporte de cavalos;
- Partos;
- Aluguer de Boxes;
- Aluguer de Padoks;
- Trabalho e desbaste dos cavalos;
- Recria de cavalos.

Notas:

- 1 - Para mais informações contactar a Federação Equestre Portuguesa \* a [www.fep.pt](http://www.fep.pt).
- 2 - Este tipo de modalidade, requer um investimento maior ao centro hípico.

\*A FEP está homologada e atesta os certificados, além de ministrar os cursos.

## ***4. Objectivos do negócio***

Depois de traçar bem os objectivos, poderá partir para o estudo das dimensões e da localização do centro. Ou seja, depois de seleccionar o fruto de rendimentos através da equitação como prática desportiva, de formação ou da realização de eventos/concursos ou ainda de serviço terapêutico, lazer, ou, quem sabe, agregar todos estes serviços no mesmo espaço.

Neste tipo de investimento é necessário investir essencialmente nas instalações, para que sejam as mais higiénicas e acolhedoras possíveis. Ou seja, é necessário ter um nível

de salubridade e higiene excepcional para conseguir ganhar o prestígio pretendido. Esta característica não implica que as instalações sejam amplas.

## **5. Localização**

A localização é importante mas não é um factor tão decisivo como possa parecer. A ideia de situar um centro hípico no centro de uma cidade pode chocar, mas a verdade é que os grandes centros hípicos espalhados por toda a Europa conjugam em perfeita harmonia o habitat natural do cavalo e a confusão das cidades.

Portanto se conseguir criar o ambiente propício para equitação, poderá localizá-lo em qualquer parte. Contudo poderemos dizer que a localização ideal pressupõe fácil acesso e com boas infra-estruturas para o transporte de animais, proximidade de escolas e perto de uma localidade com uma média de 60.000 habitantes. Portanto o ideal é que seja integrado num espaço rural num ambiente de natureza e sem ruídos.

## **6. Processo de Licenciamento**

O Centro Hípico, enquanto equipamento ligado à prática desportiva, obedece ao Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação (RJUE) e ao Regime Jurídico da Acessibilidade, com as especificações estabelecidas no Decreto-Lei 141/2009 de 16 de Junho.

Uma vez que é considerado pelo Decreto-Lei 141/2009 uma “Instalação Desportiva Especializada”, ou seja uma instalação permanente concebida e organizada para a prática desportiva monodisciplinar, o seu Processo de Licenciamento carece do parecer do Instituto do Desporto de Portugal, I.P..

Paralelamente, tratando-se de um equipamento ligado à criação e detenção de equídeos, o Centro Hípico, para efeitos do exercício da actividade pecuária, está ainda sujeito ao procedimento de declaração prévia previsto no âmbito do Decreto -Lei n.º 214/2008, de 10 de Novembro, no que respeita à verificação das condições de bem-estar animal e das condicionantes de gestão de efluentes pecuários.

### **6.1 Verificação da Viabilidade da Operação**

Antes de iniciar o processo de licenciamento, o promotor deverá verificar junto da Câmara Municipal e do Instituto do Desporto de Portugal, I.P. se existe algum entrave à emissão da Licença de Utilização do espaço que escolheu para instalar o Centro Hípico. Caso se trate de uma construção de raiz, deverá verificar se é possível realizar a operação pretendida e quais os condicionamentos legais aplicáveis.

### **6.2 Elaboração do Projecto**

O projecto relativo à construção, ampliação ou remodelação do edifício para a instalação do Centro Hípico deve ser elaborado por um técnico habilitado (arquitecto) e deve ter em conta toda a legislação aplicável.

Dado que ainda não foram publicados em portaria os requisitos técnicos e de funcionamento aos quais devem obedecer este tipo de edifícios, é importante entrar em contacto com o Instituto do Desporto de Portugal de forma a obter informações mais detalhadas relativamente às condições de instalação da actividade.

### **6.3 Pedido de Licenciamento da Construção ou Remodelação**

O licenciamento da construção ou remodelação é requerido à Câmara Municipal territorialmente competente e está sujeito ao Regime Jurídico do Licenciamento Municipal de Obras Particulares e ao Regime Jurídico da Acessibilidade, com as especificações estabelecidas no Decreto-Lei 141/2009 de 16 de Junho.

A aprovação do projecto pela Câmara Municipal carece do parecer favorável do Instituto do Desporto de Portugal, IP. Este parecer incide sobre a conformidade das soluções funcionais e características construtivas propostas face à tipologia das instalações, bem como sobre a observância das normas relativas a condições técnicas de segurança aplicáveis. Compete ainda ao IDP, IP, no âmbito do parecer, fixar a capacidade máxima de utilização e de espectadores, tendo em conta as exigências da respectiva tipologia.

### **6.4 Construção ou Remodelação**

Depois de aprovado o projecto, o promotor deverá solicitar na Câmara Municipal a emissão do Alvará de Construção para poder dar início às obras.



### **6.5 Vistoria**

Concluídas as obras, o promotor deve solicitar à Câmara Municipal a emissão da Licença de Utilização para Actividades Desportivas.

A Câmara Municipal promove no prazo de 30 dias a realização de uma vistoria na qual participam no mínimo três técnicos, a designar pela Câmara Municipal, dos quais pelo menos dois devem ter formação e habilitação legal para assinar projectos correspondentes à obra objecto de vistoria, o requerente da Licença, os autores do projecto e director técnico da obra.

No caso do auto de Vistoria ser desfavorável a Licença de Utilização não pode ser concedida.

### **6.6 Licença de Utilização**

Depois de efectuada a vistoria e verificada a conformidade da obra com o projecto aprovado, a Câmara Municipal, no prazo de 30 dias, emite a correspondente Licença de Utilização.

A Licença de Utilização para Instalações Desportivas deve conter, para além dos elementos referidos no nº5 do artigo 77º do RJUE, as seguintes especificações:

- identificação tipológica da instalação, sua denominação e localização;
- nome do proprietário ou concessionário da exploração da instalação, bem como do director ou responsável pela instalação;
- indicação das actividades previstas e da capacidade máxima de utilização;
- lotação, em número máximo de espectadores admissíveis, para as actividades previstas.

### **6.7 Abertura e Funcionamento**

Na abertura do Centro Hípico ao público, o promotor deve apresentar uma declaração à Câmara Municipal, através da submissão electrónica de formulário, instruída com os seguintes elementos:

- identificação da actividade a que se vai dar início;
- declaração de responsabilidade de que as instalações cumprem todos os requisitos para o exercício da actividade pretendida;
- cópia do regulamento de funcionamento do Centro Hípico que deve incluir instruções de

segurança e planos de evacuação, nos termos da legislação em vigor.

O comprovativo da declaração prévia constitui título válido de abertura e funcionamento das instalações.

### **6.8 Licenciamento no âmbito da Produção Pecuária**

Como já foi referido, o Centro Hípico, enquanto actividade ligada à criação e detenção de equídeos, está sujeito ao procedimento de declaração prévia previsto no âmbito do Decreto-Lei n.º 214/2008, de 10 de Novembro.

A Direcção Regional da Agricultura e Pescas é a entidade coordenadora no âmbito do Regime do Exercício da Actividade Pecuária, ou seja é a entidade interlocutora do promotor em todos os contactos necessários à instrução e apreciação dos procedimentos previstos neste Regime.

Este procedimento terá de ser articulado com o Licenciamento para as Actividades Desportivas, uma vez que a Câmara Municipal só pode decidir sobre a licença para a realização de obras depois de proferida decisão favorável sobre a declaração prévia de actividade pecuária por parte da DRAP.

Para além da DRAP, podem ainda pronunciar-se sobre a pretensão do promotor outras entidades públicas, como a Direcção Regional de Saúde, a Direcção Geral de Veterinária ou a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional.

A actividade pecuária no âmbito do Centro Hípico só pode ter início após o requerente ter em sua posse o Título válido de exercício de actividade.

Quando a instalação da actividade pecuária envolve a realização de uma operação urbanística sujeita a controlo prévio, o início da exploração depende da emissão da Licença de Utilização por parte pela Câmara Municipal territorialmente competente.

### **6.9 Licenciamento no âmbito da Animação Turística**

Caso o Centro Hípico esteja vocacionado para o Turismo Equestre, o promotor deverá dar cumprimento ao estabelecido no Decreto-Lei 108/2009 de 15 de Maio de forma a obter o Alvará de Animação Turística.

São consideradas actividades próprias das empresas de animação turística, a organização e venda de actividades recreativas, desportivas ou culturais, em meio natural ou em instalações fixas destinadas ao efeito, de carácter lúdico e com interesse turístico para a região onde se desenvolvem.

Apenas as entidades registadas como empresas de animação turística podem exercer as actividades acima referidas.

O promotor do Centro Hípico para dar início ao procedimento de registo deverá inscrever-se no RNAAT e contratar os seguros previstos no art.27º do Decreto-Lei 108/2009 de 15 de Maio.

O requerimento de inscrição no RNAAT é dirigido ao Turismo de Portugal através de formulário electrónico e deve ser instruído com os documentos que constam no nº3 do art.11º do Decreto-Lei 108/2009 de 15 de Maio.

O Turismo de Portugal tem 10 dias, contados da recepção do requerimento devidamente instruído, para notificar o requerente sobre a decisão do pedido de inscrição.

Com a inscrição no RNAAT é emitido e enviado ao promotor um certificado de registo com o qual este pode iniciar a actividade.

## 7 Legislação

Aconselhamos a análise da seguinte legislação:

- Decreto-Lei 141/2009 de 16 de Junho
- (Regime Jurídico das Instalações Desportivas de Uso Público)
- Decreto-Lei 108/2009 de 15 de Maio
- (Condições de Acesso e de Exercício da Actividade das Empresas de Animação Turística e dos Operadores Marítimo –Turísticos)

- Decreto-Lei 214/2008 de 10 de Novembro
- (Regime do Exercício da Actividade Pecuária)
  
- Portaria 634/2009 de 9 de Junho
- (Normas Regulamentares Específicas aplicáveis à Criação e Detenção de Equídeos, e a algumas Actividades Complementares, nas Explorações e nos Núcleos de Produção de Equídeos)
  
- Decreto-Lei 163/2006 de 8 de Agosto
- (Regime da Acessibilidade aos Edifícios e Estabelecimentos que recebam público)
  
- Decreto-Lei 220/2008 de 12 de Novembro
- (Regime Jurídico da Segurança Contra Incêndios em Edifícios)
  
- Portaria 1532/2008 de 29 de Dezembro
- (Regulamento Técnico da Segurança Contra Incêndios em Edifícios)
  
- Decreto-Lei 156/2005 de 15 Setembro
- (Regime da obrigatoriedade de um Livro de Reclamações)

## ***8. Investimento inicial***

No nosso exemplo iremos optar por um centro hípico com dimensões médias (seis hectares), com 30 boxes, das quais 24 serão exploradas e 8 ficarão reservadas para os cavalos do centro.

Junto às boxes deverá existir um armazém de rações e palha. O centro terá 2 picadeiros (1 interior-40x20 metros- e outro exterior-60x40 metros), e sanitários, assim como uma sala de arreios e um pátio para lavar e tratar os cavalos.

No centro existirá ainda um bar/restaurante, que permitirá o convívio e a organização de eventos.

Dos seis hectares, iremos ainda reservar um hectare para lotear com separadores para 8 padoks.

No Centro existirá ainda um espaço para o trabalho à guia dos cavalos.

O investimento inicial não conta com o terreno, que pode ser adquirido ou arrendado, nem com os cavalos, que podem custar cada um cerca de 5 mil euros.

Iremos em seguida, apresentar o mapa de investimento inicial do nosso exemplo, contudo os valores que aqui são apresentados, não devem ser assumidos como pressupostos na viabilidade económico-financeira das empresas que pretendem criar centros hípicas. Trata-se de um exercício académico, a realidade irá dizer ao empreendedor os valores que se ajustam ao seu próprio negócio.

