



CURSO 4
NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL
PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Deep.





NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL



Unidade 1

TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

- 1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação
- 1.2. *Branding* em ambientes digitais
- 1.3. Soluções sistémicas e de diagnóstico para empreendedores digitais
- 1.4. Estudos de caso: histórias inspiradoras



Unidade 2

Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

- 2.1. Indústria 4.0
- 2.2. Redes de apoio a empreendedores digitais
- 2.3. Políticas para a tecnologia e a inovação

Unidade 3

Oportunidades de financiamento da União Europeia

- 3.1. Visão geral
- 3.2. Programas de apoio da União Europeia
- 3.3. Candidaturas a concursos

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

No final deste curso serás capaz de:

- explorar de forma orientada as potencialidades dos mercados digitais;
- melhorar os teus conhecimentos sobre as oportunidades emergentes na esfera digital;
- selecionar soluções digitais que potenciem o teu crescimento profissional ou que te apoiem na criação da tua própria empresa;
- identificar oportunidades de financiamento da União Europeia para apoiar as tuas ideias de negócio.

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

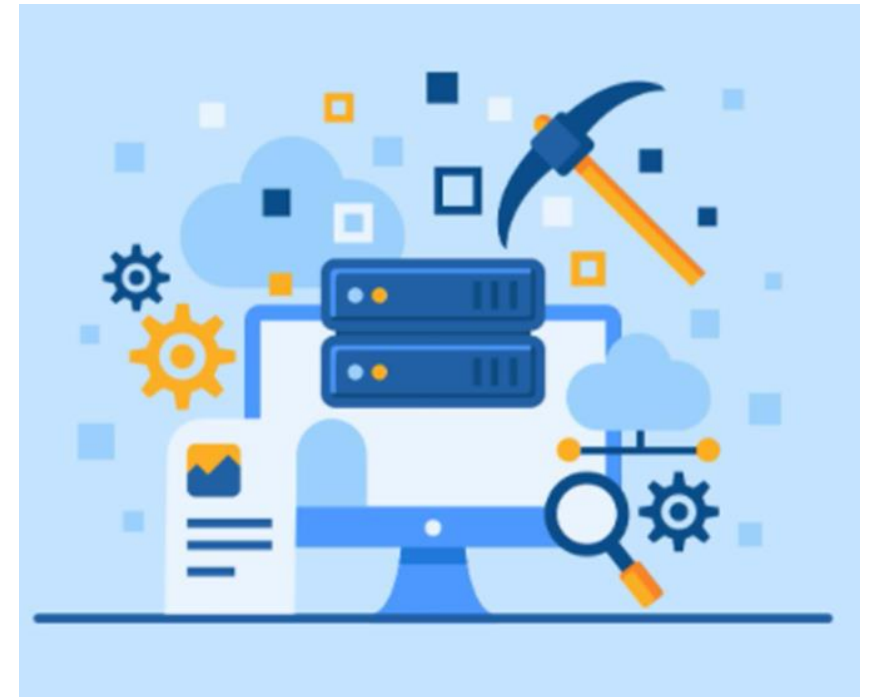
Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação

Em culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação, os dados são tão importantes e cruciais como qualquer outro recurso financeiro, económico e tangível detido pela empresa.

Neste contexto, os profissionais responsáveis pela gestão da informação são peças fundamentais para orientar as organizações nos seus processos de digitalização.

Uma cultura organizacional assente numa gestão efetiva dos dados e da informação de que dispõe é sinónimo de rentabilidade. Esta visão requer, por parte das empresas, uma aposta em formação contínua.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

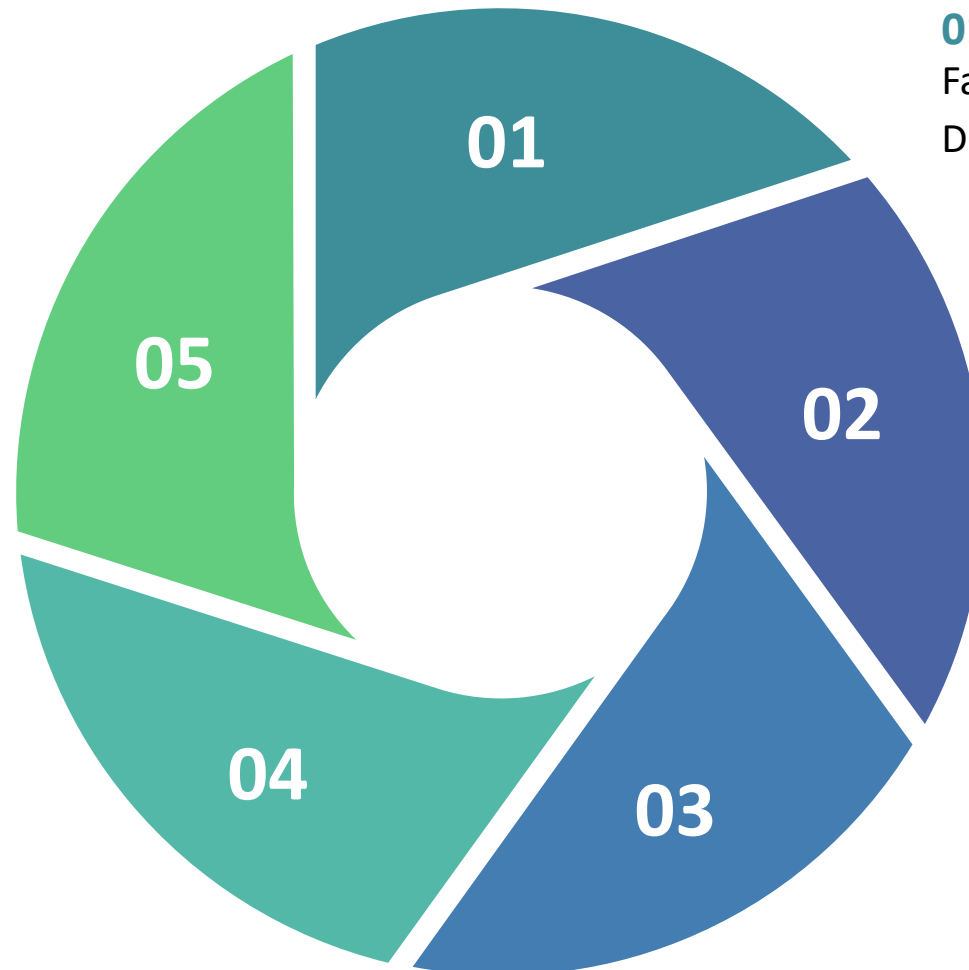
1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação

A ciência de dados (*data science*) é um campo de trabalho que, inicialmente, apenas utilizado no âmbito da investigação em ciências aplicadas, como a matemática, a biologia e a física. Essas metodologias estenderam-se também às ciências sociais.

Em contexto empresarial, os dados assumem um papel fundamental na tomada de decisão em diferentes frentes estratégicas.



Ciclo da análise de dados



01 | Definir

Fazer as questões corretas

Definir o objetivo da análise de dados

02 | Medir

Recolher informação válida

Melhor a qualidade da informação,
se necessário

03 | Analisar

Analisar os dados

Facilitar o entendimento dos processos
Desenvolver soluções

05 | Controlar

Avaliar os benefícios das soluções
encontradas

Criar modelos de enquadramento
que permitam o uso, a longo prazo,
das soluções encontradas

04 | Melhorar

Implementar soluções

Otimizar processo com eficiência

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação

Vendas e publicidade

Os dados permitem aos profissionais de *marketing* avaliar informação relevante sobre os clientes, como a fidelização, o volume de negócios, a demografia, hábitos de compra, percepção da marca, etc.

Este tipo de informação permite implementar estratégias de comunicação de forma mais direcionada.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação

Concorrência

Os dados permitem às empresas analisar e compreender as tendências de mercado que possam ter impacto na sua sustentabilidade económica e financeira.

Estar em posição de conhecer algo que outros ignoram é uma das vantagens competitivas mais preciosas para qualquer organização.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação

Benchmarking

Quando são outras empresas que estão em clara vantagem competitiva dentro do que são as dinâmicas de mercado, é necessário fazer um exercício de avaliação comparativa de produtos, serviços e práticas empresariais.

A partir desse estudo, é mais fácil entender a concorrência e até definir qual será o próximo passo. Na condução deste exercício, o foco tem de estar na gestão otimizada da informação.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.1. Culturas organizacionais orientadas para a gestão da informação

Modelos preditivos

Quando uma empresa tem à sua disposição conjuntos de dados e informações de mercado muito sólidos, pode desenvolver modelos preditivos. Estes modelos são cenários futuros plausíveis, através dos quais uma empresa pode orientar os seus objetivos, planos e estratégias.

Elaborar modelos preditivos exige muito tempo. Por essa razão, costumam ser subcontratados especialistas externos, com conhecimentos e experiência em estatística e análise de dados, para os conceber.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. *Branding* em ambientes digitais

Nos estudos de *marketing*, *branding* é definido como uma prática destinada a valorizar uma marca e a criar ligações entre um produto, serviço ou imagem de uma empresa e o seu público-alvo.

As estratégias de *branding* permitem às empresas e às organizações diferenciar a sua oferta da dos seus concorrentes e direcionarem-se para um sector ou nicho específico, previamente identificado, dentro dos mercados de interesse.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. Branding em ambientes digitais

Ressonância			
A forma como um cliente se relaciona com uma determinada marca			
Fases de desenvolvimento da marca		Objetivos a atingir em cada fase	
1. Identidade: quem somos?	Relevância		Conscientização profunda da marca
2. Significado: o que somos?	Desempenho	Imaginário	Pontos de identificação e de diferenciação da marca
3. Resposta: o que lhe transmitimos?	Julgamentos	Emoções	Reações positivas e acessíveis
4. Relacionamento: como nos relacionamos?			Fidelidade intensa e ativa

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. *Branding* em ambientes digitais

Um **analista de *marketing*** trabalha em estreita colaboração com especialistas de produto e com o departamento de relações públicas. Este conhecimento partilhado contribui para a definição de uma estratégia de comunicação detalhada, com o objetivo de melhorar e valorizar a perceção pública da empresa e da sua oferta.

O *branding* digital refere-se à transposição dos conceitos e instrumentos tradicionais do *marketing* para ambientes digitais.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. *Branding* em ambientes digitais

Com o florescimento dos ambientes digitais, aumentaram também as oportunidades de *branding*. Através do digital, as marcas circulam e ganham visibilidade direta e indiretamente.

O ***branding* direto** consiste nos esforços globais realizados pelas empresas para promover os seus valores empresariais através publicações *online*, gestão de comunidades *online*, etc.

Na grande maioria dos casos, estes esforços têm como objetivo apresentar uma imagem de confiança de uma determinada organização, empresa, produto ou serviço.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. *Branding* em ambientes digitais

O **branding indireto** refere-se à percepção que determinado público tem sobre uma marca, o que depende de como o público recebeu a mensagem da marca. Esta esfera foge ao controlo das empresas e das organizações.

Em termos práticos, é possível perceber as opiniões de clientes sobre uma determinada marca, serviço ou produto através dos comentários em fóruns *online* ou nas redes sociais, por exemplo. Nestes casos, as empresas e as organizações não têm qualquer controlo sobre os conteúdos produzidos, que podem afetar diretamente a imagem da marca, produto ou serviço que prestam.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

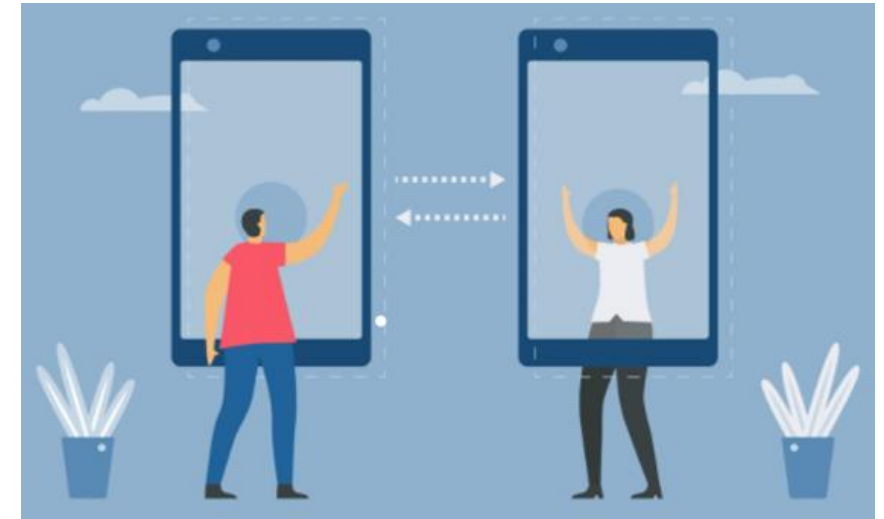
Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. *Branding* em ambientes digitais

Através do *branding* direto as empresas são capazes de mediar a comunicação, enquanto nos contextos associados ao *branding* **indireto** não têm qualquer controlo sobre o que se comunica acerca da marca.

Este princípio pode gerar dois efeitos opostos:

- positivo: os clientes são persuadidos pela mensagem e legitimam a imagem da marca;
- negativo: os clientes avaliam a mensagem como enganadora e não dão credibilidade à empresa pelo que representa e promove.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.2. *Branding* em ambientes digitais

Quanto aos possíveis efeitos negativos do *branding* indireto, o que pode começar como apenas alguns comentários desfavoráveis pode rapidamente se transformar numa crise de imagem pública para uma empresa, serviço ou produto.

Perante esta situação, o departamento de relações públicas é chamado a intervir para delinear um plano de resiliência com o objetivo de restabelecer a imagem (*status quo*) da marca, serviço ou produto.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.3. Soluções sistémicas e de diagnóstico para empreendedores digitais

Com o estabelecimento das economias e mercados digitais, os estudos de gestão estratégica mantiveram a sua relevância teórica e operativa.

Estas ferramentas são recursos essenciais para uma gestão e planeamento empresarial eficaz, facilitador de processos.

De seguida, apresentamos algumas dessas ferramentas.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Deep.

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.3. Soluções sistémicas e de diagnóstico para empreendedores digitais

Matriz Ansoff

Esta matriz descreve as diferentes estratégias de crescimento de uma empresa, dependendo das variáveis de mercado e de produto ou serviço.

Se uma empresa estiver a desenvolver um novo produto ou serviço que explore as oportunidades dentro de mercados novos, as estratégias emergentes passarão por modelos de diversificação. Se a empresa estiver a desenvolver um novo produto ou serviço com base em necessidades já conhecidas, a estratégia consequente é um desenvolvimento de produtos ou serviços.

		Produtos ou serviços	
		Existentes	Novos
Mercados	Existentes	Entrada no mercado	Desenvolvimento de produtos ou serviços
	Novos	Desenvolvimento de mercado	Diversificação

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.3. Soluções sistémicas e de diagnóstico para empreendedores digitais

Análise TOWS

A análise TOWS é uma extensão adicional da análise SWOT, também denominada por análise SWOT cruzada.

Na análise SWOT são identificados os pontos fortes (*strengths*), os pontos fracos (*weaknesses*), as oportunidades (*opportunities*) e as ameaças (*threats*).

Na análise TOWS – *threats, opportunities, weaknesses and strengths* – é feita uma correlação entre cada uma das variáveis utilizadas na análise SWOT, ao mesmo tempo que se desenvolve uma estratégia para um possível plano de ação para cada um dos cenários identificados. Por exemplo, pode-se projetar o que pode acontecer se combinarmos os nossos pontos fortes enquanto empresa com as oportunidades de mercado.

Matriz da análise TOWS

		Fatores internos	
		W - Lista de fraquezas W1 ... W2 ... W3 ...	S - Lista de forças S1 ... S2 ... S3 ...
Fatores externos	T - Lista de ameaças T1 ... T2 ... T3 ...	Estratégias WT W1 T1 ... W2 T2 ... W3 T3 ...	Estratégias ST S1 T1 ... S2 T2 ... S3 T3 ...
	O - Lista de oportunidades T1 ... T2 ... T3 ...	Estratégias WO W1 O1 ... W2 O2 ... W3 O3 ...	Estratégias SO S1 O1 ... S2 O2 ... S3 O3 ...



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL



Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.3. Soluções sistémicas e de diagnóstico para empreendedores digitais

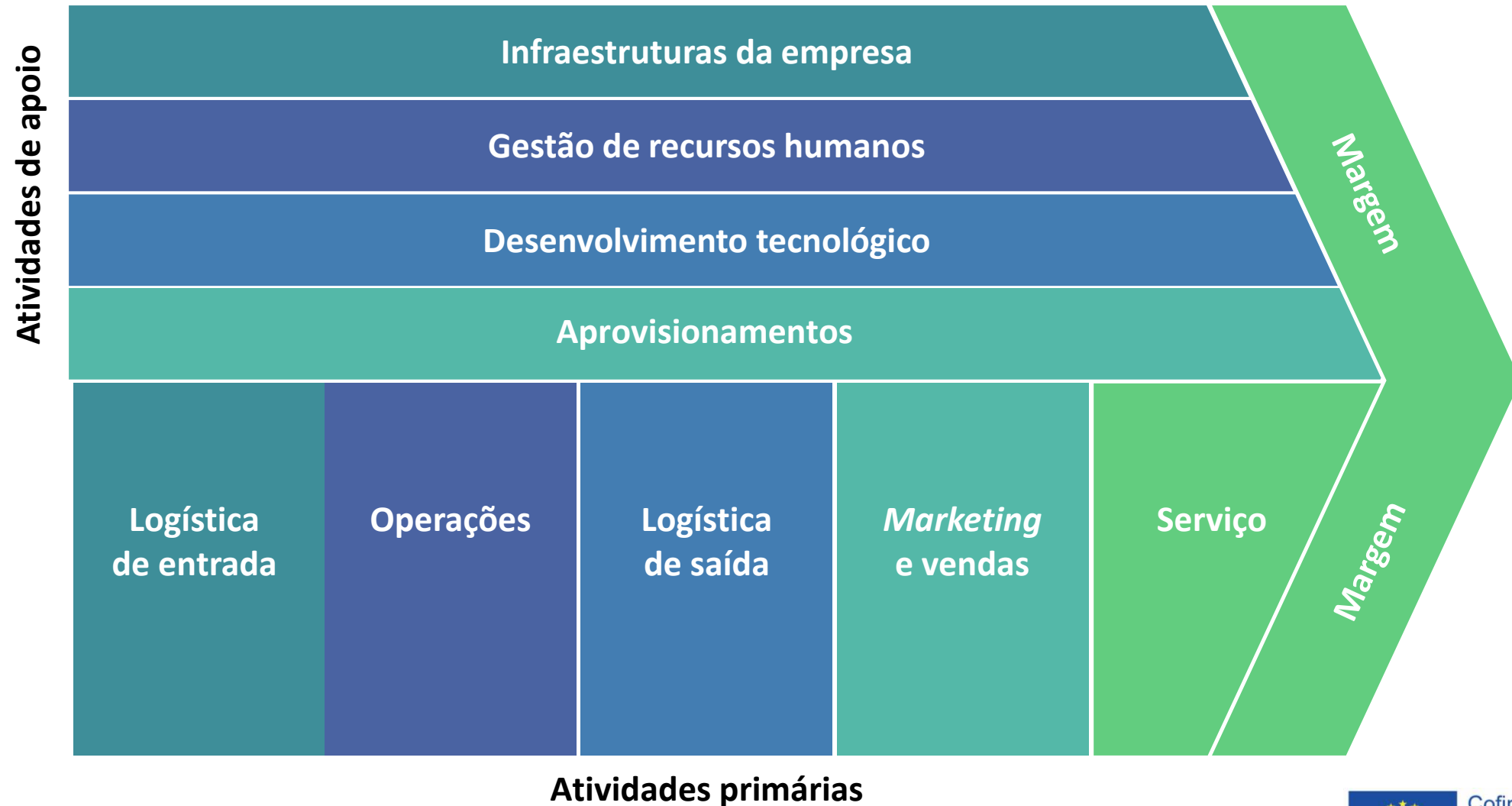


Modelo de cadeia de valor

Este modelo define a empresa como uma estrutura de processos e funções sistémicas. Estas atividades são agrupadas em atividades primárias – que contribuem diretamente para a produção de produtos e serviços – e atividades de apoio.

A maneira como as atividades desta cadeia são realizadas determina os custos e afeta os lucros.

Modelo de cadeia de valor

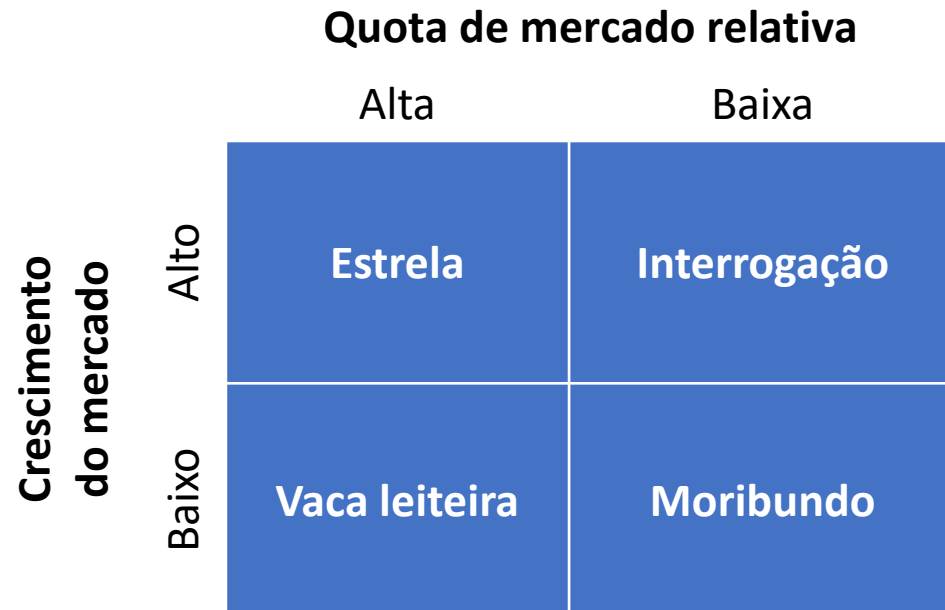


NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.3. Soluções sistémicas e de diagnóstico para empreendedores digitais

Matriz de crescimento e partilha (*Boston Consulting growth-share matrix*)



Estrela: mercados em expansão com margens de lucro muito elevadas, que merecem empenho financeiro e a plena exploração de qualquer oportunidade existente.

Vaca leiteira: empresas em mercados saturados, que servem para gerar fluxo de caixa para reinvestir em “estrelas”.

Moribundo: mercados em declínio, que devem ser abandonados o mais rapidamente possível.

Interrogação: empresas em crescimento rápido, mas não totalmente definidas; dependendo de fatores contextuais, têm potencial para serem uma “estrela”.

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.4. Estudos de caso: histórias inspiradoras

La Bottega del Calzolano

Fundada em 1916, La Bottega del Calzolano é uma conceituada loja italiana de conserto de calçado. É um negócio que atravessou cinco gerações da família Del Vecchio, reconhecido pela excelência do trabalho artesanal e pelos altos padrões de qualidade.

A marca voltou a ganhar notoriedade quando, no início da década de 2010, dois bisnetos do fundador decidiram criar uma loja no e-Bay – a primeira experiência de digitalização deste negócio centenário. Em apenas três anos, aumentaram as receitas em 400%. Impulsionada por este sucesso, a marca lançou o seu primeiro *website* em 2016, o que, nas palavras de um dos donos, foi “resposta intuitiva para acompanhar os novos tempos”. Desde então, esta marca tem construído reputação internacional.

www.labottegadelcalzolaio.it/it/



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.4. Estudos de caso: histórias inspiradoras

Traveller Collective

A Traveller Collective produz peças à medida, como anéis, colares e carteiras, com o objetivo de serem a “memória” de uma viagem.

Esta empresa é um bom exemplo de como as redes sociais podem ajudar para aumentar a visibilidade de uma marca ou produto. A empresa utiliza a sua conta no Instagram para se relacionar com os seus clientes, publicando vídeos e imagens. Esta estratégia tem permitido fidelizar e aumentar a sua comunidade de seguidores-clientes. Esta estratégia de *marketing* indireto tem permitindo, também, à empresa reduzir os custos de comunicação e promoção.

www.instagram.com/travellercollective/?hl=en



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 1: TIC e soluções digitais para a competitividade nas empresas

1.4. Estudos de caso: histórias inspiradoras

Dollar Shave Club

Até 2012, a Dollar Shave Club (DSC) era uma empresa pouco conhecida que vendia produtos de higiene pessoal *online*. Num mercado bastante competitivo e dominado por gigantes como a Gillette, a DSC encontrou uma forma única de se destacar e escalar o seu caminho para o sucesso. Dez anos após a sua fundação, o seu valor de mercado atual situa-se em 1 bilião de dólares.

Tudo começou com o anúncio “*Our blades are f***ing great*”, carregado no YouTube em março de 2012. A produção custou menos de 5 mil dólares e demorou apenas um dia a filmar, mas a extravagância do tom e a abordagem satírica da comunicação comercial "tradicional" foi um sucesso. O vídeo tornou-se viral, foi tema de notícias e discussão e trouxe à DSC a atenção de mais de 25 Milhões de espectadores.

www.youtube.com/watch?v=ZUG9qYTJMsI



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.1. Indústria 4.0

Refere-se à automatização do processo de produção graças à exploração intensa de maquinaria sofisticada. As prioridades da indústria 4.0 centram-se nas quatro dimensões apresentadas de seguida.

Novos modelos de
negócio que
valorizam a interação
homem-máquina

Eficiência na
produção

Qualidade de
produção

Melhoria das
condições de trabalho

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.1. Indústria 4.0

A interação Homem-máquina que está no centro do paradigma da Indústria 4.0 é valorizada através dos seguintes recursos:

- tecnologias de produção inteligentes;
- tecnologias de serviços inteligentes;
- soluções inteligentes de energia e ambiente.

Tudo isto permite às empresas e empresários sustentarem os seus percursos de competitividade, aproveitando oportunidades inteligentes e inclusivas.

Deep.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.1. Indústria 4.0

O estabelecimento de um "ambiente 4.0" requer o desenvolvimento e a implementação de uma série de tecnologias. A taxionomia de tais tecnologias é muito vasta e heterogénea, de entre quais se destacam as mais recorrentes:

- Internet das coisas e redes inteligentes;
- *data literacy*;
- nuvem e produção automatizada;
- cibersegurança.

Deep.





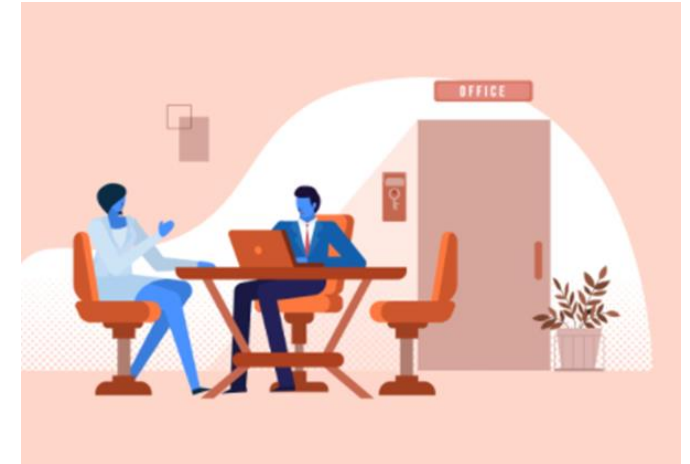
NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.2. Redes de apoio a empreendedores digitais

A digitalização das empresas pode ser um processo longo, com implicações sérias e irreversíveis tanto do ponto de vista estrutural como cultural.

Vários atores socioeconómicos intervêm no apoio a organizações e empresários ao longo deste processo, desenvolvendo e implementando as melhores soluções à medida das empresas.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.2. Redes de apoio a empreendedores digitais

Consultores privados e prestadores de serviços de TI	Incubadoras e aceleradoras	Universidades	Centros de Competências
São orientados para serviços gerais, como gestão de redes sociais, SEO e SEM, <i>backoffice</i> , etc.	São importantes polos de conhecimentos técnicos e teóricos. Os empresários estabelecidos podem explorar as redes de competências existentes dentro destes sistemas.	Combinam a perspectiva operacional detida pelos empresários e a teórica produzida por investigadores, podendo traduzir-se em impactos de longo prazo.	Detêm os conhecimentos sectoriais mais avançados em TIC e Inovação – as suas atividades enquadram-se na investigação, desenvolvimento, teste e implementação de soluções de alta tecnologia feitas à medida para as empresas. As empresas podem financiar os seus projetos de inovação através de fundos públicos.

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.3. Políticas para a tecnologia e a inovação

Todos os países da União Europeia (EU) estão atualmente empenhados, ao nível nacional, no cumprimento de várias prioridades nos domínios da competitividade empresarial, economia digital, inovação e empreendedorismo.

Cada país da UE incluiu o conteúdo e os objetivos da Agenda Digital para a Europa no seu próprio quadro político, através do desenvolvimento e implementação de estratégias nacionais para fomentar a sensibilização dos cidadãos para as TI.

Uma parte muito relevante de tais iniciativas é dedicada à capacitação digital das Pequenas e Médias Empresas (PME).



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 2: Tendências tecnológicas inovadoras para as empresas

2.3. Políticas para a tecnologia e a inovação

Este tipo de fundos financeiros, concursos e benefícios fiscais servem para incentivar a adoção do paradigma digital entre os novos empreendedores e os empresários que ainda usam modelos tradicionais de negócio.

As oportunidades de financiamento estão disponíveis em portais ministeriais ou *websites* de administração local, dependendo da origem nacional, regional ou local do fundo.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.1. Visão geral

De acordo com o *Guia para o financiamento da UE*, publicado pela Comissão Europeia, existem os seguintes tipos de oportunidades de financiamento:

- subvenções;
- empréstimos, garantias e capital próprio;
- subsídios;
- prémios;
- contratos públicos.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

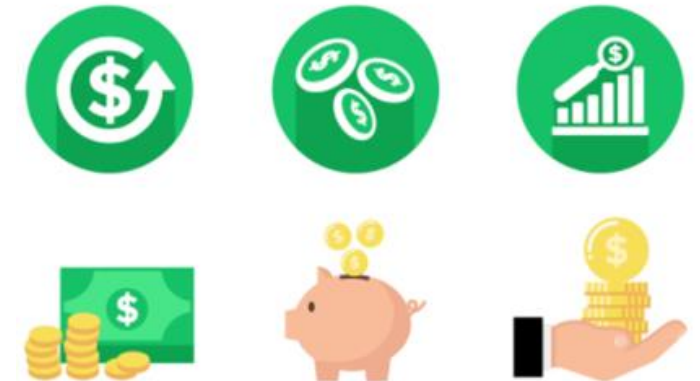
3.1. Visão geral

Subvenções

"Uma subvenção é o financiamento de projetos que contribuem para as políticas da UE. As subvenções podem ser concedidas em diferentes domínios, desde a investigação ou educação até à ajuda humanitária. As subvenções são concedidas a organizações privadas e públicas e, excepcionalmente, a indivíduos.

As subvenções são uma forma de financiamento complementar. A UE normalmente não financia projetos a 100%. Por outras palavras, o projeto é cofinanciado pela organização beneficiária [...].

As subvenções são atribuídas, principalmente, através de convites à apresentação de propostas. A Comissão Europeia utiliza os convites à apresentação de propostas para anunciar oportunidades de financiamento e explicar como candidatar-se às mesmas."



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

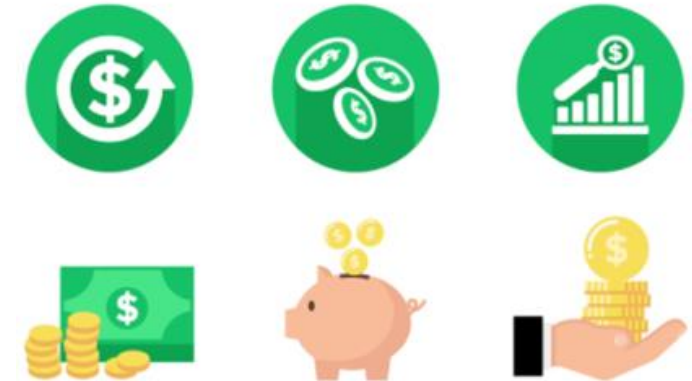
Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.1. Visão geral

Empréstimos, garantias e capital próprio

"A UE fornece empréstimos, garantias e capital próprio como formas de assistência, em relação à política e programas da UE. O financiamento é feito através de instituições financeiras locais. Estas instituições – bancos, sociedades de garantia ou investidores em ações – determinam as condições exatas de financiamento: o montante, a duração, as taxas de juro e as comissões.

Por exemplo, a UE concede empréstimos aos beneficiários para investimento em investigação e inovação. Ou fornece garantias aos beneficiários para que estes possam obter empréstimos mais facilmente ou em melhores condições junto de bancos e outras instituições de crédito. A UE também pode participar financeiramente num projeto, sendo proprietária de partes do mesmo."



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.1. Visão geral

Subsídios

Os subsídios e outros tipos de financiamento são geridos diretamente pelos governos nacionais da UE, não pela Comissão Europeia. Por exemplo, os subsídios agrícolas são concedidos para apoiar os agricultores.

Prémios

"Os prémios são recompensas para os vencedores dos concursos do Horizonte 2020. São também chamados prémios de desafio ou prémios de indução."



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

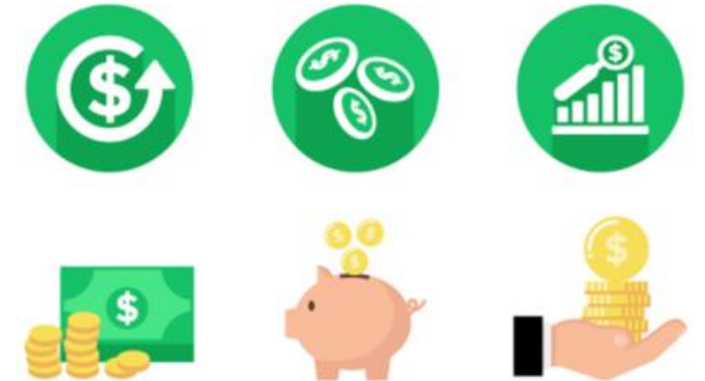
3.1. Visão geral

Contratos públicos

"Os contratos públicos não fazem parte do financiamento. Em vez disso, a Comissão Europeia compra serviços, obras ou bens público para uso interno.

Alguns exemplos de contratos públicos são: realização de estudos, prestação de assistência técnica, formação, organização de conferências e consultoria.

Os prestadores de serviços de contratos públicos são selecionados através de concursos públicos lançados pelos serviços, gabinetes e agências da Comissão na Europa."

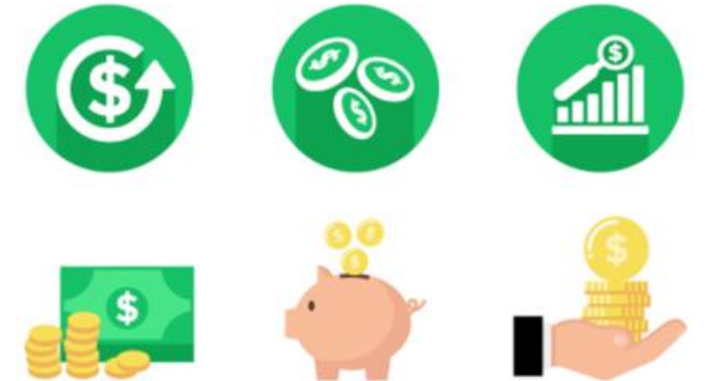


NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.1. Visão geral

A diferença existente entre subvenções, concursos e qualquer outra oportunidade de financiamento reside no facto de que, enquanto estes estão diretamente disponíveis através da Comissão Europeia, os empréstimos e garantias (oportunidades de financiamento para a agricultura regional e políticas marítimas, etc.) são geridos a nível nacional.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.2. Programas de apoio da União Europeia

O guia de financiamento da UE fornecido pelo Serviço de Investigação Parlamentar Europeu inclui todos os principais programas de financiamento da UE.

Existem programas que estão mais alinhados com o perfil das Organizações Não Governamentais e os cenários operacionais típicos; enquanto outros estão mais orientados para PME, como, por exemplo, o Horizonte 2020 e o COSME.

[Guia para o financiamento da EU](#)
[Programas Europeus 2021-2027](#)



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.2. Programas de apoio da União Europeia

Horizonte 2020

Programa de financiamento da UE para a investigação e inovação, em vigor entre 2014 e 2020, com um orçamento de 80 mil milhões de euros. O programa Horizonte 2020 apoia as PME com o propósito de melhorar a investigação internacional da UE. Atribui grande importância às ciências sociais e humanas e à dimensão das questões de género nos projetos.

Este programa continua, com a designação Horizonte Europa, no período 2021-2027, e tem como objetivos orientadores a recuperação económica causada pela pandemia COVID-19 e tornar a UE mais resiliente.



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.2. Programas de apoio da União Europeia

COSME

Programa da UE para a competitividade empresarial, que visa facilitar o acesso das PME a fontes de financiamento em todas as fases do seu ciclo de vida – criação, expansão ou transferência de empresas. Graças a este fundo, as empresas têm um acesso mais fácil a garantias, empréstimos e capital próprio.

[Programa COSME](#)



NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.2. Programas de apoio da União Europeia

Ligações úteis

- Lista de programas de financiamento da EU

https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/funding-opportunities/funding-programmes/overview-funding-programmes_pt

- Lista de programas de financiamento por tema

https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/funding-opportunities/find-calls-funding-topic_pt

- Área essenciais para futuros empreendedores (disponível apenas em inglês):

[Call for proposals | Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs \(europa.eu\)](#)

[Employment, Social Affairs & Inclusion](#)

[European Commission | Competition | Contracts and grants](#)

[Shaping Europe's digital future](#)

[Consumer Programme \(CP\)](#)

NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Unidade 3: Oportunidades de financiamento da União Europeia

3.3. Candidaturas a concursos

Existem cerca de 40 concurso abertos, organizados por departamentos:

[Anúncios de concurso - por serviço](#)

Os empresários podem monitorizar as oportunidades de negócio resultantes de concursos da UE através da [Plataforma TED](#) (*Tenders Electronic Daily*). A consulta do *website* é completamente gratuita, e todos os dias a TED é atualizada com milhares de concursos da UE e do Espaço Económico Europeu que podem ser filtrados por país, região e sector empresarial.





NOÇÕES BÁSICAS DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA A COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL

Deep.



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia