

# JOVEM

**PRO-EMPREENDEDOR**

***Guia Prático***  
***Como criar uma Loja Virtual***



***Guia Prático***  
***Como criar uma Loja Virtual***



## 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 uma loja virtual</b> .....	17
<b>3. O Mercado</b> .....	18
<b>4. Legislação</b> .....	19
<b>5. Registar um domínio “.pt”</b> .....	19
<b>6. Constituição da Empresa</b> .....	21
<b>7. Preço, Serviço, Promoção e Distribuição</b> .....	23
<b>8. Investimento Inicial e Despesas Mensais</b> .....	23
<b>9. Balanço</b> .....	26
<b>10. Contactos úteis</b> .....	27

## 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

---

<sup>3</sup> 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 uma loja virtual***

Poucos de nós discordam que a Internet teve um impacto profundo na forma como trabalhamos, como gastamos o nosso tempo livre, na nossa forma de fazer compras e até mesmo no modo como vivemos nossas vidas.

Uma pesquisa rápida pela Internet revela-nos alguns dados estatísticos interessantes e muito favoráveis a este novo meio de comunicação.

Mais de 52% dos europeus têm agora acesso à Internet (418 milhões de pessoas), passamos mais tempo do que nunca a 'navegar na web' (os europeus gastam em média, 12 horas por semana on-line), estamos a comprar cada vez mais produtos on-line (as vendas pela internet representam 30% das vendas totais na Europa) e os números sobem exponencialmente.

Tudo isto em pouco mais de 6.500 dias, o número total de dias de existência da Internet (como a conhecemos)!

Em muito poucas áreas essa tendência de crescimento tem tido tanto impacto como no comércio. Com o surgimento do comércio electrónico, os nossos hábitos mudaram, e irão continuar a mudar nos próximos anos.

---

<sup>10</sup> “80 Homens para mudar o mundo”, Sylvain Darnil/Mathieu Le Roux., Ambar, 2006.

Em Portugal as compras online aumentaram 26% entre 2007 e 2008. Um recente inquérito aos utilizadores do Kazulo revelou que a abertura ao comércio online é grande e cerca de 76% dos inquiridos admitem ter feito ou vir a fazer compras na internet. Segundo a TEK SAPO entre Outubro e Dezembro de 2008 os sites de comércio electrónico portugueses somaram mais de 1,7 milhões de visitantes.

Conclusão: o comércio electrónico está a crescer fortemente, os custos são muito inferiores ao comércio tradicional...Mas como dar o primeiro passo?

A Internet é a plataforma comercial do futuro. No entanto, avançar para a criação de lojas de retalho on-line exige ponderação e uma análise cuidada do mercado onde se deseja investir.

Segundo a Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (CAE), cada actividade económica e empresarial tem um código de classificação específico, ou seja, cada empresa, dependendo do seu objecto ou ramo de actividade, estará abrangida por um ou mais destes códigos.

O CAE da Loja Virtual é o 47910 (Rev.3). Portanto quando der início de actividade deverá escolher como actividade principal este CAE. Caso opte por desenvolver também outras actividades, deverá escolher o CAE correspondente. Poderá consultar a nomenclatura completa do CAE, através do sítio na Internet do Instituto Nacional de Estatística ou contactar o Departamento de CAE através do nº 218426100 para saber qual o CAE da actividade económica que deseja desenvolver.

### **3. O Mercado**

A explosão da Internet e do comércio electrónico levaram muitas empresas a apostar nas vendas on-line. Algumas unidades tradicionais com espaços físicos tiveram como estratégia as lojas virtuais para aumentarem o volume de negócios e estarem à frente da concorrência. Várias livrarias, discotecas, lojas de informática, entre outros sectores tradicionais consideraram que as vendas on-line deviam atingir em média 10-15 % do volume de negócios total e apostaram nos negócios on-line. Por outro lado, verifica-se hoje em dia que muitas empresas são criadas tendo como única forma de promover os seus produtos e serviços, o espaço da Internet, através de uma loja virtual.

Além disso, verifica-se também, que muitas empresas com o objectivo de reduzir custos e fechar os espaços físicos que possuem, abrem por sua vez, lojas virtuais, no sentido de fazer face à crise.

## 4. Legislação

Não existe nenhuma legislação especial para quem quer ter um negócio on-line, uma vez que o processo é o mesmo que encontramos no comércio tradicional. Se tiver uma empresa que vende produtos e serviços através dos meios tradicionais, basta apenas cumprir os requisitos para possuir um endereço na Web. A partir daí, pode começar a exercer a sua actividade. O comércio electrónico é um negócio como outro qualquer, que está sujeito a todas as regras e normais comerciais.

Portanto, se já existe uma empresa fisicamente, pressupõe-se que já cumpre todos os requisitos necessários:

- 1 - Pedido de Certificado de Admissibilidade de Firma ou Denominação;
- 2 - Declaração de Início de Actividade e Inscrição no Ficheiro Central de Pessoas Colectivas;
- 3 - Registo Comercial;
- 4 - Comunicação obrigatória ao Instituto de Desenvolvimento e Inspeção das Condições de Trabalho;
- 5 - Inscrição do empresário na Segurança Social;
- 6 - Inscrição da empresa individual na Segurança Social.

## 5. Registrar um domínio “.pt”

A partir daqui, basta definir e registar o endereço on-line da empresa.

Para as empresas portuguesas, a melhor opção será, provavelmente, registar um domínio “.pt”. Para isso, é necessário recorrer à FCCN - Fundação para a Computação Científica Nacional, que é a entidade que atribui esses endereços. Todos os domínios são registáveis on-line em [www.dns.pt](http://www.dns.pt). A FCCN exige que sejam indicados logo à partida três responsáveis:

- Responsável administrativo (sócio ou administrador);
- Responsável por pagamentos;

- Responsável técnico (é uma figura importante, é o responsável pelo alojamento)

Para preencher o formulário já é necessário ter combinado com um ISP o serviço de alojamento num servidor.

Para tornar mais simples o processo de registo ou para obter um serviço completo com alojamento de página e contas de correio, escolha uma das entidades Registrars do DNS de .PT.

### ***Etapas do registo:***

Passamos agora a dizer quais os vários passos a realizar para o registo de um domínio, desde a escolha do nome, até à activação do mesmo.

O registo de domínios pode ser operado junto de um dos registrars com que o DNS.PT colabora. Poderá ver no site [www.dns.pt](http://www.dns.pt) em Registrars, em alternativa pode o mesmo ser realizado online em [www.dns.pt](http://www.dns.pt).

**ETAPA 1** – Pesquisa do domínio pretendido

**ETAPA 2** – Registo, após verificar que se encontra disponível.

**ETAPA 3** – Para aceder à Gestão Online de Domínios deve utilizar o par login e password.

**ETAPA 4** – Indicar os endereços IPv4 ou IPv6 relativos aos servidores de DNS associados ao domínio que pretende criar.

**ETAPA 5** – Nesta etapa devem ser fornecidos os dados relativos ao Titular do domínio bem como à entidade gestora, responsável administrativo e responsável técnico.

**ETAPA 6** – Deve agora, esclarecer-se qual a legitimidade para o registo. Por Exemplo, Empresário em nome individual, pessoa colectiva, etc...

**ETAPA 7** – Será necessário definir por qual período pretende validar o domínio. Os períodos de tempo mais latos beneficiam de uma redução no preço. Por Exemplo, 1 ano, 3 anos, 5 anos...

**ETAPA 8** – Aceitação do contrato .

**ETAPA 9** – Pagamento. Pode optar pelo pagamento via Multibanco ou Visa.

---

11 Pode ser a mesma pessoa.

Destacamos ainda outras regras a ter em atenção durante o registo:

- O registo de domínios/subdomínios em determinada hierarquia depende da natureza do titular e da base de registo. Não dispensando a leitura atenta das regras, apresentamos de seguida apenas duas das entidades que podem requerer domínios em cada hierarquia:
  - PT - pessoas colectivas, empresários em nome individual, profissionais liberais, entidades públicas e quaisquer pessoas/entidades, desde que titulares de pedido/registo de marca\*;
  - NET.PT - limitado a prestadores de serviços de comunicações electrónicas, devidamente registados no Instituto das Comunicações de Portugal\*;
  - COM.PT - não há limitações quanto aos titulares\*;
  - NOME.PT - limitado a pessoas singulares portadoras de bilhete de identidade emitido por Arquivo de Identificação português, bem como todos os residentes em Portugal, portadores de título de residência válido\*.
- É necessária a existência de um responsável técnico que possa servir de entidade coordenadora para questões relacionadas com o domínio;
- O domínio a registar deverá ter entre dois e 63 caracteres, e não poderá conter designações genéricas (tipo ourivesaria, papelaria) ou geográficas;

\*Fonte em [www.dns.pt](http://www.dns.pt). Texto Policopiado.

## ***6. Constituição da Empresa***

Na criação de uma empresa a escolha da forma jurídica da sociedade vai determinar o seu modelo de funcionamento desde o arranque e tem implicações tanto para o empresário como para o futuro empreendimento.

A opção por um determinado estatuto jurídico, deve ser tomada de modo a valorizar os pontos fortes da futura empresa tendo, no entanto, em atenção as características que melhor se adaptem às expectativas de desenvolvimento.

Na sua opção por qualquer das formas jurídicas de sociedade, deve ter em conta o

seguinte:

- O património que pretende afectar à sociedade;
- A responsabilidade por dívidas sociais: património pessoa ou património da sociedade;
- E ainda se pretende exercer a sua actividade sozinho ou com outros sócios.

Depois de decidir qual o tipo de sociedades comercial:

- Sociedades civis sob forma comercial;
- Sociedades por quotas;
- Sociedades unipessoais por quotas;
- Sociedades em nome colectivo;
- Sociedades anónimas;
- Sociedades em comandita.

Existem vários processos de constituição disponíveis:

- Empresa na Hora
- Empresa na Hora com Marca na Hora
  - Por Documento Particular
  - Por Escritura Pública.

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>12</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).

---

<sup>12</sup> [http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/LojaEmpresa/PaginasEstaticas/O\\_que\\_sao](http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/LojaEmpresa/PaginasEstaticas/O_que_sao)



## **7. Preço, Serviço, Promoção e Distribuição**

As opostas dos responsáveis destas empresas devem ser claras: preços competitivos e um bom serviço de atendimento ao cliente. Na Internet é fácil comparar preços e escolher os mais vantajosos. Por isso mesmo, é necessário apresentar preços muito competitivos. Por outro lado a satisfação do cliente é indispensável. Por isso mesmo, os produtos demoram no máximo, dois dias a chegar a casa dos consumidores. Neste aspecto as empresas devem contar com o bom serviço prestado pelos CTT.

Outro aspecto interessante é a conquista do interior do país que habitualmente não dispõe de uma grande oferta a vários níveis.

Em termos técnicos as empresas devem ponderar a decisão de alojar o site no servidor de um ISP, pois as despesas são menores e existe a colaboração de técnicos especializados a preços competitivos.

Os métodos de pagamento constituem outra das preocupações deste tipo de empresas. Ou seja deverá ser possível efectuar os pagamentos através de cartão de crédito online e offline, cobrança postal e através de transferência bancária.

## **8. Investimento Inicial e Despesas Mensais**

As questões técnicas, tanto ao nível da logística como ao nível dos servidores, revestem-se de grande importância no processo de criação de uma loja virtual. No fundo, são estes aspectos que podem fazer a diferença nos investimentos a realizar neste mercado. É necessário ponderar muito bem quanto se quer gastar, sem nunca esquecer a dimensão do site que se quer constituir.

Como é evidente, o facto de dispor de um servidor e de um sistema de logística próprios valoriza o serviço prestado, já que garante maior autonomia e eficácia às empresas. No entanto, é importante recordar que quem optar por esta situação terá de estar disposto a fazer um investimento avultado. Só a título de exemplo, um servidor pode custar entre 10 a 15.000 euros, para além de necessitar de uma equipa que garanta a sua manutenção. O sistema de logística poderá ser ainda mais dispendioso, dependendo do volume de vendas do tipo de produtos e das áreas que se deseja atingir. A maior parte das lojas

de retalho nacionais que já estão a funcionar na Internet, optaram pela outra alternativa, muito menos dispendiosa.

A principal razão apontada é o facto do mercado português ao nível do comércio electrónico ainda não possuir uma dimensão que justifique o tipo de investimentos referidos atrás. A maioria das lojas electrónicas portuguesas optaram assim por alugar espaço no servidor de um ISP, em vez de adquirir a máquina. Comparativamente, os custos são muito menores e já incluem a manutenção do equipamento.

No que respeita à logística, a grande parte das empresas utiliza os serviços dos CTT. Os custos são os habituais para este género de serviços e, às vezes são suportados pelo consumidor final. À escolha só depende do empresário e do capital disponível.

Se quer vai construir uma loja virtual adequada à dimensão do mercado nosso país, o melhor será mesmo investir na opção A. Se, por outro lado, quer criar um site ao nível de uma PHONEHOUSE, não hesite: escolha a opção B.

Nunca esquecer que este exercício é apenas uma referência. Não deverá basear o seu negócio nestes valores mas nos dados da sua própria realidade.

<i><b>Despesas Mensais Opção A (adequada à dimensão do mercado do nosso País)</b></i>	<i><b>Qtd.</b></i>	<i><b>C. unit.</b></i>	<i><b>Valores em euros</b></i>
<i>Alojamento</i>			<i>100,00€</i>
<i>Marketing &amp; Publicidade</i>			<i>500,00€</i>
<i>Despesas de expedição (1)</i>			<i>- €</i>
<i>Sálarios (s/ encargos mensais)</i>	<i>2</i>	<i>500,00€</i>	<i>1.000,00€</i>
<b>TOTAL</b>			<b><i>1.600,00€</i></b>

<b>Despesas Mensais Opção B (um site ao nível avançado, tipo phonehouse.pt)</b>	<b>Qtd.</b>	<b>C. unit.</b>	<b>Valores em euros</b>
<i>Linha dedicada</i>			150,00€
<i>Marketing &amp; Publicidade</i>			800,00€
<i>Despesas de expedição (1)</i>			- €
<i>Sálarios(s/ encargos mensais)</i>			
<i>Programador</i>	1	800,00€	800,00€
<i>Designer</i>	1	750,00€	750,00€
<i>Funcionário</i>	1	500,00€	500,00€
<b>TOTAL</b>			<b>3.000,00€</b>

<b>Investimento Inicial Opção A (adequada à dimensão do mercado do nosso País)</b>	<b>Qtd.</b>	<b>C. unit.</b>	<b>Valores em euros</b>
<i>Hardware (computador) e Software</i>			1.000,00€
<i>Registo na FCCN</i>			30,00€
<i>Design e Programação da Loja on-line</i>			2.500,00€
<b>TOTAL</b>			<b>3.530,00€</b>

<b>Investimento Inicial Opção A (adequada à dimensão do mercado do nosso País)</b>	<b>Qtd.</b>	<b>C. unit.</b>	<b>Valores em euros</b>
<i>Hardware (servidor, computadores e UPS)</i>			10.000,00€
<i>Registo na FCCN</i>			30,00€
<i>Design e Programação da loja on-line</i>			20.000,00€
<i>Software (valor de referência Microsoft Small-business server)</i>			2.000,00€
<b>TOTAL</b>			<b>32.030,00</b>

(1) variável, depende do sistema de logística utilizado.

## 9. Balanço

<i>Classificação</i>	<i>Critério</i>
<i>Baixo</i>	<i>Investimento</i>
<i>Média</i>	<i>Rentabilidade</i>
<i>Média*</i>	<i>Concorrência</i>
<i>Baixo</i>	<i>Risco Económico</i>

\*Apesar de já existirem várias lojas online em Portugal, em comparação com os países nórdicos, o nosso mercado ainda está na fase de infância em termos de E-commerce. Em Inglaterra 50% das vendas ao público em geral são feitas online, em Portugal ainda está a baixo dos 10%. Existe na realidade uma enorme oportunidade neste momento na área de e-commerce porque todas as tendências indicam que a percentagem vai subir drasticamente nos próximos 2 anos (2011-2012).

## **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>

<http://www.msst.gov.pt>

### **INE—Instituto Nacional de Estatística**

Av. António José de Almeida

1000-043 LISBOA

Tel.: 808 201 808 (rede fixa nacional)

+ 351 226 050 748 (outras redes)

Fax.: + 351 218 426 364

[www.ine.pt](http://www.ine.pt)

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

**FCCN / Serviço de Registo de Domínios .pt \***

DNS.PT

Apartado 50366

1708-001 Lisboa - PORTUGAL

Email: request@dns.pt

Telefone (linha azul): 808 20 10 39

(Todos os dias úteis, das 08:00 às 20:00 horas)

Fax: + 351 21 844 0157

\*poderá ser contactado para qualquer assunto relacionado com o processo de atribuição ou gestão de nomes de domínio, devendo privilegiar-se o contacto via e-mail e telefone.

**ANACOM**

Atendimento ao Público

Tel.: Número Grátis: 800 206 665 // Horário: 9:00 às 16:00

e-mail: mailto:info@anacom.pt <http://www.anacom.pt>

Sede:

Av. José Malhoa, 12

1099 - 017 Lisboa, Portugal

Tel.: 217211000

Fax: 217211001

**Centro Europeu do Consumidor**

Endereço postal: Praça Duqu

Fax: + 351 21 356 47 19

Endereço electrónico: [euroconsumo@dg.consumidor.pt](mailto:euroconsumo@dg.consumidor.pt)

Sítio web: <http://cec.consumidor.pt>

Horário do atendimento pessoal e telefónico:

De Segunda a sexta-feira: 10:00 - 16:30 horas.

Para mais informações sobre a Rede de Centros Europeus dos Consumidores pode consultar o site da Comissão Europeia - Direcção Geral de Saúde e Protecção dos Consumidores na seguinte morada:

Comércio Electrónico ver <http://cec.consumidor.pt/?cr=6943>

**ANJE**

Associação Nacional de Jovens Empresários

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

Sede -Porto

Tel:220108000 Fax: 220108010

E-mail:[suzanaalipio@anje.pt](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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: [cctarino@anje.pt](mailto:cctarino@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 uma Loja Virtual

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: INOVAGAIA