<b>rúbricas</b>	<b>Valores em euros</b>
<i>Encargos com a constituição da Empresa</i>	<i>500,00€</i>
<i>Obras de Construção:</i>	
<i>Picadeiro interior c/ WC</i>	<i>140.000,00€</i>
<i>Piso (2 picadeiros)</i>	<i>16.000,00€</i>
<i>Boxes</i>	<i>60.000,00€</i>
<i>Guia Eléctrica</i>	<i>40.000,00€</i>
<i>Solário (boxes)</i>	<i>3.000,00€</i>
<i>Rega Picadeiros</i>	<i>10.000,00€</i>
<i>Picadeiro exterior</i>	<i>40.000,00€</i>
<i>Bar/ Restaurante</i>	<i>50.000,00€</i>
<i>Equipamento variado:</i>	
<i>Tractor para remoção de estrume e tratamento dos pisos</i>	<i>15.000,00€</i>
<i>Equipamento para boxes</i>	<i>2.100,00€</i>
<i>Parque de Obstáculos</i>	<i>20.000,00€</i>
<i>Carriete de ensino</i>	<i>15.000,00€</i>
<i>Camião de transporte de cavalos</i>	<i>20.000,00€</i>
<i>Material Informático (1PC, 1 Multifunções e software adequado)</i>	<i>4.000,00€</i>
<i>Promoção / Divulgação (site)</i>	<i>2.500,00€</i>
<i>Imprevistos</i>	<i>2.500,00€</i>
<b>Total</b>	<b>440.600,00€</b>

## **9. Obstáculos**

Em Portugal a equitação não é um desporto de cariz nacional, e esta situação prende-se sobretudo com a falta de recursos financeiros que não permitem o desenvolvimento desta modalidade para a alta competição, de forma a se tornar mais visível e reconhecida. Além disso, a falta de divulgação desta modalidade e a instabilidade económica que se tem feito sentir são obstáculos que deverá ter em conta. Pois quando o estado da economia se deteriora, é no lazer que as pessoas cortam. Portanto deverá dar cada passo de forma sólida e não ser demasiado ambicioso logo no início, ou seja deverá ter em conta a volatilidade do mercado e acima de tudo traçar um objectivo.

## **10. Prestações mensais**

Iremos em seguida apresentar os custos mensais para uma exploração em pleno, do centro hípico do nosso exemplo. Contudo, os valores que aqui são apresentados, não devem ser assumidos como pressupostos na viabilidade económico-financeira dos planos de negócios das empresas que pretendem criar centros hípicos, a realidade irá dizer ao empreendedor os valores ajustados ao seu próprio negócio.

<b>Rúbricas</b>	<b>C. unit.</b>	<b>Qtd.</b>	<b>unidade</b>	<b>Valores em euros</b>
<i>Vencimentos (s/encargos)</i>				
<i>Tratador de cavalos</i>	<i>500,00€</i>	<i>3</i>	<i>Pessoa</i>	<i>1.500,00€</i>
<i>Monitor de equitação</i>	<i>1.000,0€</i>	<i>1</i>	<i>Pessoa</i>	<i>1.000,00€</i>
<i>Director do Centro Hípico</i>	<i>1.500,0€</i>	<i>1</i>	<i>Pessoa</i>	<i>1.500,00€</i>
<i>Administrativa</i>	<i>750,00€</i>	<i>1</i>	<i>Pessoa</i>	<i>750,00€</i>
<i>Ferrador</i>	<i>400,00€</i>	<i>1</i>	<i>Pessoa</i>	<i>400,00€</i>
<i>Despesas Correntes (ração, feno, agua, luz..)</i>				
<i>Boxe</i>	<i>100,00€</i>	<i>30</i>	<i>Cavalo</i>	<i>3.000,00€</i>
<i>Padck</i>	<i>80,00€</i>	<i>8</i>	<i>Cavalo</i>	<i>640,00€</i>
<i>Seguros</i>	<i>100,00€</i>	<i>1</i>	<i>Mês</i>	<i>100,00€</i>
<i>Custos administrativos e FSE</i>	<i>250,00€</i>	<i>1</i>	<i>Mês</i>	<i>250,00€</i>
<i>Promoção</i>	<i>250,00€</i>	<i>1</i>	<i>Mês</i>	<i>250,00€</i>
<i>Remoção do estreme</i>	<i>250,00€</i>	<i>1</i>	<i>Mês</i>	<i>250,00€</i>
<i>Contabilidade</i>	<i>160,00€</i>	<i>1</i>	<i>Mês</i>	<i>160,00€</i>
<i>Outros Custos</i>	<i>2.500,0€</i>	<i>1</i>	<i>Mês</i>	<i>2.500,0€</i>
<b>TOTAL</b>				<b>12.300,00€</b>

## 11. Balanço

<b>Classificação</b>	<b>Critério</b>
<i>Elevado</i>	<i>Investimento</i>
<i>Baixa</i>	<i>Rentabilidade</i>
<i>Razoável</i>	<i>Concorrência</i>
<i>Baixo</i>	<i>Risco Económico</i>

## **CONTACTOS ÚTEIS**

### **APEITE**

Associação para a Promoção da Inovação e das Empresas Tecnológicas

Rua Paulo da Gama nº629

4169-006– Porto

Tel: 00351220108012/79 | Fax: 00351220108013

E-mail: [jproempreendedor@apeite.pt](mailto:jproempreendedor@apeite.pt)

<http://www.jovemproempreendedor.com>

### **INOVAGAIA**

Centro de Incubação de Base Tecnológica de V.N.Gaia

Avenida Manuel Violas nº 476

4410 - 136 S. Félix da Marinha

t. 227 334 141

E-mail: [jproempreendedor@apeite.pt](mailto:jproempreendedor@apeite.pt)

<http://www.jovemproempreendedor.com>

### **INESC Porto**

Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores do Porto (Laboratório Associado)

Rua Dr. Roberto Frias, 378

4200 - 465 Porto

Tel: + 351 22 2094 000 Fax: + 351 22 2094 050

E-mail: [jproempreendedor@apeite.pt](mailto:jproempreendedor@apeite.pt)

<http://www.jovemproempreendedor.com>

### **FEP - Federação Equestre Portuguesa**

Av. Manuel da Maia, 26 - 4º Dtº - 1000-201 Lisboa Telefs.: 218478774/5/6 - Fax 218474582

A Federação tem mais as seguintes linhas de telefone: 21-8478773 21-8455956 21-8455947

Telemóvel : 968816956

URL: <http://www.fep.pt>

E-mail: [rncf@fep.pt](mailto:rncf@fep.pt) (rede nacional de centros federados)



**IDP- Instituto do Desporto de Portugal, I.P.**

Av. Infante Santo, 76 1399-032 Lisboa  
Telefone: 21 003 47 00 Fax 21 397 95 57  
E-mail: geral@idesporto.pt  
URL: <http://www.idesporto.pt>

**ANJE**

Associação Nacional de Jovens Empresários  
URL:<http://www.anje.pt>  
Sede -Porto  
Tel:220108000 Fax: 220108010  
E-mail:suzanaalipio@anje.pt

**ALGARVE**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Estrada da Penha, 8000-489 Faro  
Tel: 00351 289 862902  
E-mail:rodrigobeja@anje.pt

**COIMBRA**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Parque de Exposições da ACIC,  
Alto da Relvinha 3020-365 Coimbra  
Tel: 00 351 239 496 374  
E-mail:nunogaspar@anje.pt

**LISBOA**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Quinta de Santa Marta,  
Estrada da Circunvalação, 1495 Algés  
Tel: 00351 21 413 46 60  
E-mail: anacristina@anje.pt

**ALENTEJO**

ANJE- Associação Nacional de Jovens Empresários  
Rua Frei José Maria nº5, Vila Lusitano

7005-495 Évora  
Tel: 00 351 266 70 70 07  
E-mail: ccatarino@anje.pt

**Alexandra Castro | Nicola Natali****Arquitectos**

Rua Cândido dos Reis 46-1º sala 5  
4050-151 Porto

Tel: 220926849 | 914413918 | 912852306

E-mail: info@castro-natali.com

Site: www.castro-natali.com

(consultores da Loja do Empreendedor-ANJE na área da arquitectura;  
contacto útil para licenciamentos e projectos de arquitectura)



Ficha Técnica

Título: Como Criar um Centro Hípico

Colecção: Manuais do Empreendedor

Autor: Projecto Jovem Pro-Empreendedor

Impressão: 1.000 exemplares | Abril de 2011

Produção Gráfica e Paginação: Booking the Best Agency, S.A.

Promotor: APEITE



