

ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

FICHA SETORIAL DE ENTRADA NO MERCADO



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

ABRIL/2026

Índice

PRINCIPAIS <i>INSIGHTS</i>	2
RECOMENDAÇÕES	3
ABORDAGEM AO MERCADO	3
ABORDAGEM AO CLIENTE	4
OPÇÕES DE COMUNICAÇÃO	5
ENQUADRAMENTO DO SETOR	5
ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	7
CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO EMPRESARIAL DO BRASIL, BASE DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO DO PAÍS	7
CARACTERIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO.....	8
CARACTERÍSTICAS DO CONSUMO.....	9
PRINCIPAIS <i>STAKEHOLDERS</i>	10
<i>HUBS</i> DE INOVAÇÃO	10
PROGRAMAS DE INOVAÇÃO ABERTA	11
UNIVERSIDADES DE REFERÊNCIA	13
ENTIDADES INSTITUCIONAIS DE REFERÊNCIA.....	14
FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO	16
MACROTENDÊNCIAS DE INVESTIMENTO EM <i>START-UPS</i> NO BRASIL.....	16
OPÇÕES DE FINANCIAMENTO DE <i>START-UPS</i> NO BRASIL, AO LONGO DO TEMPO.....	17
CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS	18
TRIBUTAÇÃO	18
FORMALIDADES	19
ENTRAVES.....	21
CONCORRÊNCIA	22
CONCORRÊNCIA ESTRANGEIRA.....	22
CONCORRÊNCIA LOCAL.....	23
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	23
FÍSICOS.....	23
<i>E-COMMERCE</i>	24
COMUNICAÇÃO	24
FEIRAS SETORIAIS	24
OUTROS EVENTOS	26
PUBLICAÇÕES SETORIAIS.....	26
ASSOCIAÇÕES SETORIAIS.....	27
CARACTERÍSTICAS DA COMUNIDADE DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO, BASE DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO A DELINEAR.....	28
TENDÊNCIAS	28
CONSUMO	28
DESENVOLVIMENTO	29

ANÁLISE SWOT	30
PONTOS FORTES	30
PONTOS FRACOS	31
OPORTUNIDADES	31
AMEAÇAS	32

PRINCIPAIS *INSIGHTS*

- De acordo com o [Global Startup Ecosystem Index 2025](#), o ecossistema de inovação e empreendedorismo do Brasil é o 27.º (num total de 100) mais desenvolvido a nível global, sendo líder destacado na América Latina. Também o [Startup Ecosystem Report 2025](#) endossa esta análise, com São Paulo a constituir o único centro da região que marca presença no TOP 40 dos principais ecossistemas do mundo, sendo que este posicionamento do país é reforçado no [ranking regional deste mesmo guia](#), segundo o qual 5 dos 10 ecossistemas mais robustos da América Latina se localizam no Brasil (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre).
- O [Sebrae Startups Report Brasil 2024](#) estima que se contabilizem 18 056 *start-ups* ativas no Brasil, com a seguinte distribuição geográfica: Sudeste (36,1%), Nordeste (23,53%), Sul (21,06%), Norte (10,01%) e Centro-Oeste (9,26%).
- *EdTech* (10,1%), *Fintech* (9,7%), *Tech/Desenvolvimento de Software* (9,2%) e *Healthtech & Life Sciences* (8,5%) são os segmentos com maior concentração de empresas, conforme relatado pela Associação Brasileira de Startups, no seu estudo [“Mapeamento do Ecossistema Brasileiro de Startups 2024”](#).
- O [Mapa do Empreendedor 2024](#), da Sling Hub, assinala que a maioria das *start-ups* brasileiras ainda se encontra nas fases iniciais do respetivo desenvolvimento, com forte concentração em “*early-stage*” (65%). Apenas 8% das mesmas apresentam uma operação consolidada com investimento de Série A ou B, e 2% têm um modelo de negócio comprovado e IPO (*Initial Public Offering*) no horizonte.
- Até dezembro de 2024, 22 *start-ups* brasileiras atingiram o estatuto de unicórnio, conforme apontado pela Distrito, plataforma de inovação aberta e *intelligence* em *start-ups*, no seu guia [“Corrida dos Unicórnios – Report 2025”](#).
- Em 2024, foram investidos R\$ 9bi (9 mil milhões) em *start-ups* brasileiras via *venture capital*, em cerca de 120 rondas. Este valor aumenta para R\$ 17,5bi (17,5 mil milhões) e 289 transações ao incluir *Private Equity* e as fusões/aquisições, conforme demonstrado pelo [relatório “Private Equity e Venture Capital”](#), da TTR Data para a ABVCAP.
- O Brasil possui distintos programas públicos voltados para o fomento do ecossistema de *start-ups*, os quais oferecem desde apoio à aceleração ([InovAtiva Brasil](#)) até acesso a investimento ([Programa Finep Startup](#)), bem como suporte à internacionalização ([OutReach Brasil](#)).
- O programa [ScaleUp Brazil](#), da responsabilidade da ABVCAP e da Apex, conta já com 5 edições e mais de 100 *start-ups* estrangeiras apoiadas no processo de *soft landing*, no Brasil. Segundo a [Distrito](#), registam-se mais de 500 *start-ups* estrangeiras a operar, atualmente, no Brasil.

RECOMENDAÇÕES

Abordagem ao mercado

- **Abordagem dedicada a um setor maduro** – De modo a abordar, com sucesso, o ecossistema de inovação e empreendedorismo no Brasil, importa ter em consideração que o setor da tecnologia representou, em 2024, cerca de 8% do PIB do Brasil, segundo dados do [IEDI](#), tratando-se de um setor altamente competitivo, muito dinâmico e em franco crescimento e, por conseguinte, requerendo uma abordagem séria, exclusiva e dedicada por parte das empresas portuguesas;
- **Adequação da oferta ao mercado** – O ecossistema de inovação do Brasil é bastante heterogéneo, sob qualquer critério de análise, pelo que se aconselha a realização de um estudo, com enfoque regional, que permita identificar os desafios e oportunidades presentes nos diferentes estados do país, evitando estratégias “*one-size-fits-all*”;
- **Site location** – Não obstante a atratividade inerente, em termos de escala, a um mercado com mais de 200 milhões de habitantes, é recomendável, aquando da entrada das empresas portuguesas neste, optar por um único estado onde atuar (tendencialmente, o estado no qual se localizam os clientes a servir);
- **Parcerias locais** – Deve ter-se em conta que o estabelecimento de parcerias entre as empresas portuguesas e as empresas locais, no Brasil, tende a ser uma opção que facilita a adaptação (e a aceitação) mais célere das respetivas soluções ao mercado brasileiro;
- **Presença no mercado** – A proximidade ao mercado é um dos fatores críticos de sucesso empresarial, revelando-se importante, se possível, ter uma equipa local, não sendo possível a realização de visitas regulares, a participação em feiras/eventos locais e um relacionamento sólido com parceiros no terreno constituem estratégias incontornáveis para atingir o sucesso no mercado;
- **Validação interna** – Deve ter-se presente que o mercado brasileiro preza a validação local de uma determinada solução, sendo que, a menos que uma dada *start-up* já seja um unicórnio, o *track record* desta noutros mercados, exceto Estados Unidos da América (EUA), não é tão relevante como a comprovação de que a respetiva oferta possui valor agregado no mercado brasileiro;
- **Resiliência** – Deve apostar-se numa abordagem de médio e longo prazos, que seja reveladora do nível de compromisso e de uma presença estável das empresas portuguesas no país, em detrimento de contactos esporádicos;
- **Disponibilidade financeira** – O mercado brasileiro é exigente em termos financeiros, pelo que a abordagem a este deve ocorrer, apenas, num momento de robustez financeira de uma

determinada *start-up*, capaz de suportar uma elevada estrutura de custos, associada à respetiva atividade no terreno;

- **Assessoria especializada** – Pode revelar-se útil a contratação de serviços especializados para o processo de abertura empresarial, o desenho fiscal da operação empresarial e outras questões logísticas, sendo que, apesar da digitalização dos processos, o acompanhamento no terreno ainda constitui um fator diferenciador para atingir o sucesso no mercado;
- **Integração em redes locais** – Sugere-se a integração das empresas portuguesas em redes locais que ajudem a alavancar os respetivos negócios [incubadoras, aceleradoras, centros de Investigação e Desenvolvimento (I&D), *hubs* de inovação, entre outros].

Abordagem ao cliente

- **Confiança, solidez e proximidade** – A multiplicidade de *players* no mercado brasileiro traduz-se em inúmeros contactos e oportunidades que os potenciais clientes recebem, diariamente, de concorrentes, sendo fulcral demonstrar credibilidade e solidez no seguimento dos assuntos, bem como criar laços de proximidade que assegurem a atenção contínua dos clientes;
- **Referências/recomendações** – O mercado brasileiro de tecnologia ainda se baseia em relações de confiança, procurando, em muitas ocasiões, o parecer/recomendação de terceiros, sendo que, caso uma determinada empresa portuguesa encontre um elo na sua rede com os respetivos potenciais clientes, deve a mesma explorar esta conexão;
- **Paciência e persistência** – É comum que, após um primeiro contacto, e apesar das boas perspectivas de negócio, os clientes demorem a dar retorno, pelo que se aconselha uma abordagem proativa e não-invasiva de *follow-up*;
- **Comunicação clara e prática** – As trocas de correspondência devem ser curtas, relevantes e, preferencialmente, por *e-mail*, sendo que o uso de ferramentas de troca de mensagens instantâneas (*WhatsApp*) se encontra amplamente generalizado no mercado brasileiro (um meio privilegiado de contacto, mesmo no contexto profissional);
- **Compromisso e entrega** – O respeito pelos prazos de entrega e o cumprimento do cronograma de trabalho delineado são altamente valorizados no mercado;
- **Flexibilidade e adaptabilidade** – É comum surgirem novos pedidos e, inclusive, o encurtamento de prazos em todas as fases do relacionamento das empresas com os seus clientes, sendo expectável que as empresas portuguesas apresentem uma postura flexível e capacidade de adaptação a estas mudanças, sem comprometer a qualidade da respetiva resposta;

- **“Formalidade informal”** – A postura mais informal pela qual se caracteriza, de um modo geral, o setor empresarial brasileiro não deve ser confundida com desleixo ou pouca sofisticação nas relações comerciais, sendo que adaptar-se à cultura de negócios local é entender que esta informalidade requer atenção no trato, rapidez e agilidade na resposta das empresas aos respetivos clientes.

Opções de comunicação

- **Eventos (como, por exemplo, feiras e congressos)** – Participar em eventos especializados é crucial para aumentar a visibilidade das empresas portuguesas e estabelecer contactos diretos entre estas e o ecossistema de inovação no país;
- **Redes sociais** – Deve ter-se presente que a utilização das redes sociais possui um peso incontornável na comunicação profissional no mercado, salientando-se LinkedIn (plataforma voltada para *networking*), Instagram (plataforma com um perfil comercial e orientada para a consolidação do posicionamento de marca e a promoção de vendas) e TikTok (plataforma caracterizada por um amplo alcance/abrangência de público);
- **Videochamadas** – Importa ter em consideração que o uso de aplicações e ferramentas de Tecnologias de Informação (TI) para reuniões continua a ser muito comum e bastante apreciado, como herança do período de pandemia COVID-19, permanecendo como mecanismo para otimizar o tempo e maximizar a agenda de reuniões diárias, com *Google Meet*, *Zoom* e *Teams* a destacarem-se como as plataformas mais utilizadas;
- **Descentralização de canais** – Deve ter-se em conta que, dada a dimensão continental do Brasil, é comum a descentralização de canais de comunicação, tendendo os canais de atendimento telefónico e *e-mail*, entre outros, a ser distintos em cada região.

ENQUADRAMENTO DO SETOR

- Segundo o [Global Startup Ecosystem Index 2025](#), o ecossistema de inovação e empreendedorismo do Brasil figura como o 27.º (num universo de 100) mais desenvolvido a nível mundial, sendo líder destacado na América Latina. Esta análise é, igualmente, corroborada pelo [Startup Ecosystem Report 2025](#), com São Paulo a constituir o único centro da região presente no TOP 40 dos principais ecossistemas a nível global, sendo que este posicionamento do país é reforçado no [ranking regional deste mesmo guia](#), de acordo com o qual 5 dos 10

ecossistemas mais robustos da América Latina se situam no Brasil (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre).

- O [Sebrae Startups Report Brasil 2024](#) estima um total de 18 056 *start-ups* ativas no Brasil, com a seguinte distribuição geográfica: Sudeste (36,1%), Nordeste (23,53%), Sul (21,06%), Norte (10,01%) e Centro-Oeste (9,26%).
- No que concerne aos segmentos que registam uma concentração empresarial mais elevada, individualizam-se *EdTech* (10,1%), *Fintech* (9,7%), *Tech/Desenvolvimento de Software* (9,2%) e *Healthtech & Life Sciences* (8,5%), conforme relatado pela Associação Brasileira de Startups, no seu estudo “[Mapeamento do Ecossistema Brasileiro de Startups 2024](#)”.
- Importa mencionar que o [Mapa do Empreendedor 2024](#), da Sling Hub assinala que a maioria das *start-ups* brasileiras ainda se encontra nas fases iniciais do respetivo desenvolvimento, revelando uma concentração substancial em “*early-stage*” (65%). É de referir que somente 8% das mesmas apresentam operação consolidada com investimento de Série A ou B, e 2% têm um modelo de negócio comprovado e IPO (*Initial Public Offering*) no horizonte.
- Até dezembro de 2024, 22 *start-ups* brasileiras alcançaram o estatuto de unicórnio, conforme apontado pela Distrito, plataforma de inovação aberta e *intelligence* em *start-ups*, no seu guia “[Corrida dos Unicórnios – Report 2025](#)”.
- Em 2024, foram investidos R\$ 9bi (9 mil milhões) em *start-ups* brasileiras via *venture capital*, em cerca de 120 rondas. Este valor aumenta para R\$ 17,5bi (17,5 mil milhões) e 289 transações ao incluir *Private Equity* e as fusões/aquisições, conforme demonstrado pelo [relatório “Private Equity e Venture Capital”](#), da TTR Data para a ABVCAP.
- O Brasil dispõe de distintos programas públicos associados ao fomento do ecossistema de *start-ups*, os quais oferecem desde apoio à aceleração ([InovAtiva Brasil](#)) até acesso a investimento ([Programa Finep Startup](#)), passando por suporte à internacionalização ([OutReach Brasil](#)).
- Já o programa [ScaleUp Brazil](#), da responsabilidade da ABVCAP e da Apex, conta já com 5 edições e supera um total de 100 *start-ups* estrangeiras apoiadas no processo de *soft landing*, no Brasil. Segundo a [Distrito](#), contabilizam-se mais de 500 *start-ups* estrangeiras a operar, atualmente, no país.

ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Caracterização do contexto empresarial do Brasil, base do ecossistema de inovação e empreendedorismo do país

- Tendo em vista a contextualização do ecossistema de inovação e empreendedorismo no Brasil, importa ter em consideração a caracterização empresarial do país:
 - Mais de [23 milhões de empresas](#) ativas, no final do 1.º quadrimestre de 2025 (Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, 2025);
 - Predominância de [micro e pequenas empresas](#) (mais de 90% do total de empresas), nas modalidades de microempreendedor individual e empresário individual (Sebrae, 2023);
 - [Principais setores que compõem o tecido empresarial brasileiro](#) (IBGE, 2023) – serviços (mais de 50% do total de empresas, incluindo transporte, saúde, educação, tecnologia e finanças), comércio (cerca de 25% do total de empresas), indústria de transformação (quase 10% do total de empresas, englobando subsetores de relevo como automóvel, dos alimentos e bebidas, têxtil e do calçado, bem como metalúrgico), construção civil (aproximadamente, 7% do total de empresas) e agropecuária (cerca de 1% do total de empresas, registrando uma forte presença de cooperativas e empresas familiares);
 - Principais setores em termos de emprego formal, com base na Relação Anual de Informações Sociais ([RAIS](#)) de 2023, do Ministério do Trabalho e Emprego – Serviços (cerca de 54% do total), comércio (26% do total) e indústria (22% do total);
 - [Maior taxa de empreendedorismo a nível mundial](#) – Cerca de 30% da população adulta participa em atividades de natureza empreendedora (Global Entrepreneurship Monitor, 2023);
 - Heterogeneidade, em termos de dimensão e setor de atuação, das empresas nos principais centros empresariais – Sudeste [São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Campinas – indústria, finanças, Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), mineração, *oil & gas*]; Sul (Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis – alimentos, automóvel, inovação); Nordeste (Recife, Fortaleza, Salvador – TIC, confeitaria, turismo, energia baseada em fontes renováveis); Centro-Oeste (Goiânia, Brasília, Cuiabá – agropecuária, logística, serviços públicos); Norte (Manaus, Belém – eletrônica, comércio, logística).

Caracterização do ecossistema de inovação e empreendedorismo

- O ecossistema brasileiro de inovação e empreendedorismo caracteriza-se por ser:
 - o maior ecossistema de *start-ups* da América Latina, líder em número de *start-ups* ativas, unicórnios e investimento angariado;
 - um setor com regulação própria ([Marco Legal das Startups e Empreendedorismo Inovador](#)) e políticas públicas exclusivas;
 - um ecossistema vibrante, com entes de inovação dispersos por todo o território brasileiro (incubadoras, aceleradoras, *hubs* e parques tecnológicos);
 - um ecossistema de inovação aberta por excelência, beneficiando da relação de proximidade entre agentes públicos (universidades, instituições científicas, centros de investigação, entidades governamentais) e privados (setor empresarial);
 - constituído por *hubs* de referência, que florescem nas capitais dos estados com maior investimento e políticas públicas focadas em inovação – São Paulo, Rio de Janeiro, Florianópolis, Curitiba, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife;
 - composto por segmentos com forte concentração de *start-ups* e investimento, como *fintechs*, *edtechs*, *healthtechs*, *agtechs* e *govtechs*;
 - um [ecossistema](#) que integra empresas que possuem um reduzido número de colaboradores (5 a 10 funcionários), sendo a maioria dos respetivos *founders* do género masculino, com uma média etária de 40 anos e um elevado grau de escolaridade (Ensino Superior);
 - baseado em modelos de negócio, principalmente, *Software as a service (SaaS)*, venda direta, serviço recorrente (assinatura/subscrição) e vendas por *marketplaces*;
 - formado por empresas e consumidores finais, que representam mais de 70% dos clientes no Brasil¹;
 - marcado por uma tendência de crescimento contínuo, não obstante enfrentar desafios regulatórios (burocráticos) e económicos (relativos ao financiamento);
 - um ecossistema pouco internacionalizado, mas internacional (a expansão para mercados externos consta dos planos da maioria das *start-ups* brasileiras, mas poucas a concretizaram; todavia, o Brasil é um mercado propício ao crescimento de *start-ups* estrangeiras, sendo, porém, ainda diminuto o número de *start-ups* estrangeiras presentes no mercado).

¹ Fontes: [Observatório Sebrae Startups](#); [AHK-NEO](#)

Características do consumo

- As dinâmicas de consumo identificadas no ecossistema brasileiro de inovação e empreendedorismo caracterizam-se por um forte impulso digital (mais de 180 milhões de utilizadores de Internet, segundo Integrance²), subjazendo às escolhas dos consumidores a procura de valor, sustentabilidade, autenticidade e impacto social.
- Com efeito, os consumidores brasileiros demonstram propensão para a realização de compras digitais, designadamente, através de dispositivos móveis, com recurso a *fintech* e carteiras digitais. A maturidade digital revelada pelos mesmos promove a inovação nos domínios, mormente, de *e-commerce* e *fintech*.³
- É de salientar que, de acordo com um inquérito de 2025, da Nielsen⁴, 67% dos brasileiros manifestam preferência pela aquisição de produtos de marcas alinhadas com valores ambientais e sociais por si privilegiados, o que fomenta a procura de bens e serviços sustentáveis e inovação em conformidade com os fatores ESG (*Environmental, Social, and Governance*).
- Observa-se a expansão de uma nova classe média, fomentada por *fintech*, no Brasil. Este fenómeno contribui para a dinamização do *e-commerce* e dos produtos financeiros digitais, sendo que a adoção de ferramentas financeiras digitais tem vindo a reforçar a inclusão financeira no país.⁵
- O comportamento dos consumidores brasileiros apresenta uma assinalável diversidade regional, identificando-se uma procura cada vez maior de soluções impulsionadas por tecnologia e marcas globais, em *hubs* regionais como Florianópolis, Fortaleza e Natal.⁶
- A diversidade regional influencia os hábitos de consumo e as taxas de adoção de novas tecnologias no Brasil. Consequentemente, as *start-ups* devem adaptar-se a expectativas distintas, diferentes níveis de rendimento e disparidades no acesso dos consumidores às infraestruturas digitais.
- Importa referir que o domínio, nomeadamente, da saúde regista uma despesa de consumo substancial (EIU, 2026), o que promove a procura de inovação de saúde.
- É de mencionar que, no ecossistema de inovação e empreendedorismo do Brasil, o consumo é incentivado pela existência de um vasto mercado interno, com o país a contabilizar cerca de 213

² Fonte: [Integrance](#)

³ Fontes: [DataReportal](#); [Statista](#)

⁴ Fonte: [Integrance](#)

⁵ Fonte: [Integrance](#)

⁶ Fonte: [Integrance](#)

milhões de habitantes, segundo a EIU, e a representar 53% do universo de *start-ups* da América do Sul, acolhendo 5 175 *start-ups* em 2025, de acordo com StartupBlink⁷.

- Adicionalmente, regista-se, no Brasil, uma elevada procura de inovação por parte de grandes empresas, mais especificamente, de soluções que lhes permitam otimizar as respetivas operações, logística e finanças, bem como proporcionar uma melhor experiência aos seus clientes.⁸

PRINCIPAIS STAKEHOLDERS

Hubs de inovação



[ACATE](#)

(Florianópolis, Santa Catarina)

A Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE) é a principal referência em termos de empreendedorismo e inovação no estado de Santa Catarina. Reúne mais de 1 700 empresas associadas e possui 8 polos de inovação no estado, além de uma filial no Canadá e diversas parcerias com *hubs* de inovação internacionais.

Áreas em destaque: *agtech*; *edtech*; *fintech*; *healthtech*; Indústria 4.0.



[BH-TEC](#)

(Belo Horizonte, Minas Gerais)

O Parque Tecnológico de Belo Horizonte (BH-TEC) foi inaugurado em 2012, fruto de uma parceria entre a Universidade Federal de Minas Gerais, a Prefeitura de Belo Horizonte, o Governo de Minas Gerais, a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais e o SEBRAE.

Áreas de destaque: biotecnologia; *cleantech*; engenharia; nanotecnologia.



[Cubo Itaú](#)

(São Paulo, SP)

Hub de inovação criado pelo Itaú Unibanco, em 2015, com o objetivo de conectar *start-ups*, empresas, investidores e universidades para impulsionar o empreendedorismo tecnológico no Brasil, consolidado como o mais relevante *hub* de fomento do empreendedorismo tecnológico da América Latina.

Áreas em destaque: *agtech*; *edtech*; *fintech*; *healthtech*; energia.

⁷ Fonte: [StartupBlink](#)

⁸ Fonte: [Business Wire](#)



[inovaBra](#)
(São Paulo, SP)

O InovaBra foi criado pelo Banco Bradesco e apoia o desenvolvimento de soluções inovadoras para os desafios do mercado. Destaca-se pelo foco em tecnologias emergentes, como *blockchain*, *IoT* e *IA*, com ênfase no setor financeiro e parcerias com grandes empresas.

Áreas em destaque: *agtech*; *fintech*; *healthtech*; sustentabilidade.



[Parque Tecnológico da UFRJ](#)
(Rio de Janeiro, RJ)

Criado em 2003, no *campus* da Universidade Federal do Rio de Janeiro, trata-se de um ambiente de inovação que conecta universidades, centros de investigação e empresas, acolhendo grandes empresas como Siemens, Schlumberger e Ambev, além de um centro de investigação da Petrobras.

Áreas em destaque: biotecnologia; energia; *healthtech*; sustentabilidade; TIC.



[Porto Digital](#)
(Recife, Pernambuco)

Criado em 2000, trata-se de um dos maiores e mais antigos parques tecnológicos do Brasil, reunindo mais de 400 empresas e cerca de 21 mil profissionais. Destaca-se por promover a inovação aberta, a formação de talentos e a transformação digital, além de ter contribuído para a revitalização urbana da região do Recife Antigo, tendo-se internacionalizado, recentemente, para Portugal, ao abrir escritórios em Aveiro.

Áreas de destaque: audiovisual; desenvolvimento de *software*; economia criativa; videojogos.



[Tecnopuc](#)
(Porto Alegre, Rio Grande do Sul)

O Parque Científico e Tecnológico da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul foi criado em 1999, tendo em vista promover a inovação e o desenvolvimento tecnológico, por meio da integração universidade/empresas/setor público. Dotado de uma infraestrutura moderna, acolhe *start-ups*, centros de inovação e multinacionais, tais como a Dell e a HP.

Áreas de destaque: biotecnologia; energia; *healthtech*; TIC.

Programas de inovação aberta

- O ecossistema brasileiro de inovação aberta contempla casos de projetos *inbound* (integração de conhecimentos, ideias, tecnologias ou soluções vindas do exterior de uma determinada organização, sem cedência de recursos internos), *outbound* (partilha ou licenciamento de inovações internas com outras organizações) e *coupled* (combinação dos métodos anteriores).

- A [Open Startups](#) constitui uma referência no mercado, enquanto plataforma internacional que mede o impacto da criação de negócios entre grandes empresas e *start-ups*. Anualmente, a plataforma divulga o *ranking* “100 Open Startups”, que destaca (por dimensão e categoria) os principais casos de sucesso de relacionamento entre *start-ups* e corporações, tendo sido mapeados mais de 54 mil relacionamentos em 2024.
- O “[Panorama sobre a Prática de Open Innovation entre Corporações e Startups no Brasil em 2023](#)” apresenta um retrato abrangente das parcerias entre grandes empresas e *start-ups* no país. O estudo revela um crescimento expressivo do número de contratos e do volume financeiro movimentado, reforçando a consolidação da inovação aberta como estratégia no ecossistema brasileiro. É de mencionar que o valor total de contratos de inovação aberta com *start-ups* atingiu os 6,4 mil milhões de reais (R\$) em 2023.
- O número de *start-ups* e empresas com inovação aberta tem crescido, de forma expressiva, desde 2018. Os principais setores de relacionamento entre corporações e *start-ups* são: mineração e metais (8,3%); bens de consumo e alimentação (8,2%); serviços profissionais (7,1%). Em termos de comunidades, salientam-se: *big data*; produtividade; IA.
- Eis, seguidamente, as referências brasileiras no domínio da inovação aberta:
 - [Natura](#) – Referência mundial em inovação aberta, orientada por princípios de sustentabilidade, biodiversidade e inclusão social, sendo que a empresa constrói redes colaborativas com diversos atores, de modo a desenvolver os seus produtos, e, deste modo, promove um modelo de negócio alinhado com valores éticos e ambientais:
 - a) ao manter parcerias com comunidades da Amazônia para o fornecimento sustentável de ingredientes naturais (como andiroba, açaí e castanha), valorizando o conhecimento tradicional e promovendo o desenvolvimento local;
 - b) ao colaborar com universidades e centros de investigação para desenvolver biotecnologia, novos ingredientes e processos produtivos inovadores;
 - c) ao lançar a plataforma [Natura Campus](#), que liga cientistas e estudantes a desafios reais da empresa, promovendo a investigação aplicada e apoiando projetos inovadores.
 - [Ambev](#) – Maior cervejeira da América Latina, que investe, de forma significativa, em parcerias com *start-ups* e soluções tecnológicas, com o objetivo de se tornar mais sustentável e eficiente nos seus processos e operações:
 - a) lançando [desafios e programas de inovação aberta](#) (100+ Labs, Além, InnoChallenge);

- b) criando o *hub* de inovação [Ambev Tech](#), com escritórios em várias cidades do Brasil, com o intuito de aproximar a tecnologia do negócio e estimular a colaboração com o ecossistema de inovação.
- o [Embraer](#) – Referência mundial na fabricação de aeronaves e uma das empresas brasileiras mais inovadoras:
 - a) estabelecendo parcerias com universidades de referência, tais como ITA, USP, Unicamp e UFMG, para desenvolver novas tecnologias em áreas como materiais avançados, aerodinâmica e IA;
 - b) sendo *sponsor* do [Parque de Inovação Tecnológica de São José dos Campos](#), um espaço onde *start-ups*, engenheiros e acadêmicos colaboram em projetos conjuntos de I&D;
 - c) desenvolvendo projetos inovadores, de que o [EVE](#) constitui exemplo (voltado para a mobilidade aérea urbana com aeronaves elétricas), em parceria com *start-ups* e empresas globais dos setores de tecnologia e mobilidade.

Universidades de referência

- [USP \(Universidade de São Paulo\)](#) – Universidade-líder em inovação, no Brasil, que se destaca por uma forte aposta na investigação aplicada, no registo de patentes e na colaboração com o setor empresarial, conta com o [Inova USP](#) (centro dedicado à investigação interdisciplinar, à inovação e ao empreendedorismo) e é a maior depositante de patentes do país, mantendo parcerias estratégicas com o setor empresarial;
- [UFRJ \(Universidade Federal do Rio de Janeiro\)](#) – A UFRJ acolhe o [Parque Tecnológico da UFRJ](#) (que reúne mais de 60 empresas e *start-ups*, incluindo grandes nomes como a Petrobras e a Siemens) e dispõe de uma agência de inovação ([Inova UFRJ](#)) que apoia, ativamente, a proteção da propriedade intelectual e a criação de empresas, distinguindo-se nas áreas da ciência aplicada, da engenharia, da biotecnologia e da energia, ao promover uma forte integração universidade/setor produtivo;
- [Unicamp \(Universidade Estadual de Campinas\)](#) – Referência no empreendedorismo universitário, no Brasil, sendo a universidade pública com o maior número de *start-ups* fundadas por antigos alunos, que conta com o seu [Parque Científico e Tecnológico](#), a [Inova Unicamp](#) e uma cultura consolidada de *spin-offs* académicas, e se destaca pela sua atuação de relevo nos setores das TI, engenharia, bem como indústrias alimentar e farmacêutica;
- [UFMG \(Universidade Federal de Minas Gerais\)](#) – Juntamente com a [Coordenadoria de Transferência e Inovação Tecnológica \(CTIT\)](#) e o [BH-TEC \(Parque Tecnológico de Belo Horizonte\)](#),

a UFMG desenvolve uma atuação sólida em inovação aberta e proteção da propriedade intelectual, sendo amplamente reconhecida pela investigação aplicada que conduz nas áreas da biomedicina, da nanotecnologia, da engenharia e da IA;

- [PUCRS \(Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul\)](#) – A PUCRS mantém o [Tecnopuc](#) (um dos parques tecnológicos mais relevantes do Brasil, que acolhe empresas como HP, Dell e ThoughtWorks, bem como várias *start-ups* de base tecnológica) e promove a integração entre o ensino, a investigação e o mercado, através do [IDEIA](#), fomentando a investigação aplicada e reforçando as conexões do ecossistema de inovação de Porto Alegre;
- [UFPE \(Universidade Federal de Pernambuco\)](#) – A UFPE é um dos principais polos de inovação do Nordeste brasileiro (tendo o seu [Centro de Informática \(CIn\)](#) como referência nacional na área das TI), está intrinsecamente relacionada com o surgimento do [Porto Digital](#) e tem particular atuação nas áreas de *software*, jogos digitais, saúde digital e *big data*, consolidando o seu papel no desenvolvimento tecnológico da região;
- [PUC-Rio \(Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro\)](#) – Com tradição em investigação aplicada e destaque nas áreas de engenharia, computação e *design*, conta com o [Instituto Gênesis](#), dedicado à incubação de empresas e à capacitação de empreendedores;
- [UFPR \(Universidade Federal do Paraná\)](#) – Através da sua [Agência de Inovação](#), apoia o registo de patentes, transferência de tecnologia e promoção do empreendedorismo académico, integra o [Vale do Pinhão](#) (ecossistema de inovação da cidade de Curitiba) e destaca-se pela investigação aplicada nos domínios da engenharia, das ciências ambientais e da agronomia.

Entidades institucionais de referência

Entidades privadas

- [Institutos SENAI de Inovação](#):
 - Integram-se numa estratégia nacional para fortalecer a investigação aplicada, a tecnologia e a inovação na indústria brasileira;
 - Distribuem-se pelas cinco regiões do país;
 - Contam com laboratórios avançados e especialização técnica;
 - Focam-se em soluções voltadas para o mercado;
 - Localizam-se perto de complexos industriais, parques tecnológicos e universidades;
 - Promovem a transferência de conhecimento entre a academia e o setor produtivo, contribuindo para a competitividade da indústria.

Entidades públicas

- **Institutos Federais de Investigação**

- Parte significativa dos institutos federais de investigação não-universitária está vinculada ao [Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação \(MCTI\)](#), de que são exemplo:
 - a) o [Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais \(CNPEM\)](#), o qual se encontra sediado em Campinas (em São Paulo), constitui um centro de excelência em investigação científica e desenvolvimento tecnológico, integra quatro laboratórios de referência (LNLS, LNBio, LNBR e LNNano), destaca-se pela sua infraestrutura de ponta (nomeadamente o Sirius, um dos aceleradores de partículas mais avançados do mundo) e colabora com empresas e *start-ups* nos setores da saúde, da energia, dos materiais e da sustentabilidade;
 - b) o [Instituto Nacional de Tecnologia \(INT\)](#), sediado no Rio de Janeiro, é um dos centros públicos de investigação tecnológica mais antigos do Brasil, atua em engenharia de avaliações, materiais, energia e sustentabilidade (promovendo a inovação industrial, através de projetos aplicados e serviços tecnológicos) e apoia, também, micro e pequenas empresas com programas de transferência de tecnologia, contribuindo para a modernização produtiva e a competitividade;
 - c) o [Instituto de Matemática Pura e Aplicada \(IMPA\)](#) (Rio de Janeiro), referência internacional em investigação matemática e formação de excelência, tendo, não obstante o respetivo foco em matemática pura e aplicada, vindo a expandir a sua atuação na inovação tecnológica, colaborando com setores como a IA, a ciência de dados e a modelação computacional e, deste modo, contribuindo para o ecossistema de inovação e *start-ups* no Brasil.
- Elencam-se, de seguida, outros institutos federais relevantes, associados a diferentes ministérios, consoante a respetiva área de atuação:
 - a) [Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária \(EMBRAPA\)](#), que, com sede em Brasília, constitui uma referência pública em investigação e inovação agropecuária, desenvolve tecnologias sustentáveis, melhoramento genético, biotecnologia e soluções digitais para o campo, possui centros em todo o país e colabora com universidades, empresas e produtores, promovendo a transferência de conhecimento e a inovação no agronegócio;
 - b) [Fundação Oswaldo Cruz \(FIOCRUZ\)](#), que, sediada no Rio de Janeiro, é uma instituição pública de excelência em investigação, desenvolvimento e inovação em

saúde pública, se destaca nas áreas de vacinas, medicamentos, diagnóstico e vigilância epidemiológica, conta com centros avançados e incubadoras de empresas (como a Bio-Manguinhos e o Farmanguinhos) e colabora com universidades, *start-ups* e organismos internacionais, constituindo um pilar do ecossistema de inovação em saúde no Brasil.

- Dá-se, ainda, o caso de centros de renome emergirem de empresas estatais, tais como a Petrobras [[Centro de Pesquisas, Desenvolvimento e Inovação Leopoldo Américo Miguez de Mello \(CENPES\)](#)], focado em tecnologias inovadoras nos setores de petróleo, gás e energia baseada em fontes renováveis, bem como descarbonização] e a Eletrobras [[Centro de Pesquisas de Energia Elétrica \(CEPEL\)](#)], especializado em soluções inovadoras para a geração, a transmissão, a distribuição e o uso eficiente da energia elétrica].
- Também o [Instituto Tecnológico de Aeronáutica](#), instituição universitária pública ligada ao Comando de Aeronáutica da Força Aérea Brasileira, conta com quase duas dezenas de laboratórios científicos que promovem o progresso tecnológico das atividades aeroespaciais.
- **Institutos Estaduais de Investigação**
 - Responsável por cerca de metade da produção científica do país, o estado de São Paulo (de acordo com um estudo publicado em 2023, pela [Agência Bori](#)) reúne a maior rede de centros de investigação do Brasil, com 9 institutos associados a distintas secretarias estaduais, entre os quais se individualizam o [Instituto de Pesquisas Tecnológicas \(IPT\)](#) e o [Instituto Butantan \(IB\)](#);
 - Paraná, Rio Grande do Sul, Pará e Bahia (cada um dos quais conta com 2 institutos), Minas Gerais (3 institutos) e Rio de Janeiro (3 institutos) são outros estados em que se encontram presentes institutos responsáveis pela produção de conhecimento aplicado a políticas públicas, visando apoiar o desenvolvimento regional.

FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO

Macrotendências de investimento em *start-ups* no Brasil

- **Rentabilidade e eficiência** – Após um período de franco crescimento (entre 2020 e 2022), o ano de 2023 foi marcado pela moderação do risco dos investidores, que priorizam, agora, a eficiência operacional, modelos lucrativos e escalabilidade viável e sustentada, pelo que é possível notar *valuations* mais realistas e com menos rondas de investimento;

- **Diversificação das formas de investimento** – Observa-se um crescimento do investimento-anjo (mesmo com *tickets* mais baixos) e plataformas de *equity crowdfunding* (financiamento coletivo com participação acionista), embora *corporate venture capital* e *open innovation* se mantenham como protagonistas no cenário nacional;
- **M&A (Fusões e Aquisições) a prevalecer sobre IPOs** – O Brasil ainda detém uma participação modesta no volume total de ofertas, com as empresas a adotarem uma postura cautelosa diante do ambiente macroeconómico, sendo que as fusões e aquisições são a principal estratégia de saída para fundos e *founders* no país;
- **Reforço de sinergias entre tecnologia e setores tradicionais** – *Fintechs*, *healthtechs*, *agtechs* e *edtechs* lideram a angariação de capital, com incidência em projetos que democratizem serviços e removam intermediários tradicionais (bancos, distribuidores, representantes comerciais, etc);
- **Impacto social e ambiental** – Ascensão do investimento em projetos com impacto real no tecido socioeconómico, sendo que a aplicação de critérios ESG (ambientais, sociais e de governança) e a integração das preocupações de sustentabilidade assumem um peso crescente nas decisões de investimento;
- **Descentralização geográfica dos investimentos** – Ainda que a origem do investimento permaneça essencialmente concentrada em São Paulo, os investidores tendem a apostar em *start-ups* com conhecimento local e soluções adaptadas a cada região;
- **“IA além da IA”** – Os investimentos em IA procuram que a oferta garanta soluções além do produto (por exemplo, infraestrutura digital e *enabling technologies*);
- **Contexto macroeconómico como fator condicionante** – As flutuações nas taxas de juro e a imprevisibilidade política afetam o apetite dos investidores por risco, mantendo-se o segmento de inovação, todavia, relativamente atrativo, mesmo em cenários adversos.

Opções de financiamento de *start-ups* no Brasil, ao longo do tempo

- **Capital próprio (*bootstrapping*)** – Nos estágios iniciais, muitas *start-ups* brasileiras são financiadas com recursos próprios dos respetivos fundadores, economias pessoais ou até apoio familiar, sendo que este modelo ainda se revela comum nas fases de validação de uma determinada ideia e desenvolvimento do produto mínimo viável;
- **Investimento-anjo** – A partir da década de 2010, cresceram as redes de investidores-anjo (entre as quais se salienta a [Anjos do Brasil](#)), que passaram a investir capital em troca de participação, sendo que este tipo de investimento (ainda hoje, bastante comum no mercado) desempenha um papel decisivo na fase primária de crescimento e início de operação das *start-ups*;

- **Aceleradoras e incubadoras** – Iniciativas como as mencionadas, anteriormente, neste documento e outros projetos com marcada índole universitária começaram a oferecer mentoria, *networking* e pequenos investimentos financeiros, ajudando as *start-ups* a preparar-se para rondas maiores de investimento;
- **Seed capital e venture capital (VC)** – Com o amadurecimento do ecossistema, os fundos de *venture capital* passaram a liderar investimentos em rondas *seed*, Séries A e B;
- **Corporate venture capital** – Grandes empresas passaram a criar veículos próprios para investir em *start-ups* com sinergias com os respectivos setores de atividade, disponibilizando capital e garantindo, às *start-ups*, acesso ao mercado;
- **Apoio público** – Tendo o Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (BNDES) e a Financiadora de Estudos e Projeto (FINEP) como principais rostos, diversas instituições públicas começaram a apostar em linhas de crédito específicas para inovação e subvenções, especialmente dirigidas a projetos de base tecnológica ou impacto social;
- **Equity crowdfunding** – Embora em menor dimensão, trata-se de uma opção que tem vindo a conquistar seguidores junto de um público com maior poder aquisitivo, permitindo aportes a título individual em troca de ações;
- **Investimento estrangeiro** – O aumento da visibilidade internacional e o potencial de escala das *start-ups* brasileiras, aliada à possível penetração noutros mercados regionais, têm vindo paulatinamente a atrair fundos globais.

CONSTITUIÇÃO DE EMPRESAS

Tributação

- A organização da estrutura fiscal de uma *start-up* desde a sua criação no Brasil é uma estratégia fundamental para o sucesso das respetivas operações. O setor de atuação, as projeções de faturação, os custos operacionais e as despesas com funcionários são alguns dos critérios a considerar na definição do regime tributário no qual a *start-up* se irá integrar.
- Esta escolha irá influenciar diretamente o pagamento de impostos. Um enquadramento incorreto poderá resultar em problemas com a Receita Federal. Assim, sugere-se que a *start-up* seja, desde o seu início, assessorada por um especialista.
- Atualmente, as *start-ups* podem optar pelos seguintes regimes tributários:
 - Simples Nacional – Regime simplificado de tributação mais comumente adotado por micro e pequenas empresas no Brasil, unificando diversos tributos federais, estaduais e municipais, e aplicando-se a empresas com faturação anual até R\$ 4,8 milhões;

- Lucro Presumido – Regime baseado numa margem de lucro estimada pela Receita Federal, aplicável a empresas com volume de negócios mais elevado, exigindo menos burocracia do que o Lucro Real, mas podendo ser desvantajoso se a margem real for inferior à presumida;
- Lucro Real – Regime obrigatório para empresas com faturação superior a R\$ 78 milhões e instituições financeiras, envolvendo maior complexidade contabilística.
- Eis, de seguida, os principais tributos que incidem sobre as *start-ups*:
 - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS);
 - Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);
 - Programa de Integração Social (PIS);
 - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS);
 - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) em operações interestaduais.
- Em termos de incentivos fiscais, destacam-se alguns regimes vigentes que podem ser aproveitados pelas *start-ups*, de modo a alavancar a sua atividade:
 - [Lei do Bem](#), destinada a empresas que desenvolvam projetos focados na inovação tecnológica e invistam em I&D, com tradução na criação de empregos, sendo de chamar a atenção para os critérios de elegibilidade;
 - [Lei do Investidor Anjo](#), a qual estabelece o enquadramento regulatório para quem pretende investir capital em empresas iniciantes de alto potencial.
- Existem, ainda, outros mecanismos de apoio, como subvenções públicas e linhas de crédito específicas, cujas periodicidade e vigência são voláteis de acordo com a produção legislativa dos sucessivos governos.
- Adicionalmente, é de assinalar, por enquanto, a imprevisibilidade dos impactos da reforma tributária, atualmente, em discussão para as *start-ups*.

Formalidades

- Uma *start-up* estrangeira que pretenda operar no Brasil deverá começar por definir a tipologia de presença dentro das seguintes opções:
 - Subsidiária – Opção mais comum, a qual requer a constituição de uma empresa brasileira (limitada ou sociedade anónima), podendo ter sócios estrangeiros e capital transferido do exterior;
 - Filial estrangeira registada – Aplicável a uma sociedade estrangeira que deseje instalar-se no Brasil, através de filial, sucursal, agência ou estabelecimento físico (franquia), requerendo [autorização prévia do Governo](#).

- É possível a prestação de serviços a partir do exterior, sem necessidade de abertura de empresa local. Alerta-se, porém, para a possibilidade de maior incidência de tributos sobre a atividade.
- A documentação dos sócios a apresentar no ato de constituição da empresa varia em função da sua localização. O único documento obrigatório comum a todos os sócios é o [CPF \(Cadastro de Pessoas Físicas\)](#).
- Caso resida no Brasil, o sócio estrangeiro deve apresentar, à Junta Comercial do estado onde decide iniciar a respectiva atividade, o seu documento de identificação local (RNE ou DNI), atestado de residência e visto de residência permanente (ou equivalente que ateste a vigência da residência). No caso de um sócio estrangeiro não residente, além do necessário registro no CPF, deverá outorgar poderes a um procurador, que passará a ser o seu representante legal no país (pode ser brasileiro ou estrangeiro residente no Brasil). É de assinalar a existência de [visto de investimento](#) como solução amplamente utilizada para um empreendedor que se pretenda fixar no Brasil com “propósito de investir em atividade de inovação, de pesquisa básica ou aplicada, de caráter científico ou tecnológico”.
- Posteriormente, a empresa deve redigir o seu contrato social, mencionando o total de capital estrangeiro. Não há valor mínimo de capital social a declarar. Porém, deve haver uma adequação com a expectativa de faturação e volume de atividade. É habitual que os investidores procurem blindar os seus interesses através da formalização de contratos, acordos de sócios e até *vesting*.
- Após reunir a documentação supramencionada, a empresa deve proceder ao registro na Junta Comercial do estado onde irá atuar, comprovando, ainda, endereço fiscal no Brasil.
- A abertura de empresas no Brasil é efetuada através da plataforma REDESIM, integrando os registros na Junta Comercial, na Receita Federal e em autoridades locais. Embora o processo seja descrito como rápido pelas autoridades, é de referir que a burocracia e o tempo de resposta ainda diferem significativamente entre os estados.
- Uma vez constituída, e sendo uma empresa brasileira de direito, caso a *start-up* receba investimento estrangeiro (quer de indivíduos, quer de empresas) para operar no mercado, deverá comunicar e registrar a entrada de recursos no Banco Central do Brasil (BACEN) no prazo máximo de 30 dias. São considerados investimentos estrangeiros: a constituição de novas empresas (*spin-offs*), o aumento de participação de acionistas em empresas já existentes, os empréstimos e os financiamentos a longo prazo.
- Toda e qualquer mudança na estrutura societária que gere alterações na participação dos acionistas e investidores deve, igualmente, ser comunicada ao BACEN.
- O registro de marcas e patentes deve ser realizado no [INPI \(Instituto Nacional da Propriedade Industrial\)](#). Em janeiro de 2024, o INPI estimava o tempo médio de registro para marcas e

patentes em 18 a 24 meses e 6 anos, respetivamente, a partir da data do depósito. Os custos são variáveis de acordo com tramitação prioritária e taxas adicionais, não sendo, no entanto, considerados onerosos face ao padrão mundial.

Entraves

- Conquanto as *start-ups* tendam a mover-se com maior agilidade e leveza de processos, os entraves que irão encontrar ao entrar no mercado brasileiro são, em muitos casos, idênticos aos enfrentados por grandes empresas:
 - **Burocracia e complexidade tributária** – O sistema tributário brasileiro é um dos mais complexos do mundo, com diversas obrigações acessórias e tributos federais, estaduais e municipais, e a possibilidade de imprevisibilidade da jurisprudência, sendo que, em ambas as áreas tributária e judicial, é comum a disparidade na interpretação das obrigações locais mesmo entre profissionais especializados, pelo que a empresa deve estar preparada para fundamentar juridicamente todas as suas decisões e, se possível, consultar mais do que uma fonte antes de avançar;
 - **“Insegurança jurídica”** – A publicação do Marco Legal das *Start-ups* (Lei Complementar n.º 182/2021) representou um avanço, ao definir o conceito de *start-up*, regular figuras de investimento e prever simplificações para licitações públicas, sendo que, no entanto, persistem lacunas regulatórias (em matérias como propriedade intelectual, falência, *stock options* e tributação de investimentos conversíveis) que devem requerer particular atenção dos empreendedores estrangeiros;
 - **“Custo Brasil”** – Esta famosa expressão alude, entre outros aspetos, a custos operacionais elevados, encargos laborais (associados a uma legislação laboral que pode dificultar contratações flexíveis), volatilidade cambial (no Brasil, o Real prevalece e é a moeda de negócio) e até entrada e saída de recursos financeiros;
 - **Falsa proximidade cultural** – O empreendedor português que opte pelo mercado brasileiro deve saber desmistificar a ideia de que, por falar o mesmo idioma ou partilhar traços culturais comuns com o Brasil, terá alguma vantagem competitiva no mesmo, sendo de referir, por um lado, que o mercado irá analisar a proposta de valor da mesma forma que analisa soluções *“made in Brasil”* e, por outro, que as *start-ups* estrangeiras tendem a enfrentar resistência ou desconfiança de consumidores locais, num contexto onde há uma forte presença de concorrentes locais em, praticamente, todos os segmentos de atuação;

- **Desigualdade regional** – Pensar em atuar no Brasil é, por norma, pensar em grande escala (expandir à dimensão continental), devendo esta ideia ser bem desconstruída antes de abordar o mercado, dado que o Brasil não é um mercado homogêneo, pelo que deve ser avaliado do ponto de vista regional (ou até estadual), tendo em consideração as diferenças na legislação, as dinâmicas do ecossistema, a presença de empresas, os *clusters* em evidência e até os incentivos à instalação.

CONCORRÊNCIA

Concorrência estrangeira

- Estimam-se, atualmente, mais de 500 *start-ups* estrangeiras a operar ativamente no Brasil, sendo EUA, Alemanha, França, Espanha, Israel e China as principais origens destas empresas, cujas soluções se desdobram, principalmente, nos setores de energia, saúde e bem-estar, mobilidade, comércio e distribuição (*marketplaces*), cibersegurança e IoT.
- Constituem estratégias comuns de entrada no mercado a parceria com *start-up* local (*joint venture*) e a aquisição de empresa brasileira de menor dimensão.
- A criação de uma unidade local (muitas vezes, autónoma) é fundamental para garantir sucesso, adequação do produto e suporte ao cliente.
- Não obstante o Brasil ainda ser mencionado como “mercado-piloto” para expansão regional, a exigência do mercado interno e oportunidades associadas acabam por relegar esta estratégia para segundo plano.
- Apresentam-se, em seguida, alguns exemplos de *start-ups* (incluindo unicórnios) globais com forte presença no Brasil:
 - *E-commerce* – Shein (China), Shopee (Singapura);
 - *Fintech* – Revolut (Reino Unido);
 - Comunicação digital – Telegram (Rússia), Discord (EUA);
 - *Mobilitytech* (tecnologia aplicada à mobilidade urbana e interurbana) – FlixBus (Alemanha), BlaBlaCar (França);
 - *Superapp* – Rappi (Colômbia).
- Para além das *start-ups* emergentes, o Brasil acolhe, com sucesso, várias empresas internacionais já consolidadas, que já ultrapassaram a fase de *start-up*, mas mantêm uma presença forte e uma influência significativa no mercado local. Empresas como *Airbnb*, *Uber*, *Spotify*, *Wise*, *LinkedIn* e *Duolingo* destacam-se por terem transformado os respetivos setores, contribuindo para a digitalização e a inovação no país.

Concorrência local

- O perfil das *start-ups* brasileiras caracterizou-se, em 2025, por um ambiente de negócios, predominantemente, B2B, com foco em modelos de negócio inovadores, replicáveis e escaláveis.
- Não obstante a presença de importantes *players* estrangeiros e a abertura à entrada de novos agentes externos, o ecossistema brasileiro ainda privilegia quem tem mais lastro local, conhecimento e experiência de mercado.
- Conforme evidenciado pelo crescimento de *start-ups* entre 2021 e 2024, superior ao verificado entre 2012 e 2020, trata-se de um ecossistema feroz, altamente competitivo e com elevada taxa de mortalidade de *start-ups*.
- De acordo com o relatório “[Founders Overview 2024](#)”, da ACE Ventures, as equipas das *start-ups* são cada vez menores, distribuídas por todo o território brasileiro e focadas em desenvolver negócios sólidos (entraves identificados, maioritariamente, por grandes empresas), enfrentando dificuldades de acesso a capital.
- É visível um movimento consolidado de projetos cujos *founders* são pessoas mais experientes, com uma experiência profissional marcada por passagens pelo mercado corporativo.
- Elencam-se, seguidamente, exemplos de empresas brasileiras que surgiram como *start-ups* e, atualmente, são líderes de mercado nos respetivos segmentos de atuação:
 - *Proptech* (tecnologia para o setor imobiliário) – QuintoAndar, Lof.;
 - *Gaming* – Wildlife Studios;
 - *Healthtech/Bem-estar* – Dr. Consulta, Wellhub (ex-Gympass);
 - *Fintech* – C6 Bank, EBANX, NUBANK, PicPay;
 - *E-commerce* – VTEX;
 - *Edtech* – Hotmart;
 - *Foodtech* – iFood;
 - Logística – Loggi.

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Físicos

- No Brasil, os canais físicos continuam a ter grande relevância, especialmente, em setores como a alimentação, a moda e os bens de consumo em geral;

- No ecossistema de inovação e empreendedorismo, os canais físicos, quando utilizados, entram nas estratégias das *start-ups* em fases mais maduras da respectiva operação, pelo elevado investimento que representam, sendo que a aquisição de novos clientes, a prestação de serviços, o fortalecimento das marcas ou o relacionamento com o público/atuais clientes são, por norma, as principais razões conducentes a esta decisão;
- Os principais canais físicos adotados por *start-ups* no Brasil incluem:
 - lojas próprias/espços de experiência das marcas (ex.: *showrooms* ou *concept stores* de marcas de beleza ou vestuário);
 - *pop-up stores*;
 - distribuidores e revendedores locais (sobretudo, setor logístico);
 - feiras, eventos e mercados locais (*stands/expositores*);
 - “*click and collect*” (por norma, em parceria com alguma empresa que já tenha loja física).

E-commerce

- O comércio eletrônico tem registado um crescimento acelerado no Brasil, sendo impulsionado por mudanças nos hábitos de consumo, maior digitalização e acesso à Internet.
- Geralmente, as *start-ups* que apostam no *e-commerce* utilizam:
 - *Marketplaces* – [Mercado Livre](#), [Magazine Luiza](#) e [Amazon Brasil](#) funcionam como canais principais de venda, permitindo às *start-ups* aceder a um público amplo, através de estruturas logísticas terceiras;
 - Lojas virtuais próprias – *Websites* e/ou *apps* das próprias *start-ups* para vendas diretas;
 - Redes sociais e *apps* de mensagens – Venda através de Instagram, Facebook, WhatsApp ou, mesmo, Telegram;
 - Modelos de subscrição e clubes de produtos, geridos pelas próprias *start-ups*, numa lógica de exclusividade para os clientes;
 - *Apps* de entrega e plataformas de serviços – Opção mais explorada por *start-ups* de *foodtech*, entregas rápidas e serviços *tailormade*.

COMUNICAÇÃO

Feiras setoriais

- Tendo em conta a elevada dimensão do mercado e o relevo do ecossistema de inovação e empreendedorismo no Brasil, proliferam feiras setoriais no país, sendo comum a apresentação

de vários destes eventos como “o maior do Brasil” ou “mais relevante da América Latina”. Assim, previamente à inscrição/participação nas mesmas, sugere-se a sua análise detalhada, com foco em edições anteriores, perfil do organizador e patrocinadores, lista de oradores e participantes previstos.

- São feiras setoriais consolidadas no mercado:
 - [Gramado Summit](#) (Gramado, Rio Grande do Sul) – Evento dedicado a empreendedorismo, *marketing*, vendas e inovação, e orientado para *start-ups* e Pequenas e Médias Empresas (PME), distinguindo-se por um foco na humanização e no impacto humano da inovação;
 - [Minas Summit](#) (Belo Horizonte, Minas Gerais) – Evento direcionado para o fortalecimento do ecossistema de inovação de Minas Gerais, realizado na sua capital e que promove a ligação entre *start-ups*, empresas, universidades e setor público, com ênfase na inovação aplicada;
 - [Rec’n’Play](#) (Recife, Pernambuco) – Festival gratuito de inovação, tecnologia e economia criativa, com lugar na capital de Pernambuco, incluindo palestras, *workshops* e experiências culturais, destacando-se pelo seu formato aberto e inclusivo, bem como pela respetiva ligação à educação digital;
 - [Rio Innovation Week](#) (Rio de Janeiro, RJ) – Uma das maiores conferências de inovação e tecnologia da América Latina, com uma abordagem multissetorial que cruza tecnologia, economia, políticas públicas e sociedade, reunindo governos, grandes empresas e especialistas do setor;
 - [South Summit Brasil](#) (Porto Alegre, Rio Grande do Sul) – Evento internacional do setor, realizado na capital do estado de Rio Grande do Sul, ligando *start-ups*, investidores, grandes empresas e decisores mundiais, com foco em investimento, *scale-up*, sustentabilidade e negócios de impacto;
 - [Startup Summit](#) (Florianópolis, Santa Catarina) – Um dos principais eventos de empreendedorismo e inovação do Brasil, com lugar na capital do estado de Santa Catarina e foco no ecossistema de *start-ups*, investimento e crescimento de negócios, oferecendo atividades práticas e *networking* qualificado;
 - [Web Summit Rio](#) (Rio de Janeiro, RJ) – Edição latino-americana de um dos maiores eventos mundiais de tecnologia e inovação, reunindo *start-ups*, investidores, decisores políticos e líderes internacionais para debater tendências como IA, *fintech* e sustentabilidade, com forte projeção internacional.

Outros eventos

- Além das grandes feiras já anteriormente listadas, o ecossistema brasileiro de inovação e empreendedorismo organiza eventos de âmbito e participação mais nacional, que ditam as tendências do mercado, designadamente:
 - [CASE \(São Paulo, SP\)](#) – Evento organizado pela ABStartups, a caminho da sua 12.^a edição, referência para *start-ups* em fase inicial que procuram conexão com parceiros, tendo em vista a sua expansão e o respetivo crescimento;
 - [InovaTech Executive Summit \(São Paulo, SP\)](#) – Conferência anual direcionada para executivos de grandes empresas, líderes de inovação e decisores estratégicos, reunindo palestras com CEOs, debates sobre tendências tecnológicas (IA, *blockchain*, ESG, *open innovation*) e oportunidades de *networking* ao mais alto nível;
 - [Cubo Conecta \(São Paulo, SP\)](#) – Evento promovido pelo *hub* de inovação Cubo Itaú, com encontros alusivos a temas como saúde, *fintechs*, sustentabilidade, diversidade, IA, entre outros, reunindo *start-ups*, grandes empresas, investidores e especialistas do setor;
 - [Startup Day](#) (várias cidades brasileiras) – Iniciativa do Sebrae, com o objetivo de fomentar o ecossistema local de *start-ups* e inovação, ao dinamizar palestras, oficinas, painéis e sessões de *networking* em centenas de cidades brasileiras no mesmo dia, sendo ideal para *start-ups early-stage* e quem procura começar a empreender;
 - [ACE Summit \(São Paulo, SP\)](#) – Organizada pela ACE Ventures, reúne fundadores, investidores, executivos de grandes empresas e especialistas do ecossistema, de modo a discutir os temas de crescimento, cultura organizacional, investimento e inovação.

Publicações setoriais

- O ecossistema de inovação e empreendedorismo brasileiro é, por excelência e natureza de atuação, terreno digital, pelo que as principais publicações setoriais abaixo elencadas dispõem, quase exclusivamente, de versão *online*:
 - [Startupi](#) – Um dos principais portais brasileiros focados em *start-ups*, tecnologia e inovação, apresentando notícias de investimentos, fusões, programas de aceleração e eventos do setor;
 - [PEGN \(Pequenas Empresas & Grandes Negócios\)](#) – Revista e portal de negócios voltados para o empreendedorismo no Brasil, possuindo uma edição digital específica, designada por PEGN Startups, e dedicada, exclusivamente, ao ecossistema de inovação e tecnologia;
 - [NeoFeed](#) – Portal de notícias de negócios, tecnologia, *start-ups* e finanças;

- Startup.com.br – Portal que recolhe notícias sobre captação de investimento, tendências de mercado e testemunhos de *founders*.
- É, ainda, possível encontrar informação sobre o ecossistema (mormente, investimentos) em publicações diárias, voltadas para o mundo dos negócios, como a [Exame](#) e o [Valor Econômico](#).

Associações setoriais

- [ABStartups \(Associação Brasileira de Startups\)](#) – Principal entidade representativa de *start-ups* no Brasil, atuando na articulação entre empreendedores, investidores, empresas e poder público, organizando eventos como o CASE (Conferência Anual de Startups e Empreendedorismo) e mantendo uma base nacional de dados sobre o setor;
- [Anprotec \(Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores\)](#) – Associação que reúne incubadoras de empresas, parques tecnológicos, aceleradoras, centros de inovação e universidades, constituindo uma referência no apoio aos ambientes de inovação e atuando em políticas públicas, formação, certificação e cooperação internacional;
- [ACATE \(Associação Catarinense de Tecnologia\)](#) – Associação frequentemente citada como modelo de articulação regional, representando centenas de empresas e *start-ups* em Santa Catarina, operando centros de inovação e mantendo programas de incubação, aceleração e apoio ao crescimento;
- [Softex \(Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro\)](#) (Brasília, DF) – Organização de interesse público que promove a competitividade da indústria brasileira de *software*, TI e inovação, atuando com programas de fomento, exportação de tecnologia, apoio a *start-ups* e formação;
- [ABES \(Associação Brasileira das Empresas de Software\)](#) – Associação criada para assegurar um ambiente de negócios propício à inovação, sob o desígnio de um “Brasil Mais Digital e Menos Desigual”;
- Destacam-se, adicionalmente, associações setoriais temáticas, que assumem preponderância pelo relevo do segmento que representam, como, por exemplo, a [Associação Brasileira de Fintechs](#) e a [Associação Brasileira de Startups de Saúde](#).

Características da comunidade de inovação e empreendedorismo, base da estratégia de comunicação a delinear

- Importa ter em consideração que se trata de uma comunidade ativa e resiliente, que continua a apostar no país e a identificar oportunidades, apesar dos desafios do ambiente de negócios;
- A comunidade atua, quase exclusivamente, através de canais digitais, procurando ampliar e consolidar a sua presença em todos os meios possíveis;
- A troca de experiências, a colaboração e as mentorias são altamente valorizadas – seja através de palestras, eventos ou reuniões bilaterais;
- A comunidade encontra-se dispersa por todo o território brasileiro, sendo pródiga na criação de grupos e comunidades locais/regionais, e revela uma aposta forte na sua integração com o Governo/órgãos públicos e as universidades;
- Adicionalmente, demonstra abertura à internacionalização, sendo que, numa primeira fase, é comum a participação (até para efeitos de validação de produto/serviço) em grandes eventos internacionais (com a Web Summit Lisboa a assumir protagonismo);
- O Brasil tem tradicionalmente uma participação muito expressiva na Web Summit Lisboa, sendo frequentemente a maior delegação estrangeira presente no evento, o que reflete a forte ligação do ecossistema brasileiro à conferência e sublinha a relevância estratégica de Portugal como parceiro prioritário do Brasil e como porta de entrada para o mercado europeu;
- Trata-se de uma comunidade extremamente diversa, sendo possível identificar inúmeros projetos voltados para os temas de diversidade racial, género, orientação sexual, minorias étnicas ou moradores das periferias.

TENDÊNCIAS

Consumo

- Mercado voraz por novidades que simbolizem “*status*”;
- Consumidor inveterado, assente em crédito e atraído pela possibilidade de parcelar o pagamento sem juros;
- Crescimento, em alguns segmentos da população brasileira, de um consumo economicamente racional, com a procura de valor real do produto além do preço, o que se tem traduzido num consumo mais consciente, promovido por empresas, social e economicamente, responsáveis e transparentes (*accountability*);

- Atenção cada vez maior ao impacto do consumo na saúde (física e emocional), o que tem aberto espaço para soluções de aplicações com IA, com foco em hábitos saudáveis e estilo de vida *fit*;
- Promoção de soluções que garantam autenticidade no consumo e proximidade à identidade cultural local, quase artesanal.

Desenvolvimento

- Praticidade e agilidade das soluções, garantindo que os consumidores conseguem, através de um único fluxo, encontrar, comprar e receber os produtos/serviços;
- Personalização extrema da experiência, onde os consumidores pretendem que uma determinada solução seja o mais adaptada possível aos seus comportamentos, preferências e histórico de compras;
- Presença omnicanal indispensável, com estratégias distintas em cada plataforma, ciente dos distintos perfis que navegam em cada uma;
- Reforço do papel dos *influencers*/criadores de conteúdo enquanto “certificado de qualidade” dos produtos (embora em comunidades cada vez mais de nicho).

ANÁLISE SWOT

Pontos fortes

- O ecossistema português de *start-ups* já representa mais de 1% do PIB português e 5% do total da exportação de serviços de Portugal, empregando mais de 25 mil trabalhadores⁹, o que pode impulsionar a internacionalização das empresas portuguesas no mercado brasileiro;
- Portugal ocupa a 12.ª posição como país mais inovador da União Europeia ([Innovation Scoreboard EU](#)) e idêntica posição no Ranking Top 100 de Ecossistemas em Crescimento ([Startup Genome](#)), o que pode promover o sucesso das empresas portuguesas no Brasil;
- Panorama tecnológico de Portugal altamente reconhecido (4.º lugar no [Startup Heatmap Europe](#)), valorizado ([Lisboa, Capital Europeia da Inovação em 2023](#)) e em contínuo crescimento, o que pode contribuir para projetar as empresas portuguesas no mercado brasileiro;
- As *start-ups* portuguesas já nascem “globais”, vocacionadas para a internacionalização, sendo que 35% das mesmas exportam e registam um volume de negócios superior a 1,5 mil milhões de euros, segundo dados referentes a 2024;
- Ecossistema português de inovação e empreendedorismo bem estruturado em termos institucionais, através da [Startup Portugal](#) e de outras entidades regionais, garantindo capilaridade de atendimento;
- Rede robusta de incubadoras em Portugal (com quase 140 integrantes na [Rede Nacional de Incubadoras](#)), setorialmente especializadas, com uma grande sinergia entre os diversos *players*, o que pode promover a inserção das empresas portuguesas no mercado brasileiro;
- Aumento do interesse das grandes empresas (capital português e estrangeiro) no ecossistema de *start-ups*, com vista a assumir o papel de parceiros, clientes e/ou investidores;
- Número significativo de medidas e políticas públicas focadas em apoiar o desenvolvimento das *start-ups* – Programas de Incubação e Aceleração, Incentivos (Financeiros, Fiscais e de Criação de Emprego) e outros (Startup Visa, Tech Visa, etc.);
- Políticas governamentais favoráveis, em Portugal, ao desenvolvimento do empreendedorismo, com execução de ações estruturantes para o financiamento do ecossistema (Portugal Ventures, Banco Português de Fomento), o que pode contribuir para apoiar a internacionalização das empresas portuguesas, nomeadamente, no mercado brasileiro;
- Elevada quantidade de eventos tecnológicos de referência que escolhem Portugal para albergar uma edição ou sediar por período mais extenso (Web Summit), funcionando como motor de

⁹ Fonte: [Startup Portugal](#)

dinamização do ecossistema, o que se revela crucial para conferir projeção internacional às empresas portuguesas, essencial para a respetiva introdução no mercado brasileiro;

- Qualidade dos recursos humanos portugueses (com particular ênfase nos *founders*), em termos de talento, qualificação, adaptação cultural, domínio do inglês e criatividade.

Pontos fracos

- Dimensão relativamente reduzida do mercado interno português, com uma massa crítica limitada, que pode condicionar a preparação das *start-ups* portuguesas para abordar um mercado vasto como o Brasil;
- Acesso limitado a capital de risco em Portugal, em resultado da escassez na respetiva oferta, o que requer um maior esforço para atrair capital de risco internacional para projetos nacionais (sendo o Brasil uma das suas principais fontes), podendo condicionar a participação das empresas portuguesas no mercado brasileiro;
- Baixo apetite, por risco, dos investidores portugueses, mais inclinados para apostar em modelos consolidados e com receitas já estabelecidas;
- Limitações em matéria de cultura empreendedora em Portugal, manifestando-se resistência cultural ao fracasso ou a arriscar sem garantia de retorno;
- Concentração empresarial excessiva em poucas áreas de negócio e modelo de negócio pouco variado (75% das *start-ups* portuguesas atuam em B2B)¹⁰;
- Persistência, em Portugal, de uma cultura organizacional individualista, avessa a processos de internacionalização conjunta, identificando-se, porém, espaço para a melhoria da estruturação das abordagens a mercados internacionais (além da definição mais criteriosa dos *targets*);
- A retenção/fuga e a escassez de recursos humanos qualificados (sobretudo, perfis seniores) constituem um desafio para as *start-ups* portuguesas, nomeadamente, na sua internacionalização no mercado brasileiro.

Oportunidades

- O Brasil é um país em plena aceleração tecnológica, com políticas de incentivo à transformação digital;
- Forte adoção de tecnologias e abertura a soluções inovadoras, especialmente, entre os jovens consumidores e empresas, no Brasil;

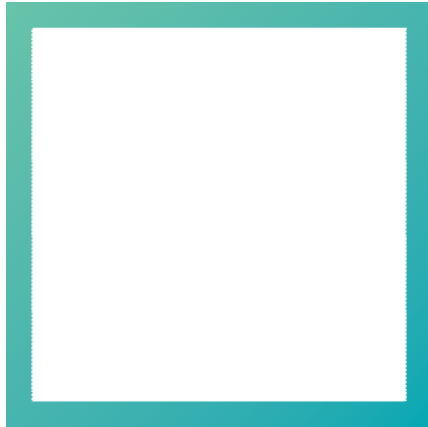
¹⁰ Fontes: [The Shift](#); [Valor Econômico](#)

- Ampla base de utilizadores digitais, ideal para modelos de *SaaS* ou *marketplaces*, no Brasil;
- Elevada propensão do Brasil para a testagem e desenvolvimento de novas soluções (*beta testing*);
- Razoável proximidade entre ecossistemas regionais de inovação e empreendedorismo no Brasil, fomentada pela participação de empreendedores brasileiros na Web Summit ou internacionalização para o mercado europeu via Portugal;
- Valorização, no Brasil, de soluções testadas em outros mercados;
- Identificam-se no Brasil, como principais setores de oportunidade no setor em análise, *healthtech*, *GovTech*, *agtech*, desenvolvimento de *software*, cibersegurança, logística, turismo, bem como transição e eficiência energéticas;
- Afinidade cultural e linguística entre Portugal e Brasil, devendo, todavia, ser considerada não um fator distintivo, mas, sim, um mero “capital simbólico”.

Ameaças

- Ecossistema brasileiro de inovação e empreendedorismo muito exigente e com elevados custos operacionais no Brasil, o que pode rapidamente comprometer abordagens empresariais pouco estruturadas;
- Mercado interno de enorme dimensão no Brasil, que exige foco, devendo evitar-se a dispersão de contactos ou deslumbramento com potenciais oportunidades;
- Acentuada dependência do Brasil face ao desempenho económico do exterior (designadamente, dos EUA) e alta vulnerabilidade do país a choques externos;
- Custos de contexto relativamente elevados no Brasil (burocracia, morosidade dos processos);
- Diferenças culturais empresariais entre Portugal e Brasil, que afetam os processos de tomada de decisão e os *timings* dos projetos;
- A falta de tração inicial e a exigência de suporte local podem constituir os principais obstáculos enfrentados pelas *start-ups* portuguesas, aquando da respetiva entrada no mercado brasileiro, devendo estas encontrar-se preparadas para fazer face à resistência dos clientes locais;
- Mesmo que uma determinada solução portuguesa seja considerada melhor, as *start-ups* devem preparar-se para lidar com uma concorrência local fortemente enraizada, acostumada a concorrer em ambientes adversos e com elevada agressividade comercial.

INFORMAÇÃO LEGAL: Este documento tem natureza meramente informativa e o seu conteúdo não pode ser invocado como fundamento de nenhuma reclamação ou recurso. A AICEP não assume a responsabilidade pela informação, opinião, ação ou decisão baseada neste documento, tendo realizado todos os esforços possíveis para assegurar a exatidão da informação contida nas suas páginas.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal