



KIT de Assistência PME CaDUP

Equipe Técnica do CaDUP

Ver.1

Maputo, 31 Maio 2016

O Presente Kit de Assistência PME CaDUP foi desenvolvido pelo Ministério da Indústria e Comércio, através do Instituto Para Promoção das Pequenas e Médias Empresas (IPEME) no âmbito da implementação do Projecto Cada Distrito um Produto – CaDUP em parceria com a Agência Japonesa de Cooperação Internacional – JICA.

O CaDUP é um programa integrado de assistência empresarial com vista ao reforço da capacidade competitiva e de gestão das MPME's para a melhoria da eficácia na exploração de recursos locais com enfoque para a zona rural.

O Kit de Assistência PME CaDUP, tem em vista orientar os implementadores desta iniciativa (entidades públicas e privadas), de forma eficiente e eficaz no âmbito da Assistência as MPME's.

Parceiro:



須藤 勝義

Katsuyoshi Sudo

(Representante Residente da JICA)

Nota Introdutória

A implementação do Projecto Cada Distrito um Produto-CaDUP como solução de assistência técnica aos empreendedores individuais, associações de produtores, micro e pequenas empresas para além da particular intervenção na cadeia de valor com vista a eficiência na exploração dos recursos locais, constitui também um dos mecanismos operacionalização das acções do Governo local através do Ministério da Indústria e Comércio.

Há necessidade de disponibilização de um instrumento técnico de assistência que de forma metodológica e sustentável torne independente e efectivo o processo de assistência CaDUP em todos Distritos dos país.

Eis a relevância do presente Kit como ferramenta e guia para os técnicos de assistência do IPEME, do Governo Local e outras entidades .

O Kit de Suporte CaDUP é mais uma metodologia de assistência que o IPEME disponibiliza para o potenciamento e estruturação competitiva dos empreendedores, associação de produtores e MPME's locais.

Use como tal ele orienta! O Kit é seu e nosso.

Pelos funcionários e Direcção

Geral do IPEME
Claire Zimba

1. O que é:

Instrumento/ Ferramenta de Trabalho técnico a ser usado pelo técnicos de assistência CaDUP no âmbito da assistência empresarial as MPME's.



2. Estrutura do Kit CaDUP

O Kit de Assistência MPME CaDUP compreende quatro categorias principais:

- Gestão;
- Marketing;
- Técnica e;
- Informação.

3. Âmbito

O kit é aplicável a assistência das MPME's do país com enfoque para o Distrito.

4. Grupo Alvo

De forma directa o Kit será usado pelos Técnicos de Assistência CaDUP, de nível Provincial, Distrital e por outras entidades público privadas e de forma indirecta será aplicado as PME's.

1. Objectivos do Kit de assistência

Geral

Reforçar a capacidade técnica dos técnicos das entidades locais com vista a prestarem assistência de forma eficiente e eficaz as MPME's.



Específicos

- Capacitar os técnicos de assistência CaDUP em matéria Gestão empresarial, Gestão; Marketing, Produção e Assistência empresarial com base no uso do Kit.
- Disponibilizar um instrumento de assistência empresarial aplicável as MPME's ;
- Assegurar a eficiência e eficácia das instituições públicas e privadas na assistência as MPME's.

Sectores de Actividade

O Kit disponibiliza soluções de assistência para os sectores de:

- Agronegócio;
- Indústria;
- Comércio;
- Turismo; e
- Serviços;

1. Vantagens

- Melhoria da capacidade das entidades públicas e privadas de prestar assistência eficiente e eficaz as MPME's;
- Disponibilização de um instrumento de assistência integrado e estruturado as MPME's;
- Permite a estruturação Empresarial das MPME's;
- Reforça aa Capacidade de Gestão e competitiva das MPME's.





5. Instrumentos de Aplicação Associados ao KIT de assistência

- Questionário de Diagnóstico;
- Folha de Entrevista;
- Lista de Verificação para melhorar o Lucro;
- Planilha de Plano de Negócios;
- Planilha de Registo Contabilístico;
- Planilha de Registo para uso de material reciclado;
- Guiões;
- Fichas;
- Folhetos;
- Tabelas e;
- Ilustrações

6. Potencial de Integração Intrasectorial

- Entidades ligadas aos processos de:
- Licenciamento;
- Qualidade;
- Pesquisa;
- Inspeção, Direitos de Propriedade Industrial;
- Exportação;
- Selo Made in Mozambique.

Conteúdo

Categoría	Itens	Pag.
Parte 1: Diagnóstico Básico (Identificação de questões prioritárias)	1-1 Verificar a Necessidade prioritária das PMEs e Grupos de Produtores 1-2 Necessidade Prioritária do Tipo 1: Compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo 1-3 Necessidade Prioritária do Tipo 2: Melhorar os lucros 1-4 Necessidade Prioritária do Tipo 3: Expandir os negócios 1-5 Necessidade Prioritária do Tipo 4: Rever modelo de negócio	9 15 20 25 29
Parte 2: Apoiar ideias sobre um tema específico (Dicas úteis)	Gestão de Negócio G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade G-2 Como calcular o lucro G-3 Como definir/fazer a revisão de preços de venda G-4 Como fazer plano de negócio G-5 Como reduzir os custos de mão de obra G-6 Como ter informação sobre procedimentos administrativos no negócio G-7 Como obter certificação dos produtos "Made in Mozambique" G-8 Como fazer ligações empresariais Marketing M-1 Como identificar Mercado Alvo M-2 Como participar numa FEIRA M-3 Como fazer Material Promocional M-4 Como preparar embalagem apropriada e atractiva M-5 Como preparar rótulo apropriado e atractivo M-6 Como ter ligação com sector de turismo M-7 Como melhorar a exposição nos pontos de venda Produção P-1 Como melhorar a rentabilidade através do uso de recursos locais P-2 Como aumentar a produtividade P-3 Como reduzir a perda de produção (exemplo de ceramica) P-4 Como reduzir custos de combustível P-5 Como usar material reciclado P-6 Como controlar a qualidade de licor e sumo P-7 Como melhorar a productividade utilizando "5S" P-8 Como melhorar a avicultura P-9 Como identificar solução possível na área de Ceramica P-10 Como produzir frutos secos	35 36 37 39 41 42 44 46 49 50 52 54 56 58 59 61 63 65 66 68 70 72 74 76 77
Parte 3: Informações sobre provedores de bens e serviços e instituições financeiras		78

CaDUP Kit de ferramenta de

PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO (IDENTIFICAÇÃO DA NECESSIDADE PRIORITÁRIA)



1-1. Verificar a Necessidade prioritária das PMEs e Grupos de Produtores

A parte I permite identificar o problema mais urgente para as PMEs & Grupo de Produtores.



Representante
da empresa

Pretendo melhorar a qualidade dos meus produtos e serviços! Melhorando a embalagem dos produtos, adquirindo um Camião E,...



Ponto Focal
do CaDUP

Concordo. Mas, antes de pensar em investir, porque não podemos confirmar a situação actual da sua empresa, para confirmar se esses investimentos são rentáveis ou não e se existe uma outra forma ou alternativa para melhorar.

As necessidades prioritárias podem ser classificadas em 4 Tipos.

Tipo 1:
compreender e satisfazer a necessidade do cliente alvo

Tipo 2:
melhorar os lucros

Tipo 3:
expandir os negócios

Tipo 4:
rever o modelo de negócios

1-1. Verificar a necessidade prioritária das PMEs e Grupos de Produtores

Começar por entender as necessidades mais urgentes e prioritários das PMEs & Grupo de Produtores.

Melhorar a embalagem e adquirir um Camião , pode se tornar caro e pesar no seu negócio. Antes de iniciar as actividades , **permite esclarecer qual é a questão prioritária com o questionário.**



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Identificar a necessidade prioritária com base no questionário.

O Questionário para o diagnóstico básico consiste em 3 partes:

Questionário parte 1:

Compreender a necessidade do cliente alvo

Questionário parte 2:

Rentabilidade da Empresa/Grupo de produtores

Questionário parte 3:

Avaliação de Resultados do Questionário

Entrevista

- Entrevistar o representante das PMEs ou o grupo de produtores.
- É recomendado colocar as respostas na pasta Excel porque o lucro é calculado automaticamente.

Depois da entrevista

- É recomendado arquivar o questionário parte 3 depois da entrevista.

1-1. Verificar a necessidade prioritária das PMEs e Grupos de Produtores

Acção

Identificar a necessidade prioritária com base no questionário. (continuação)

Questónario parte 1: Compreender as necessidades do cliente alvo

ANEXO 1

PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO

I-1. Verificar qual é a questão prioritária das PMEs e Grupos de Produtores

IPOME **REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE** **CDUP** **jica**

Quesiónario para o diagnóstico de Micro , pequenas e médias empresas (PMEs) e Grupos de Produtores

Como preencher o questionário:

Círculo amarelo: Por favor escreva palavras e/ ou frase.

Círculo vermelho: Por favor verifique (X) a box.

Círculo verde: Insira os valores.

Data de dispensação: _____

Nome do Ponto Focal do CdUP: _____

Información geral da Empresa/Grupo de produtores

a) Nome do Empresa/Grupo: _____

b) Nome do Representante: _____

c) Endereço físico do local de negócios: _____

d) Nome da pessoa de contacto: _____

e) Nr. de Telefone: _____

f) E-mail/Endereço electrónico: _____

g) Tipo de Empresa/Grupo:
1. Micro Empresa (1 a 4 Trabalhadores, e ≤ 1,200,000 Mt de Volume de Negócio Anual)
2. Pequena Empresa (5 a 49 Trabalhadores, e >1,200,000 Mt e ≤ 14,700,000 Mt)
3. Média Empresa (50 a 100 Trabalhadores, e >14,700,000 Mt e ≤ 29,700,000 Mt)
4. Associação
5. Cooperativa
6. Grupo informal
7. Individual
8. Selecionar e expandir
**Envolvimento a alternativa I a 3 - Volume de Negócio Anual* é criterio determinante.*

h) Tipo de Negócio (seja principal):
1. Agropecuário 2. Agricultura 3. Alimentos 4. Peixaria 5. Peixe
6. Artesanato 7. Têxtil 8. Cerâmica 9. Carpintaria 10. Comércio 11. Comércio
12. Turismo 13. Materiais/Equipamentos 14. Outros específico (_____)
Selecionar e expandir

Quesiónario parte 1: Compreender as necessidades do cliente alvo

1. Perguntas sobre os seus produtos:

a) Quais são os seus produtos e sua actividade? Por favor, indique a(s) seu(s) produto(s) e sua actividade.

b) O seu produto é matéria prima?
1. Materia Prima (para outros produtos) Sim Não
2. Produto final Sim Não

2. Perguntas sobre os seu "presente" clientes alvo:

a) Para quem você vende seus produtos?
1. Pessoas conhecidas Sim Não
2. Mercado local Sim Não
3. Lojas Sim Não
4. Supermercado Sim Não

b) Onde vende seus produtos?
1. No seu distrito Sim Não
2. Em distritos vizinhos Sim Não
3. Em outras províncias Sim Não
4. Exportar para outros países Sim Não

Por favor, indique a cidade ou distrito.

c) Existem alguns problemas para vender "presente" clientes alvo?
Se "Sim", por favor descreva os problemas.

3. Questões sobre o seu "futuro" clientes alvo:

a) Você têm expectativas de expandir seu cliente alvo no "futuro"?
⇒ Se "Sim", por favor continuar com as questões abaixo
⇒ Se "Não", por favor passe para **Questionário parte 2**.

b) Para quem deseja vender seus produtos?
1. Pessoas conhecidas Sim Não
2. Mercado local Sim Não
3. Lojas Sim Não
4. Supermercado Sim Não
5. Comércio na Feira Sim Não
6. Outros específico (_____) Sim Não

c) Onde você pretende vender seus produtos?
1. No seu distrito Sim Não
2. Em distritos vizinhos Sim Não
3. Em outras províncias Sim Não
4. Exportar para outros países Sim Não

Por favor, indique a cidade ou distrito

d) Você conhece os requisitos para vender no "futuro" clientes alvo? Se "Sim", por favor indique os requisitos:
1. Preço de Vendas Sim Não Requisitos: _____
2. Embalagem Sim Não Requisitos: _____
3. Qualidade mínima Sim Não Requisitos: _____
4. Outros específico (_____) Sim Não Requisitos: _____

e) Qual é o problema de venda no "futuro" clientes alvo?
Por favor , indique os problemas.

Por favor, consulte o **ANEXO 1** para este formato da folha de entrevista .

1-1. Verificar a necessidade prioritária das PMEs e Grupos de Produtores

Acção

Identificar a necessidade prioritária com base no questionário. (continuação)

Questionário parte 2: Rentabilidade da PMEs e Grupos de produtores

Questionário parte 2: A rentabilidade da PMEs e Grupos de produtores																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
1. Informação Geral sobre a Contabilidade:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
a) Você faz o registo contabilístico? (Por exemplo que permite saber quanto você vende e compra)			Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
2. Cálculos de Venda																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
a) Você sabe quanto vende os seus produtos por mês/época/ano?			Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
b) Calcule as suas vendas na tabela abaixo:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Tabela de vendas Período: Mês: <input type="checkbox"/> Ano: <input type="checkbox"/> Outro: <input type="checkbox"/> (<input type="text"/>)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Itens</th> <th>Preço Unitário(MT)</th> <th>Quantidade</th> <th>Unidade</th> <th>Total (MT)</th> <th>Ració (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td colspan="6">A. Total de Vendas (MT)</td> </tr> <tr> <td colspan="6">B. Factor de Risco (%)* <input type="checkbox"/> 20,0%</td> </tr> <tr> <td colspan="6">Total de vendas ajustado pelo Factor de risco (= A x (100% - B)) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <small>* "Factor de Risco" significa que a probabilidade de perda de produção, defeito e eliminação. As vendas totais estão finalmente ajustadas por factor de risco a fim de estimar prudentemente. Nesta tabela o factor de risco é tentativamente definido como 20% e pode ser modificado de acordo com a situação actual do negócio.</small> </td> </tr> <tr> <td colspan="7">3. Cálculos de Custo</td> </tr> <tr> <td colspan="7">a) Sabe quanto você gasta para produzir e vender seus produtos?</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>Sim <input type="checkbox"/></td> <td>Não <input type="checkbox"/></td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="7">b) Calcule a sua custos na tabela abaixo. Quando há muitos itens, custos podem ser resumidos por cada categoria.</td> </tr> <tr> <td colspan="7">Tabela de Custos (no mesmo período com a tabela de venda)</td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoria</th> <th>Itens</th> <th>Preço Unitário (MT)</th> <th>Quantidade</th> <th>Unidade</th> <th>Total (MT)</th> <th>Ració (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td rowspan="6">Matéria Prima</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Embalagem & Rótulo</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Equipamento (consumíveis)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="3">Transporte</td><td>Combustível</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Transporte Público</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Courier</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="3">Mão de Obra</td><td>Gestão (Proprietário & funcionários)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Mão de obra de produção</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Motorista</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="2">Custos de vendas</td><td>Custos de venda</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Custos promocionais</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Outros</td><td>Água e Electricidade</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Taxa de arrendamento de terra</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Segurança Social</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Taxa de certificação</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Depreciação e amortização*</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td align="right" colspan="6">Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <small>* "Depreciação" é calculado por "custos de máquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.</small> </td> </tr> <tr> <td colspan="7">4. Cálculo do Lucro</td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <table border="1"> <tr> <td>A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Lucro (= A - B) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> </td> </tr> </tbody> </table> </td></tr></tbody></table>							Itens	Preço Unitário(MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Ració (%)																																					A. Total de Vendas (MT)						B. Factor de Risco (%)* <input type="checkbox"/> 20,0%						Total de vendas ajustado pelo Factor de risco (= A x (100% - B)) (MT)						<input type="checkbox"/>	<small>* "Factor de Risco" significa que a probabilidade de perda de produção, defeito e eliminação. As vendas totais estão finalmente ajustadas por factor de risco a fim de estimar prudentemente. Nesta tabela o factor de risco é tentativamente definido como 20% e pode ser modificado de acordo com a situação actual do negócio.</small>							3. Cálculos de Custo							a) Sabe quanto você gasta para produzir e vender seus produtos?										Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>			b) Calcule a sua custos na tabela abaixo. Quando há muitos itens, custos podem ser resumidos por cada categoria.							Tabela de Custos (no mesmo período com a tabela de venda)							<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoria</th> <th>Itens</th> <th>Preço Unitário (MT)</th> <th>Quantidade</th> <th>Unidade</th> <th>Total (MT)</th> <th>Ració (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td rowspan="6">Matéria Prima</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Embalagem & Rótulo</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Equipamento (consumíveis)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="3">Transporte</td><td>Combustível</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Transporte Público</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Courier</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="3">Mão de Obra</td><td>Gestão (Proprietário & funcionários)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Mão de obra de produção</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Motorista</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="2">Custos de vendas</td><td>Custos de venda</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Custos promocionais</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Outros</td><td>Água e Electricidade</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Taxa de arrendamento de terra</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Segurança Social</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Taxa de certificação</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Depreciação e amortização*</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td align="right" colspan="6">Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <small>* "Depreciação" é calculado por "custos de máquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.</small> </td> </tr> <tr> <td colspan="7">4. Cálculo do Lucro</td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <table border="1"> <tr> <td>A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Lucro (= A - B) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> </td> </tr> </tbody> </table>							Categoria	Itens	Preço Unitário (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Ració (%)	Matéria Prima																																					Embalagem & Rótulo																																					Equipamento (consumíveis)																																					Transporte	Combustível						Transporte Público						Courier						Mão de Obra	Gestão (Proprietário & funcionários)						Mão de obra de produção						Motorista						Custos de vendas	Custos de venda						Custos promocionais						Outros	Água e Electricidade						Taxa de arrendamento de terra						Segurança Social						Taxa de certificação						Depreciação e amortização*												Custo Total (MT)						<input type="checkbox"/>	<small>* "Depreciação" é calculado por "custos de máquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.</small>							4. Cálculo do Lucro							<table border="1"> <tr> <td>A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Lucro (= A - B) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>							A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)	<input type="checkbox"/>	B. Custo Total (MT)	<input type="checkbox"/>	C. Lucro (= A - B) (MT)	<input type="checkbox"/>
Itens	Preço Unitário(MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Ració (%)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
A. Total de Vendas (MT)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
B. Factor de Risco (%)* <input type="checkbox"/> 20,0%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Total de vendas ajustado pelo Factor de risco (= A x (100% - B)) (MT)						<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
<small>* "Factor de Risco" significa que a probabilidade de perda de produção, defeito e eliminação. As vendas totais estão finalmente ajustadas por factor de risco a fim de estimar prudentemente. Nesta tabela o factor de risco é tentativamente definido como 20% e pode ser modificado de acordo com a situação actual do negócio.</small>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
3. Cálculos de Custo																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
a) Sabe quanto você gasta para produzir e vender seus produtos?																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
			Sim <input type="checkbox"/>	Não <input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
b) Calcule a sua custos na tabela abaixo. Quando há muitos itens, custos podem ser resumidos por cada categoria.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Tabela de Custos (no mesmo período com a tabela de venda)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoria</th> <th>Itens</th> <th>Preço Unitário (MT)</th> <th>Quantidade</th> <th>Unidade</th> <th>Total (MT)</th> <th>Ració (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td rowspan="6">Matéria Prima</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Embalagem & Rótulo</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Equipamento (consumíveis)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="3">Transporte</td><td>Combustível</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Transporte Público</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Courier</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="3">Mão de Obra</td><td>Gestão (Proprietário & funcionários)</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Mão de obra de produção</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Motorista</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="2">Custos de vendas</td><td>Custos de venda</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Custos promocionais</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td rowspan="6">Outros</td><td>Água e Electricidade</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Taxa de arrendamento de terra</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Segurança Social</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Taxa de certificação</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Depreciação e amortização*</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td align="right" colspan="6">Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <small>* "Depreciação" é calculado por "custos de máquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.</small> </td> </tr> <tr> <td colspan="7">4. Cálculo do Lucro</td> </tr> <tr> <td colspan="7"> <table border="1"> <tr> <td>A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Lucro (= A - B) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> </td> </tr> </tbody> </table>							Categoria	Itens	Preço Unitário (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Ració (%)	Matéria Prima																																					Embalagem & Rótulo																																					Equipamento (consumíveis)																																					Transporte	Combustível						Transporte Público						Courier						Mão de Obra	Gestão (Proprietário & funcionários)						Mão de obra de produção						Motorista						Custos de vendas	Custos de venda						Custos promocionais						Outros	Água e Electricidade						Taxa de arrendamento de terra						Segurança Social						Taxa de certificação						Depreciação e amortização*												Custo Total (MT)						<input type="checkbox"/>	<small>* "Depreciação" é calculado por "custos de máquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.</small>							4. Cálculo do Lucro							<table border="1"> <tr> <td>A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Lucro (= A - B) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>							A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)	<input type="checkbox"/>	B. Custo Total (MT)	<input type="checkbox"/>	C. Lucro (= A - B) (MT)	<input type="checkbox"/>																																																																																																														
Categoria	Itens	Preço Unitário (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Ració (%)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Matéria Prima																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Embalagem & Rótulo																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Equipamento (consumíveis)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Transporte	Combustível																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Transporte Público																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Courier																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Mão de Obra	Gestão (Proprietário & funcionários)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Mão de obra de produção																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Motorista																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Custos de vendas	Custos de venda																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Custos promocionais																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Outros	Água e Electricidade																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Taxa de arrendamento de terra																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Segurança Social																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Taxa de certificação																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
	Depreciação e amortização*																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
Custo Total (MT)						<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
<small>* "Depreciação" é calculado por "custos de máquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.</small>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
4. Cálculo do Lucro																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
<table border="1"> <tr> <td>A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Custo Total (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Lucro (= A - B) (MT)</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>							A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)	<input type="checkbox"/>	B. Custo Total (MT)	<input type="checkbox"/>	C. Lucro (= A - B) (MT)	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
B. Custo Total (MT)	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C. Lucro (= A - B) (MT)	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			

Por favor, consulte o **ANEXO 1** para este formato da folha de entrevista.

Por favor mudar para "Questionário Parte 3: Questionário de avaliação de Resultados"

1-1. Verificar a necessidade prioritária das PMEs e Grupos de Produtores

Acção

Identificar a necessidade prioritária com base no questionário. (continuação)



Representante
da empresa

Como você usa o resultado do questionário Parte 1 e 2.



Ponto Focal
do CaDUP

Eu posso identificar a sua necessidade prioritária a julgar a partir de i) compreender as necessidades do cliente alvo, e ii) Lucros(Rentabilidade) usando o questionário Parte 3.

Questionário Parte 3: Avaliação de Resultados do Questionário

Depois da entrevista! Questionário Parte 3: Questionário de avaliação de Resultados

1. Avaliação para compreender as necessidades de que os clientes alvo precisam:

a) Poderia responder todas as perguntas (especialmente "requisitos para vender aos futuros clientes alvo")?

Sim Não

=> Se "Sim": O entendimento do mercado alvo está no "Nível satisfatório".
=> Se "Não": O entendimento do mercado alvo está "Nível não satisfatório".

2. Avaliação do Lucro:

a) Poderia responder e calcular a margem do lucro bruto?

Sim Não

b) Se "Sim", o seu lucro bruto satisfaça o nível recomendado?
O nível recomendado é mais de 10% na agricultura, e mais de 20% no fabrico/transformação.

Sim Não

=> Se "Sim" para ambas as questões, o lucro é "Nível Satisfatório".
=> Se "Não" para alguma, o lucro está "Nível não satisfatório".

De acordo com a avaliação do resultado do questionário, os tipos de prioridade assim são categorizados abaixo:

Tipo de questões prioritárias:	
Resultado do Questionário	Questões prioritária
Entendimento do mercado alvo	Lucro
Nível <u>não</u> satisfatório	Nível satisfatório
Tipo 1: Para compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo	
Nível satisfatório	Nível <u>não</u> satisfatório
Tipo 2: Para melhorar os lucros	
Nível satisfatório	Nível satisfatório
Tipo 3: Para expandir os negócios	
	Tipo 4:

Por favor, consulte o **ANEXO 1** para este formato da folha de entrevista.

Acção

Permite identificar a necessidade prioritária das PMEs.

Tipo de necessidades prioritária:

Resultado do Questionário		Necessidades prioritária
Entendimento do cliente alvo	Lucro	
Nível não satisfatório	Nível satisfatório	Tipo 1: Compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo Mude pag. 15
Nível satisfatório	Nível não satisfatório	Tipo 2: Melhorar os lucros Mude pag. 20
Nível satisfatório	Nível satisfatório	Tipo 3: Expandir os negócios Mude pag. 25
Nível não satisfatório	Nível não satisfatório	Tipo 4: Rever o modelo de negócios Mude pag. 29



NECESSIDADE PRIORITÁRIA DO TIPO 1: COMPREENDER E SATISFAZER AS NECESSIDADES DO CLIENTE ALVO

1-2. Necessidade Prioritária do Tipo 1: Compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo

No caso em que a necessidade prioritária é do “Tipo 1: Compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo”, por favor siga a ação abaixo.



Representante da empresa

OK, eu estou ciente do que necessitam para compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo. Como devo proceder?



Ponto Focal do CaDUP

Simples!! **Porque não visitar cliente alvo (lojas, supermercados , etc.) onde deseja vender, e confirmar a condição/requisitos para vender seus produtos.** Se necessário posso acompanhá-lo!

Acção

Visitar o cliente alvo, e confirmar seus requisitos.

O processo de compreender as necessidades do cliente alvo consiste em 4 passos:

Passo 1:

Recolher informação em clientes alvos.

Passo 2:

Preparar cartões de visita e/ou folhetos informativos sobre os seus produtos.

Passo 3:

Visitar o principal cliente alvo e levar amostras dos seus produtos.

Passo 4:

Analisar o resultado da entrevista, e decidir por onde começar!

SDAE, é capaz de suportar a recolha de informação no cliente alvo em outros distritos através da rede do SDAE.

Usar **Parte 2 “M-3 Como fazer Material Promocional” para preparar estes materiais.**

Usar a folha de entrevista na pág.seguinte

Usar a **Parte 2 e 3 do kit de Assistência das PME e fornecer informação útil**

Acção

Visitar o cliente alvo, e confirmar seus requisitos. (continuação)

Folha de Entrevista para entender os requisitos do cliente alvo

ANEXO 2	
PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO	
1.2. Questões Prioritárias Tipo 1: Para compreender e conhecer clientes alvo	
  	
Folha de entrevista para conhecer clientes alvo	

Nome do Entrevistador:	
Nome do postos venda:	
Nome da pessoa de contato:	
Contato:	
Compre os requisitos do cliente alvo e os seus produtos:	
a) Folha de entrevista para conhecer os requisitos do cliente alvo:	
a) Perguntas ao cliente alvo sobre a embalagem: [Pergunta] "Necessita de embalagem?" Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> [Pergunta] "Que tipo de embalagem?" 1. Vidro: <input type="checkbox"/> 2. Plástico: <input type="checkbox"/> 3. Papel: <input type="checkbox"/> 4. Saco: <input type="checkbox"/> 5. Tétrapac: <input type="checkbox"/> 6. Outros especifico: <input type="checkbox"/> (<input type="text" value=" "/>) [Pergunta] "Quais são os requisitos da embalagem?" Descreva abaixo: <input type="text" value=" "/>	
b) Perguntas ao cliente alvo da quantidade mínima a oferecer ao cliente alvo [Pergunta] "Qual é a quantidade mínima que pretende recorrer?" Descreva os na tabela abaixo: Com que frequência? 1. Diário: <input type="checkbox"/> 2. Semanal: <input type="checkbox"/> 3. Quinzenal: <input type="checkbox"/> 4. Mensal: <input type="checkbox"/> 5. Trimestralmente: <input type="checkbox"/> 6. Outros especifico: <input type="checkbox"/> (<input type="text" value=" "/>) <input type="text" value=" "/>	
c) Perguntas ao cliente alvo sobre os preços de venda, para revender ao cliente alvo [Pergunta] "Quanto você paga pra obter este produto?" Descreva a sua resposta abaixo: <input type="text" value=" "/>	
d) Perguntas ao cliente alvo, sobre outros requisitos: [Pergunta] "Existem outros requisitos no seu produto?" Por favor descreva as respostas na tabela abaixo: <input type="text" value=" "/>	
2. [Apos a Entrevista] Permita comparar os requisitos e o custo dos produtos: a) O seu produto cumpre com os requisitos em matéria de <u>embalagem</u> ? => Se "Não", por favor referece a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência. Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> b) "O seu produto atende aos requisitos de <u>quantidade mínima</u> ?" => Se "Não", por favor referece a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência. Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> c) "Seu produto atende os requisitos da <u>venda de preços</u> ?" => Se "Não", considere a venda em outros mercados. Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> d) "Seus produtos atendem aos <u>outros requisitos</u> ?" => Se "Não", por favor referece a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência. => Se "Sim" para todas as necessidades e permite manter o contacto com o cliente alvo e negociar as condições aos detalhes.	

Por favor, consulte o **ANEXO 2** para este formato da folha de entrevista

1-2. Necessidade Prioritária do Tipo 1: Compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo

Exemplo: Depois de confirmar os requisitos do cliente alvo, e se a empresa decidir vender os seus produtos no supermercado.



Representante da empresa

Para vender piripiri no supermercado, eu preciso de uma embalagem apropriada e de aumentar a produção. Você pode me ajudar?



Ponto Focal do CaDUP

Sim, Deixe me apoiar-te! ...Tenho algumas informações aqui....deixe me ver no meu KIT de Assistência....

Acção

[Exemplo] Vamos satisfazer as necessidades do cliente alvo!

Sobre a embalagem



Aqui estão algumas dicas e info. para si.

Sobre a produção

Do KIT de Assistência “Parte 2”

M-4 Como preparar embalagem apropriada e atrativa

P-5 Como usar material reciclado

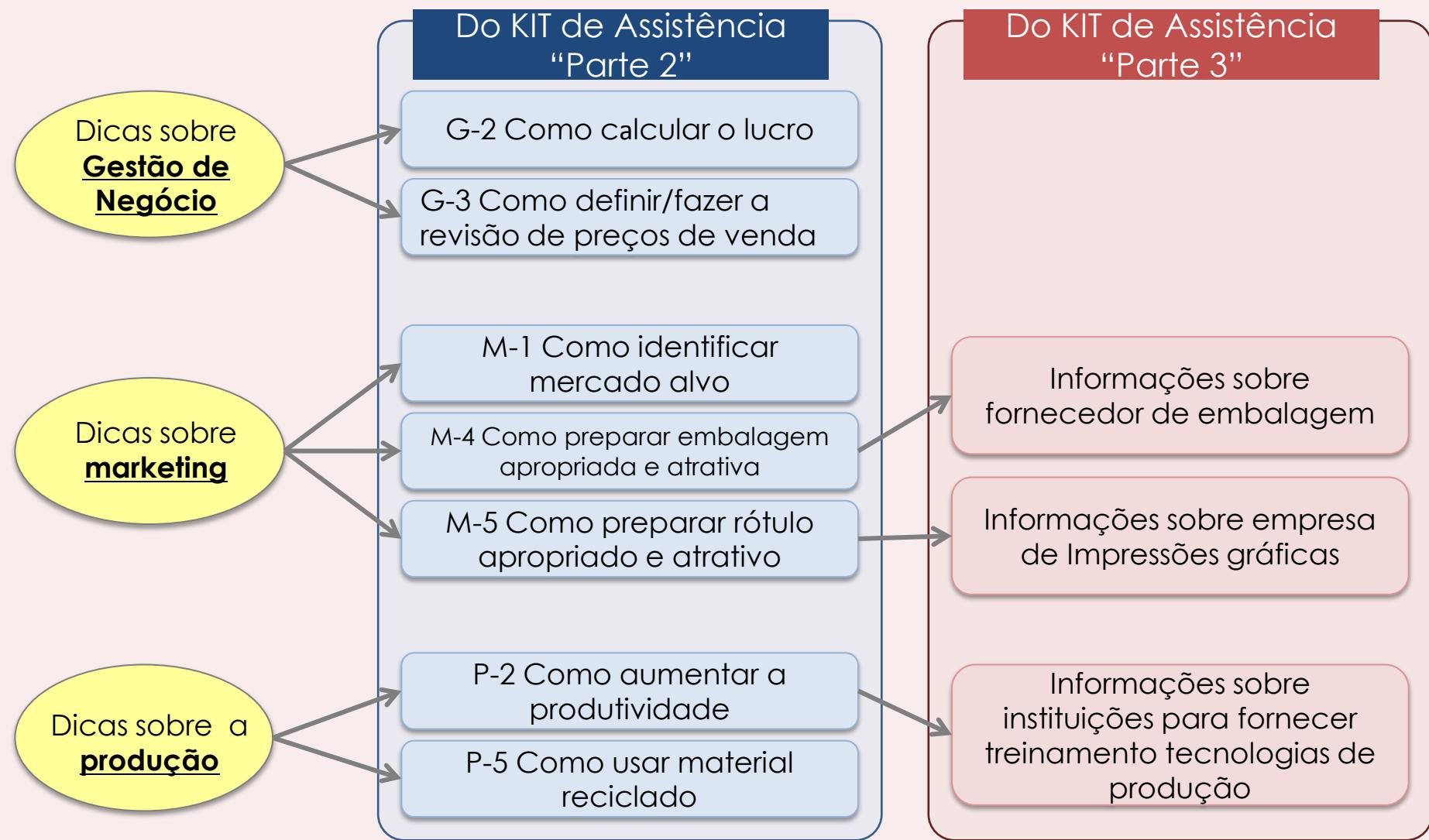
P-2 Como aumentar a produtividade

Do KIT de Assistência “Parte 3”

Informações sobre fornecedor de embalagem

Informações sobre instituições para fornecer treinamento sobre tecnologias de produção

Dicas & info. úteis para resolver necessidade prioritária do tipo 1 (Compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo)





NECESSIDADE PRIORITÁRIA DO TPO 2: MELHORAR OS LUCROS

1-3. Necessidade Prioritária do Tipo 2: Melhorar os lucros

No caso em que a necessidade prioritária é do “Tipo 2: Melhorar os lucros”, por favor siga a ação abaixo.



Representante
da empresa

Ok, entendo preciso melhorar o lucro/rentabilidade. O que devo fazer?



Ponto Focal
do CaDUP

Para melhorar o lucro/rentabilidade, **você precisa verificar qual é a causa do pouco/baixo lucro. Por favor, use esta lista de verificação, para saber o que precisa!**

Acção

Permite o aconselhamento às PMEs, para melhorar o lucro com lista de verificação.

O processo para compreender as necessidades do cliente alvo consiste em 4 passos:

Passo 1:

Confirme se a empresa usa o livro de conta.

Passo 2:

Analisa a estrutura do lucro, referindo ao resultado do questionário 2.

Passo 3:

Identificar os pontos de redução de custo.

Passo 4:

Fornecer dicas sobre redução dos custos.

Se “Não”, providencie um “formato de livro de contas” em **Parte 2 “G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade”**

Usar a lista de verificação na pág.seguinte

Usar **Parte 2 e 3 para o KIT de Assistência das PME para fornecer informações úteis**

Acção

Permite o aconselhamento às PMEs, para melhorar o lucro com lista de verificação. (continuação)

Lista de verificação , para identificar os pontos de redução de custos

ANEXO 3

PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO

1-3. Questões Prioritárias Tipo 2: Para melhorar os lucros

Lista de verificação para melhorar o lucro da PMEs /Grupos de Produtores

Data de Condução da lista de verificação: _____

Nome do Ponto Focal do CaDUP: _____

Nome da Empresa/Grupo: _____

Nome dos Produtos: _____

1. Preparação para iniciar a melhoria do lucro:

a) Você faz contas? (Por exemplo, o que e quanto você compra e vende)

Sim: Não:

=> Se "Sim", por favor continuar na pergunta seguinte.
=>Se "Não", SDAE pode ajudar-te, como manter registros financeiros e calcular seu lucro".

2. Análise baseada no resultado do "Questionário Parte 2: A restabilidade da PMEs e Grupos de produtores":

a) Qual é a maior quota em cada categoria de custo por itens?

Preencha a tabela abaixo de acordo com os resultados da tabela de custo no "Questionário Parte 2".

Categoria	Maior custo do item	Total (MT)	Racio (%)
Matéria Prima			
Embalagem & Rótulo			
Equipamento (consumíveis)			
Transporte			
Mão de Obra			
Custos de vendas			
Outros			

3. Permite iniciar a melhoria da restabilidade através da redução de custos:

a) Qual item de custo você deseja reduzir primeiro? _____

=> Por favor referencie a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência

Por favor, consulte o **ANEXO 3** para este formato de lista de verificação.

1-3. Necessidade Prioritária do Tipo 2: Melhorar os lucros

Exemplo: O produtor de óleo identificou que os custos mais elevados são os dos itens i) matéria prima (incluindo muita perda) e ii) fertilizantes importados.



Representante
da empresa

De acordo com a lista de verificação, Achei que os custos mais elevados foram dos itens de i)matéria prima (incluindo muitas perdas) e ii) fertilizantes importados.



Ponto Focal
do CaDUP

Sim, Deixe me apoiar-te! ...Tenho algumas informações aqui....deixe me ver no meu kit de apoio....

Acção

[Exemplo] Vamos identificar o que é preciso fazer para melhorar a rentabilidade!

Redução de custos em relação á matéria prima e perdas



Aqui estão algumas dicas e info. para si.

Redução de custos em relação ao material importado

Do KIT de Assistência “Parte 2”

P-2 Como aumentar a produtividade

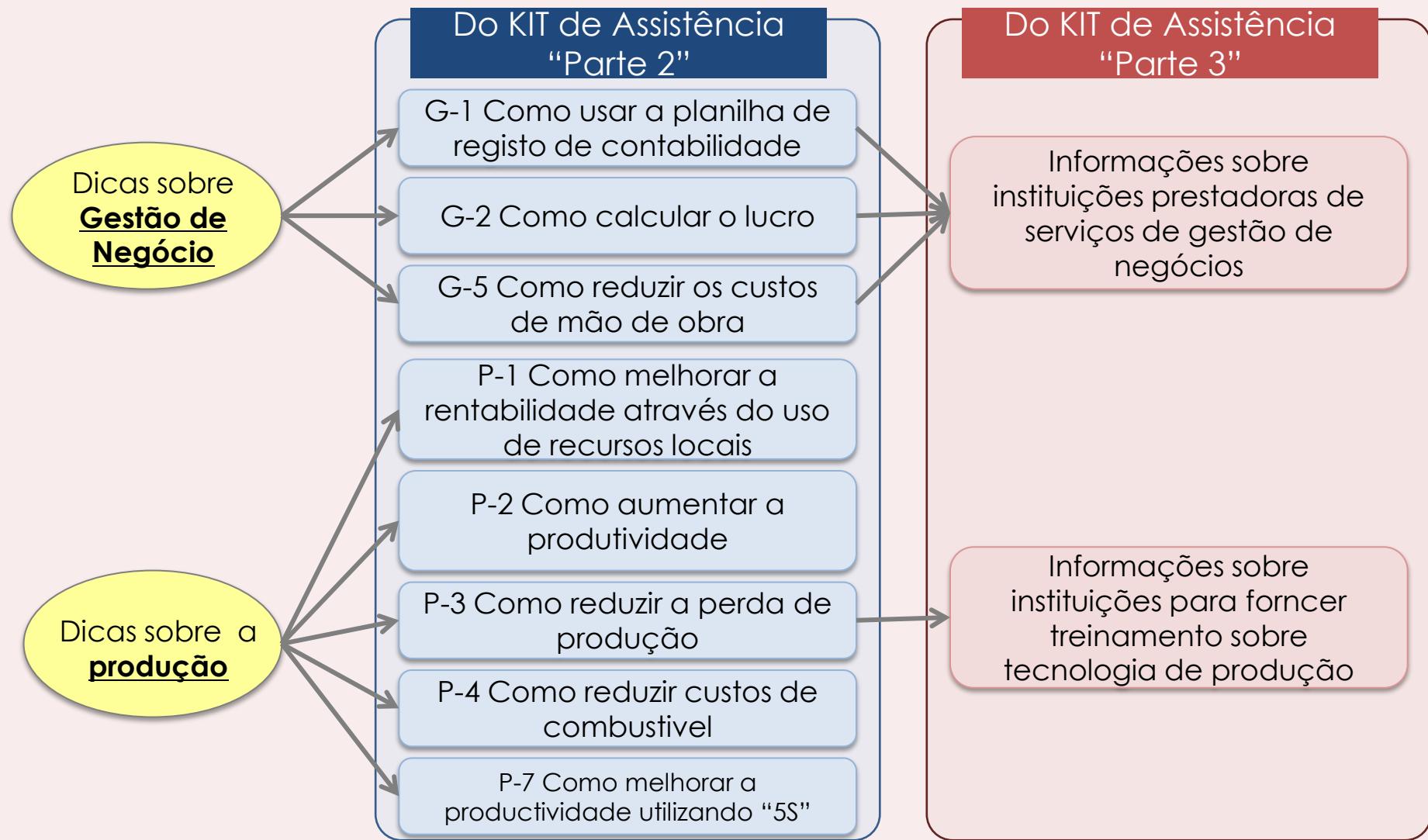
P-3 Como reduzir a perda de produção

P-1 Como melhorar a rentabilidade através do uso de recursos locais

Do KIT de Assistência “Parte 3”

Informações sobre instituições que providenciam para a produção, treinamentos de tecnologia

Dicas & info. úteis para resolver necessidade prioritária do Tipo 2 (Melhorar os lucros)





NECESSIDADE PRIORITÁRIA DO TIPO 3: EXPANDIR OS NEGÓCIOS

1-4. Necessidade Prioritária do Tipo 3: Expandir os negócios

No caso em que a necessidade prioritária é do "Tipo 3 Expandir os negócios", por favor siga a ação abaixo.



Representante
da empresa

Ok, eu entendi. Realmente quero expandir meu negócio efectivamente!! O que devo fazer?



Ponto Focal
do CaDUP

Você pode expandir seu negócio e vender mais e mais preparando a promoção do material, actualizar seus products, participando em feiras e.....

Acção

Vamos actualizar a promoção das actividades!

O processo de expandir o negócio consiste somente em 2 passos:

Passo 1: Preparação

Considerando o seu meio de promoção, por favor escolha o que precisa fazer como preparação:
por exemplo...

- Preparar os cartões de visita;
- Mudar a embalagem / etiqueta, etc...

Passo 2: Promoção

Acção com os materiais para promoção;

- ◆ Participar nas Feiras;
- ◆ Contactar alguns potenciais clientes.

Use **Parte 2 e 3 do KIT
de Assistência das
PME a fornecer
informação e dicas**

Use a **Parte 2 "M-2 Como ter ajuda
para participar na Feira" e "M-3 Como
fazer Material Promocional"**

1-4. Necessidade Prioritária do Tipo 3: Expandir os negócios

Exemplo: No caso da empresa produtora de óleo de aroma de ervas , que deseja expandir seu negócio e conquistar novos clientes.



Representante
da empresa

Gostaria de saber como posso identificar novos clientes. Pode ajudar me ?



Ponto Focal
do CaDUP

Certo! **Primeiro deve preparar materiais PR , e este, facilitará a promoção dos seus produtos junto dos potenciais clientes?**... Aqui estão algumas dicas & informação. Posso ajudar te a fazer, se precisar

Acção

[Exemplo] Vamos preparar o material PR e promover mais!

Para preparar material PR



Aqui estão
algumas
dicas e info.
para si.

Para apoiar a acção de vendas

Do KIT de Assistência “Parte 2”

M-4 Como preparar
embalagem apropriada e
atraativa

M-5 Como preparar rótulo
apropriado e atrativo

M-3 Como fazer Material
Promocional

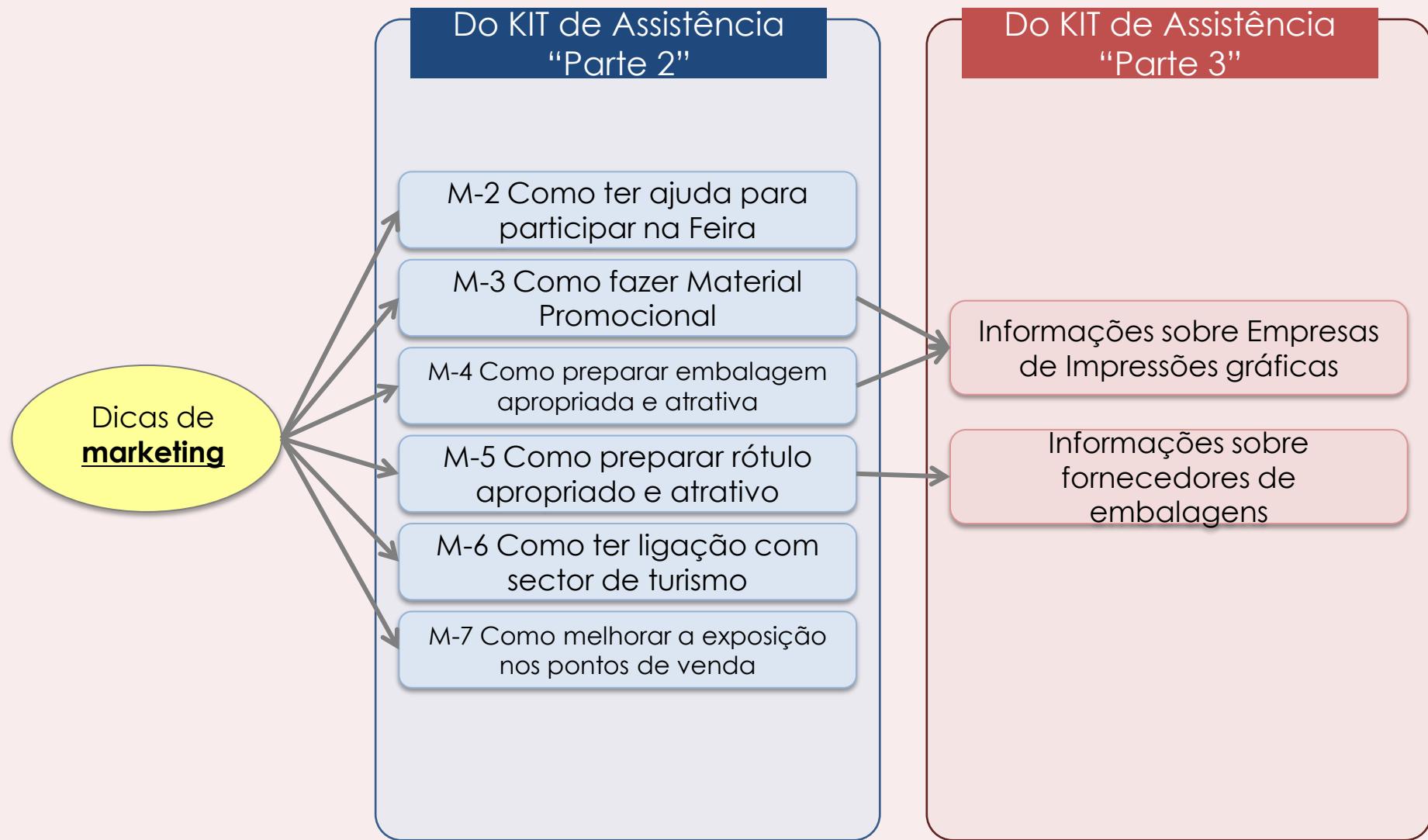
M-2 Como ter ajuda para
participar na Feira

Do KIT de Assistência “Parte 3”

Informações sobre
empresas de Impressões
gráficas

Informações sobre
fornecedores de
embalagem

Dicas & info. úteis para resolver a necessidade prioritária tipo3 (Expandir os negócios)





NECESSIDADE PRIORITÁRIA DO TIPO 4: REVER MODELO DE NEGÓCIO

1-5. Necessidade Prioritária do Tipo 4: Rever modelo de negócio

No caso em que a necessidade prioritária é do “Tipo 4: Rever modelo de negócio”, por favor, siga a acção a baixo.



Representante
da empresa

O que é modelo de negócio”? O que deve ser feito para rever-lo?



Ponto Focal
do CaDUP

“Modelo de negócio” significa **a forma e estrutura dos lucros por meio da produção e venda de produtos e / ou serviços**. Revisão do seu modelo de negócio irá ajudá-lo a obter imagens de toda a sua empresa e considerar o que você precisa fazer.

Acção

Vamos rever modelo de negócio esboçando um plano de negócio!

O processo de revisão do modelo de negócio é constituído por 4 passos:

Preparação do plano de negócio

Passo 1:

Confirme se a empresa usa o livro de conta.

Passo 2:

Dar dicas como identificar o cliente alvo e como rever os preços de venda

Se “Não”, providencie um “formato de livro de contas” na Parte 2 “G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade”

Usar Parte 2 “M-1 Como identificar mercado alvo” e “G-3 Como definir/fazer a revisão de preços de v” para dar dicas

Esboço do plano de negócio

Passo 3:

Suporte para preencher o formato de plano de negócio (referindo-se a Parte 2 “G-4 Como fazer plano de neg”)

Use o formato do plano de negócio na proxima pagina

Passo 4:

Agir de acordo com o plano de negócio, e monitorar os resultados

Usar Parte 2 e 3 do KIT de Assistência para dar informação útil

Acção

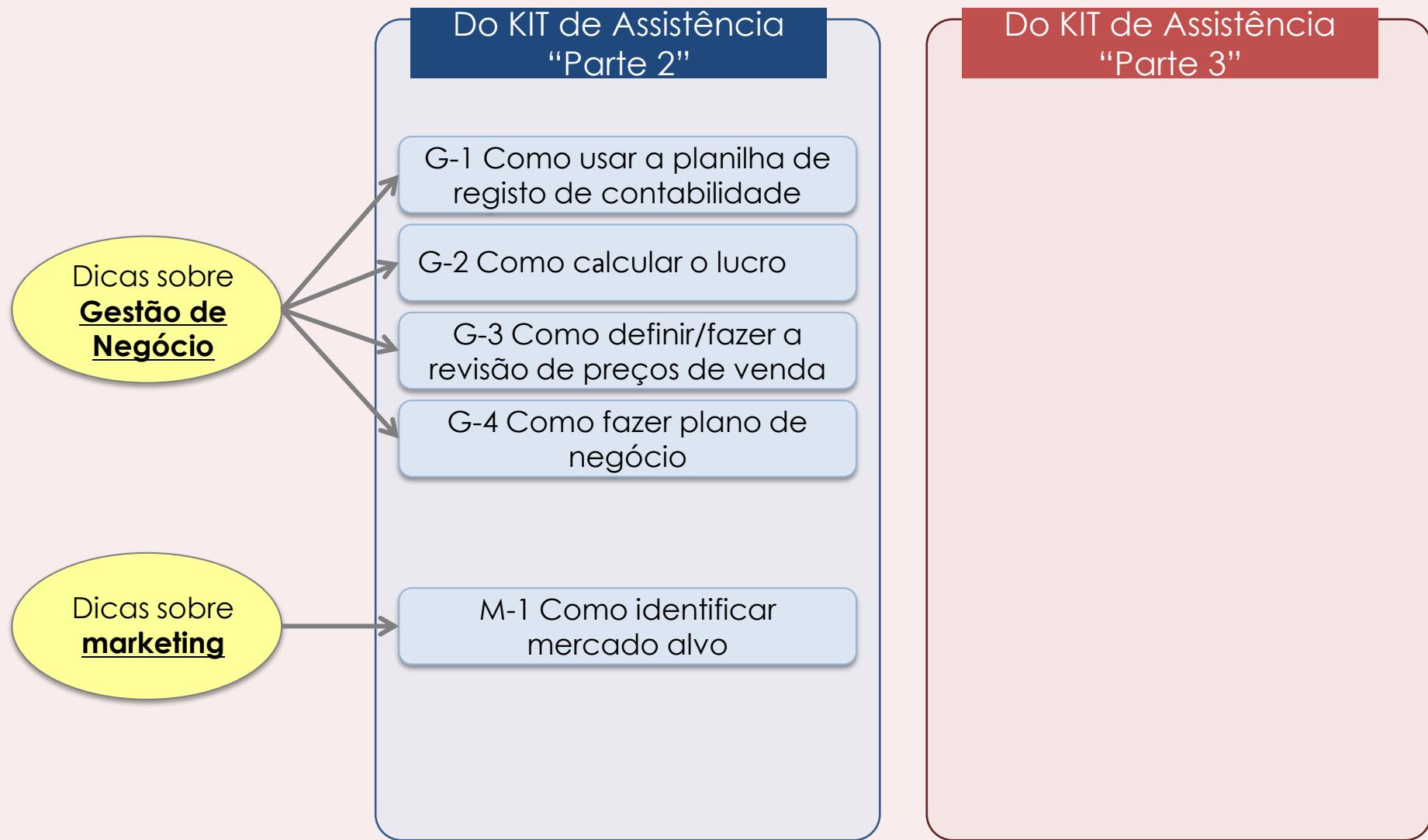
Vamos rever o modelo de negócio esboçando um plano de negócio! (continuação)

Formato de Plano de Negócios

Plano de Ação		
1. Ação para aumentar a rentabilidade:		
ETAPA 1: Verifique se você precisa de reduzir o custo total comparando com os custos no presente.		
ETAPA 2: Se sim, selecione pelo menos 3 ações prioritárias de "P-1" a "P-7".		
ETAPA 3: Preenche o plano de ação a baixo.		
[Plano de Ação para aumentar a produtividade]		
Acções a serem tomadas (sugestões de dicas úteis)	Resultados esperados (quantitativos)	Data limite
2. Ações para atender às necessidades dos clientes alvo:		
ETAPA 1: Verifica de precisa de actualizar sua produção e /ou promoção.		
ETAPA 2: Se sim, selecione pelo menos 3 ações prioritárias de "M-2" a "M-6".		
ETAPA 3: Preenche o plano de ação a baixo.		
[Plano de Ação para atender às necessidades de clientes alvo]		
Acções a serem tomadas (sugestões de dicas úteis)	Resultados esperados (quantitativos)	Data limite

Consulte o **Anexo 4** para este formato de plano de negócios

Dicas & info. úteis para resolver necessidade prioritária tipo 4 (Rever o modelo de negócio)



CaDUP Kit de ferramenta de

PARTE 2: APOIAR IDEIAS SOBRE UM TEMA ESPECÍFICO (DICAS ÚTEIS)

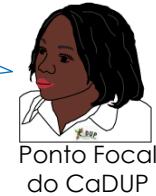


Conteúdo de Dicas para “Gestão de Negócio”

Conteúdo	Pag.
G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade	35
G-2 Como calcular o lucro	36
G-3 Como definir/fazer a revisão de preços de venda	37
G-4 Como fazer plano de negócio	39
G-5 Como reduzir os custos de mão de obra	41
G-6 Como ter informação sobre procedimentos administrativos no negócio	42
G-7 Como obter certificação dos produtos “Made in Mozambique”	44
G-8 Como fazer ligações empresariais	46

G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade

A contabilidade é uma das ferramentas de gestão mais importante para compreender a situação financeira real da sua empresa/Grupo de produtores. Assim sendo, recomenda-se que faça o registo diário das vendas e seus respectivos custos.



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Permite manter o “Registo de Vendas e de Custos”.

Pontos importantes :

- ✓ Registe diariamente todas vendas e custos.
- ✓ Calcular no final de cada mês o “Total das vendas e “Total de custos.



“Com o total de vendas por mês (MT) e “Total de custos por mês (MT) pode-se fazer o cálculo de lucros mensal.

Por favor , consulte “G-2 Como calcular o lucro”.

Exemplo

Registo de Vendas

Data (mês); Fevereiro 2016

Data	Item	Quantidade	Preço unitário (MT)	Total (MT)	Ponto de venda
14/2/2016	Jam de Manga	10 garrafas	200.00	2,000.00	Loja local
21/2/2016	Jam de limão	20 garrafas	200.00	4,000.00	Supermercado
27/2/2016	Jam de Manga	15 garrafas	200.00	3,000.00	Loja local
Total vendas por mês (MT)				9,000.00	



Registo de Custos

Data (mês); Fevereiro 2016

Data	Item	Quantidade	Preço unitário (MT)	Total (MT)
2/2/2016	Garrafas	60 unidade	25.00	1,500.00
4/2/2016	Manga	80 kg	35.00	2,800.00
6/2/2016	Limão	40 kg	30.00	1,200.00
10/2/2016	Açúcar	10 kg	32.00	320.00
Total custos por mês (MT)				5 820.00



Por favor consulte o **ANEXO 5** para este formato.

G-2 Como calcular o lucro



Representante
da empresa

Como posso usar o “Registo de Vendas” e “Registo de Custos” para calcular o lucro?



Ponto Focal
do CaDUP

Podes calcular o **lucro** através da diferença entre o total das vendas e dos custos mensais”. **Lucro é um indicador básico para medir se o seu negócio é rentável ou não.**

Acção

Cálculo do lucro baseado no “Registo de Vendas e de Custos totais”.

Como calcular o lucro:

Total de vendas – Total de custos = Lucro (MT)

Por exemplo: De acordo com a planilha de registo de contabilidade “vide G1” o lucro é:

Total vendas (9.000,00MT) – Total custos (5.820,00MT) = Lucro (3.180,00MT)



Se o lucro do seu negócio for menor, pode melhorar a rentabilidade (Lucratividade) do mesmo através de:

Alternativa 1: Redução dos “custos totais”

- Por favor, consulte dicas úteis para reduzir o custo de produção (por exemplo, P-1 a P-5)
- Por favor, note que a redução de custos, não pode significar a redução da capacidade produtiva, pois pode reduzir o “total de vendas” e consequentemente reduz seu “lucro”. Você precisa comparar o lucro, com e sem a redução de custos.

Alternativa 2: Aumento das “vendas totais”

- Por favor, consulte as dicas úteis para expandir o seu negócio (por exemplo, M-1 to M-7)
- Por favor, observe que a entrada assim como a compra do pacote pode aumentar “total de custos” e reduzir seu “lucro”. Você precisa comparar o lucro com e sem a entrada .

G-3 Como definir/fazer a revisão de preços de venda



Representante
da empresa

Não sei se o preço de venda dos meus produtos é bom ou não... Você pode me dizer como definir os preços de venda?



Ponto Focal
do CaDUP

Sim, você pode definir os preços de venda usando **2 métodos**. Recomenda-se que use ambos métodos e depois decida qual dos dois preços é rentável.

Acção

Vamos fixar/rever os seus preços de venda do produto.

Metodo 1: Comparação do Mercado

Com este método, você pode comparar os preços dos produtos similares no mercado alvo e decidir o seu preço de venda.

Passo 1: Visitar o Mercado Alvo, e conhecer os preços dos produtos similares.

Passo 2: Definir os preços de venda a aplicar, considerando os preços praticados pela concorrência para produtos similares.

Por exemplo...

- Se o seu produto for de menor custo, você pode definir o menor preço do que os outros.
- Se o seu produto é de melhor qualidade que os outros, você pode definir o preço mais elevado do que os outros.

Passo 1

Outros productos...



Produto A
MT300
(melhor
qualidade)



Produto B
MT200
(média
qualidade)



Produto C
MT150
(menor
qualidade)

Passo 2



Se a qualidade do seu produto está acima da média, você pode definir 300MT.



Continue na página seguinte

G-3 Como definir/fazer a revisão de preços de venda

Acção

Vamos fixar/rever os seus preços de venda do produto.
(continua)

Métodos 2: Cálculo de Custo-plus

Com este ,método, você decide seus preços de venda por meio de simulação do seu lucro com diferentes preços de venda do seu produto.

Passo 1: Calcular “vendas totais ”, “custos totais”, e “lucro” (por mês, por ano etc.).

Passo 2: Substituir os preços de venda do seu produto com outros preços e calcular novamente.

Passo 3: Encontrar o preço de venda que você pode ganhar lucro suficiente.

Exemplo

Passo 1



Representante
da empresa

Vendi 45 garrafas de Jam este mes. O preço de 1 garrafa é **100MT**.



O lucro deste mês é...

Total vendas	4,500MT
Total Custos	5,820MT
Lucro	-1,320MT

Passo 2&3

De acordo com o cálculo de lucro, você esta perdendo **dinheiro**. Vamos rever os preços de venda! De acordo com a comparação com o mercado , o preço médio de venda de Jam é **200MT**. Este preço permite-nos calcular o novo preço de venda. Com este preço, você pode ganhar lucro suficiente



Ponto Focal
do CaDUP



O resultado de simulação é...

Total vendas	9,000MT
Total Custos	5,820MT
Lucro	3,180MT

G-4 Como fazer plano de negócio (Versão simples)

Darei um formato simples de plano de negócios “**Planilha de Plano de Negócio CaDUP**”. Com base no plano de negócios, **i) você pode analisar o mercado alvo e ii) Tornar seu negócio rentável**. Posso ajudar te a fazer isto.



Acção

Pode preparar seu plano de negócio através de 3 passos.

O processo de preparação do plano de negócio:

Passo 1: Identificar o cliente alvo

Passo 2: Estimar rentabilidade

Passo 3: Preparar Plano de Acção

Instruções detalhadas para cada processo é mostrado no formato do plano de negócio (ANEXO 4).

Continua na página seguinte

G-4 Como fazer plano de negócio (para financiamento)

Se você deseja submeter um plano de negócio para empréstimo bancário e outras instituições financeiras, por favor entre em contato com o IPEME para obter informações adicionais. Vide abaixo o modelo de plano de negócios a submeter a banca para financiamento. O IPEME pode apoiá-lo a preencher o plano de negócios e aplicar ao regime de empréstimo.



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos contactar o IPEME e preparar o Plano de negócio para financiamento!

O processo de preparação de plano de negócio consiste em:

Passo 1: Contactar o IPEME

Se as PMEs quiserem submeter o plano de negócios para empréstimo bancário e outras instituições financeiras, por favor contacte o IPEME.

Contacto do IPEME:

Av. 25 de Setembro nº 1509,
1º esquerdo ou pelo,
Maputo
Fixo: .21 305626
Celular: +258 823 562923

Passo 2: Identificar a linha de financiamento

Existem vários tipos de regimes de empréstimos. Por favor, consulte o IPEME, e decida qual dos regimes de empréstimo é adequado para o seu negócio.

Por exemplo:

- Instituições e Fundos Públicos
- Operadores de Micro finanças
- Bancos Comerciais

Passo 3: Preparar planos de negócio

Plano de negócio para Bancos:

E, finalmente submeter

G-5 Como reduzir os custos de mão de obra

Vamos analisar a produtividade actual da sua mão-de-obra e como melhorá-la!



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos analisar e melhorar os custos de mão-de-obra!

O processo de análise e melhoria dos custos de trabalho consiste em 3 passos:

Passo 1: Análise actual da produtividade quantitativa

Verificar os seguintes items:

- ✓ Salário unitário
- ✓ Produtividade (saída/entrada)
- ✓ Custo de salário por saída

Passo 2: Encontrar o ponto de consentimento entre proprietário e trabalho

Ter consentimento mútuo nos seguintes aspectos:

- ✓ Identificação do problema.
- ✓ Como mudar o salário unitário?
- ✓ Qual é o benefício para o controlo?

Passo 3: Avaliar melhoria de gestão de custo de mão-de-obra

Verificar os seguintes items:

- ✓ Salário unitário
- ✓ Produtividade (entrada/saída)
- ✓ Custo de salário por saída

Sistema de pagamento por trabalho deve ser considerado baseando-se na produtividade, melhoria e controlo de qualidade do produto.

Exemplo de produtor de óleo de coco

Salário unitário antes da intervenção:

Número de cocos processados

Salário unitário	1,500MT / 1,000 cocos
Productividade (saída/entrada)	54 litros / 1,000 cocos
Custo de salário por produto	27.8MT / litros

- ✓ Identificação do problema?
Trabalhador não tem incentivo para aumentar a produção.

- ✓ Como mudar salário unitário?
Mudar unidades de "entrada (= coco)" à "saída (= óleo)"

- ✓ O que é benéfico para os trabalhadores?
Quando o trabalho aumenta a produção, **eles podem receber mais.**

Salário unitário depois da intervenção:

Quantidade do óleo (= saída)

Custos de salário unidade (= saída)	26.5MT / litros
Productividade (saída/entrada)	57.5 litros / 1,000 cocos

Productividade aumentou!

G-6 Como ter informação sobre procedimentos administrativos no negócio



Como posso licenciar o meu negócio?

Representante
da empresa

Você pode ter o seu negócio licenciado a partir dos serviços prestados pelo **BAÚ (Balcão de Atendimento Único)**. O **BAU está localizado em todas capitais provinciais**.



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos aprender sobre procedimentos administrativos para o licenciamento do seu negócio no BAÚ.

Os BAÚs são tutelados pelo Ministério da Indústria e Comércio e subordinam-se ao Governo Provincial. Os Balcões de Atendimento Único, adiante designados por BAÚs, constituem unidades concentradas de prestação de serviços públicos.

Os BAÚs são espaços públicos de acesso fácil, onde os cidadãos em geral, beneficiam se de vários serviços públicos, obtendo respostas às suas preocupações, dentro dos prazos estabelecidos.



Serviços Prestados nos BAÚs

Os serviços prestados nos BAÚs, são os seguintes:

- Serviços de Licenciamento;
- Serviços de Registo e Notariado;
- Serviços de Migração;
- Serviços de Viação;
- Serviços de Cobrança de Impostos e Taxas;
- Serviços Complementares aos Licenciamentos.

Atribuições dos BAÚs

Das atribuições acima referidas, exceptuam-se os licenciamentos, cuja decisão é legalmente atribuída aos órgãos centrais, cabendo, no entanto, aos BAÚs tramitar e submeter apreciação e decisão pelos órgãos competentes.

Continue na página seguinte

Acção

Vamos aprender sobre procedimentos administrativos para licenciamento do seu negócio no BAÚ. (contínuo)

1. O que é licenciamento qualificado?

É a tramitação e emissão presencial, no prazo máximo de 1 dia, da licença para o exercício de actividade económica.

2. Quem pode solicitar, o Licenciamento simplificado?

- Agentes económicos formais e informais;
- Investidores nacionais e estrangeiros(apenas singulares para estrangeiros).

3.Onde pode ser solicitado o Licenciamento simplificado?

- Balcão de Atendimento Único(BAÚ),
- Conselhos Municipais dentro da sua área de jurisdição onde existam BAÚs,
- Governos distritais, Serviços Distritais de Actividades Económicas (SDAEs), onde não existam Baús, em Municípios.

4.Que documentos são necessários para o Licenciamento simplificado?

- a) Formulário devidamente preenchido, em modelo próprio;
- b) Documento de Identificação:
 - Pessoa singular, cópia do passaporte, BI, carta de condução, cartão de leitor, carteira profissional para (nacionais), ou DIRE para estrangeiros,
 - Pessoa colectiva : certidão definitiva ou cópia da publicação do estatuto e prova da qualidade do requerente,
- c) Número único de identificação tributária (NUIT).

5. Qual é a taxa para obter o Licenciamento simplificado?

Agora a taxa é de 1.400.00Mts (equivalente a 50% do salário mínimo em vigor na função publica).

6. Quais são as áreas e actividades económicas sujeitas ao Licenciamento económico?

Agricultura:

Actividades dos serviços relacionados com a agricultura(sistema de irrigação para áreas até 350ha), produção animal(criação de gado bovino ate 500 cabeças); Suinicultura - criação de suínos até 3000e/ou até 100 porcas reprodutoras .

Comércio:

Retalho (10 classe e 12 subclasse do CAE-Classificador de actividades económicas).(Para mais detalhes ver o anexo 1 do decreto 5/2012 de 7 de Março que aprova o licenciamento simplificado).

Indústria :

Indústria transformadora de micro e pequena dimensão com excepção do ramo alimentar farmacêutica e bebidas .

Cultura :

Serviços de vídeo-clube, venda de artesanato, ensino de dança, artesanato, artistas e comerciantes de obras de artes .

Pesca:

Pesca artesanal

Turismo:

Estabelecimentos hoteleiros como: restaurantes, pensões de 1 e 2 estrelas, motéis de 1 estrela, salão de chá e cervejaria de 1 e 3 classes, cafés e pastelarias.

7. Que facilidades oferece o Licenciamento simplificado?

- Isenção de estudo do impacto ambiental, e início da actividade económica, antes da realização da vistoria prévia.
- As actividades económicas abrangidas pelo Licenciamento simplificado estão sujeitas a verificação á posterior.

8. Onde se localizam os BAÚ's?

Os Balcões de Atendimento único (BAÚ's) localizam se em todas capitais provinciais e nos distritos assinalados no Mapa

G-7 Como obter certificação dos produtos “Made in Mozambique”

Governo Moçambicano certifica produtos nacionais e serviços através do **Certificado “ Made in Mozambique ”.**



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos aprender o que é marca de certificação “Made in Mozambique”

I. O que é ?

O selo é Marca do País, e serve para assinalar os produtos e serviços nacionais (é extensivo á cultura, ideias, invenções e inovações).

Representa:

a) Identidade Nacional;

Os titulares do uso, do direito do selo devem ter registo e licença nacionais e devem, nas suas actividades fazerem uso relevante de recursos nacionais (regra de origem),

b) Responsabilidade ;

Os titulares de uso do direito de selo devem respeitar a legislação em vigor em Moçambique, e pautar por boas práticas de negócios,

c) Qualidade;

Os titulares de uso do direito de selo devem ter nas suas empresas/instituições um plano da qualidade.

II. ELEGIBILIDADE

Pessoas singulares, Empresas, Associações, cooperativas, instituições públicas ou privadas vocacionadas a prestação de serviços com impacto directo no crescimento da produção nacional.

III. BASE LEGAL

O uso do selo é regulado pelo Decreto 10/2012, de 11 de Maio.

IV. VANTAGENS DO USO DO SELO

a) Ser contemplado nas iniciativas promocionais exclusivas dos produtos e serviços Made in Mozambique.

b) Possibilidade de participar em feiras organizadas dentro e fora do País, em espaço compartilhado e com custos reduzidos,

c) Participar nos programas de formação organizados ou promovidos pela entidade que superintende o uso do selo,

d) Ter acompanhamento pela entidade competente em processos de inovação tecnológica, registo de direito intelectual e adopção de sistemas de qualidade,

e) gozar de preferência nos concursos para contratação de empreitada de obras, fornecimento de bens e prestação de serviços ao Estado, nos termos do Decreto 15/2010, de 24 de Maio,

f) Competitividade associada a imagem do selo,

V. MODALIDADES DE CONCESSÃO

A concessão do direito de uso do selo pode ser efectuada numa das seguintes modalidades:

a) Concessão Ordinária

b) Concessão Ocasional

VI. REQUISITOS GERAIS

a) ser moçambicano ou entidade de direito moçambicano,

b) Estar legalmente autorizado a exercer a actividade em relação a qualidade que se pretende usar no selo,

c) Não se encontrar em situação de falência ou insolvencia,

d) Possuir Número único de Identificação Tributária e estar quite com o fisco,

e) Cumprir com as obrigações no âmbito da legislação laboral.

VII. REQUISITOS GERAIS

a) ser moçambicano ou entidade de direito moçambicano,

b) Estar legalmente autorizado a exercer a actividade em relação a qualidade que se pretende usar no selo,

c) Não se encontrar em situação de falência ou insolvencia,

d) Possuir Número único de Identificação Tributária e estar quite com o fisco,

e) Cumprir com as obrigações no âmbito da legislação laboral.



Continue na página seguinte

Acção

Vamos aprender o que é marca de certificação “Made in Mozambique”. (contínuo)

VII. REQUISITOS ESPECÍFICOS

1. Para Produtos:

- a) Cumprimento dos regulamentos técnicos aplicáveis ao ramo da actividade,
- b) Qualidade comprovada,
- c) Os produtos primários devem ser totalmente produzidos no País,
- d) Os produtos processados devem, no processo de transformação realizado dentro do país, beneficiar de um valor acrescentado mínimo de 35%,

2. Para Serviços:

- a) Cumprimento dos regulamentos técnicos aplicáveis ao ramo da actividade,
- b) Qualidade comprovada,
- c) Pelo menos 60% das remunerações devem corresponder a trabalhadores nacionais,
- d) Os meios directamente ligados a prestação de serviços, devem ter registo nacional, quando sujeitos a registos públicos, e bandeira nacional, quando aplicável,

3. Para ideias ou inovações

- a) Direito de propriedade intelectual formalmente reconhecido,
- b) Relevância da ideia ou inovação, do ponto de vista económico ou cultural, atestada pelo Ministro que superintende as áreas de Ciência e Tecnologia.

DOCUMENTOS A SUBMETER

1. Para concessão ordinária:

- a) Pedido dirigido ao Ministro da Indústria e Comércio,
- b) Formulário devidamente preenchido,
- c) Certidão de registos de entidades legais,
- d) Alvara ou Licença,
- e) Lista nominal dos trabalhadores com nacionalidade,
- f) Certidão de quitação fiscal,
- g) Certidão de quitação da Segurança Social obrigatória.
- h) Comprovativos de pagamento de salário dos últimos meses,
- i) Certificado ou palmo de qualidade,
- j) Demonstração de resultados do último exercício económico,
- k) Declaração de que não há pedido de falencia ou insolvencia,

2. Para ideias e inovações

- a) Bilhete de Identidade,
- b) Documento do Ministro da Indústria e Tecnologia que atesta a relevância da ideia ou inovação,

3. Para concessão ocasional

- a) Pedido dirigido ao Ministro da indústria e comércio,
- b) Formulário devidamente preenchido,
- c) Certidão de registo de entidades legais,
- d) Alvara , licença ou documento que autoriza a realização do evento,
- e) Lista nominal do pessoal envolvido com a nacionalidade,
- f) Relação dos honorários a serem pagos ao pessoal envolvido,
- g) Receita prevista,
- h) Documento descriptivo das condições de segurança e higiene,
- i) Documento descriptivo, do evento dos produtos e dos serviços envolvidos.

A análise documentar será complementada por uma vista de verificação inicial as instalações do requerente.

G-8 Como fazer ligações empresariais



Gostaria de conhecer algumas empresas como faço?.

- Produtor de outro sector para desenvolver novo produto;
- Novo ponto de venda, BDS para facilitar negócio com novo cliente;
- Fornecedor de matéria prima/embalagem/Equipamento/Máquinas etc.

Temos lista de empresas que prestam serviços e que fornece o que você precisaria. Também posso aproveitar colegas de outros SDAEs para procurar parcerias a nível nacional..



Ponto Focal do CaDUP

Acção

Passo 1

Procurar parceiro utilizando recurso do SDAE



Este esquema permite com que as PMEs possam ter benefício mutuós.



Um exemplo de ligação entre produtor de óleo e de artesanato para melhorar exposição

Passo 2

Intercâmbio entre PMEs

Ponto de discussão

- Especificação (combinação com amostra);
- Número de unidade;
- Data de entrega;
- Preço;
- Spot ou Continuo;
- Condição de pagamento;
- Deve ser elaborado um contrato

1:Reunião
Identificação de interesses comuns e amostra do produto/serviços.
Negociação com preço e condições de entrega e pagamento

2:Preparação
Melhorar produto ou produzir de acordo com as necessidades do potencial cliente

3:Entrega
Disponibilizar o produto ao cliente final



Passo 3

Monitoria

Ainda continua o negócio?

Sim

Não

Qual foi a razão de não continuar?

Tem como resolver esse problema?

Para poder crescer mais o que é necessário?

Consulte a pag. seguinte



É recomendável registrar seu negócio e/ou fazer plano de negócio para fortalecer esse ligação

Consulte a G-4 e G-6

G-8 Como fazer ligações empresariais

Necessidade de PME



Produtor de licor

Quero desenvolver produto para brinde. Como meu produto tem característica moçambicana, eu acho que a caixa de capulana vai ser bonito.

Quero ter parceiro que compra a grosso. Tenho experiência de vender caixas de cartolina a uma produtora de jam.



Combinar especificação



Discutiram tamanho, fetio, tipo de capulana etc. até concordarem

Produto final



Natal de 2015 foi um sucesso para vender como brindes



Produtor de artesanato

Quero desenvolver produto para acessar ao mercado dos turistas. Batik em si vende em muitos lugares em Maputo. Preciso diferenciar feitiços.

Também preciso estantes para exposição.

Meus produtos são muito originais utilizando recurso local. Mas não é conhecido. Posso fazer qualquer coisa conforme cliente quiser.



Produtor de batic



Produtor de artesanato



IPEME ajudou a tornar o produto acessível ao mercado.



Caixa de caniço para economizar espaço para exposição

Estante de caniço para colocar panos para exposição.

Tapeçaria de batik com caniço como novo produto.

Conteúdo de Dicas para “Marketing”

Conteudos	Pag.
M-1 Como identificar Mercado Alvo	49
M-2 Como participar numa FEIRA	50
M-3 Como fazer Material Promocional	52
M-4 Como preparar embalagem apropriada e atractiva	54
M-5 Como preparar rótulo apropriado e atractivo	56
M-6 Como ter ligação com sector de turismo	58
M-7 Como melhorar a exposição nos pontos de venda	59

M-1 Como identificar Mercado Alvo



Representante
da empresa

Tenho bom produto, mas mercado é fraco, gostaria vender fora do país. Mas eles pretendem outro produto utilizando meu produto como matéria prima. Mas não tenho técnica e máquina de processar. O que faço?



Ponto Focal
do CaDUP

OK, primeiro vamos diferenciar os assuntos, mercado e produto. São raros os casos que se desenvolvem novos produtos e se entra num novo mercado ao mesmo tempo. Aqui temos um cenário abaixo que nos vai ajudar a pensar.

Acção

Passo 1

Analizar o situação

Actual

- ✓ Quais são os produtos?
- ✓ Onde e para quem vende?
- ✓ Tem concorrentes no mercado local?

No Futuro

- ✓ Tem planos de entrar num outro mercado? Porque a escolha desse mercado?
- ✓ Tem plano de fazer outro produto? Qual seria a vantagem de sua empresa em trazer esse novo produto?
- ✓ Tem concorrentes nesse mercado?

Passo 2

Decidir a estratégia a ser tomada pela PME

Veja a tabela. Você está na categoria 1). 4) tem muitos riscos. 1) tem menos riscos. Então vamos começar em 1)!!

Novo produto
produto existente

3) Desenvolvimento dos Productos

1) Penetração de mercado

4) Diversificação do negócio

2) Desenvolvimento de mercado

Mercado existente

Novo Mercado (grupo alvo)

1) Focalizar no mercado actual

- ❑ Adição de valor, através de melhorias de embalagem (rótulo, etc.) do produto e qualidade para o numero de clientes e o volume de vendas?
- ❑ Custo desta estratégia é relativamente baixa para implementar. Então quer?
⇒ Se Sim, siga 1), se não, passe a direita

2) Expandir para outros Mercados

- ❑ Fazer divulgação estratégica focalizando o grupo alvo? (nível económico, sexo, idade, ocupação, área, etc)
- ❑ Custo de implementação desta estratégia aumenta. Quer seguir?
⇒ Se Sim, siga 2), se não, passe a direita

3) Diversificar produtos

- ❑ Pretende variar produtos?
- ❑ Fazer amostras para teste de mercado actual
- ❑ Custo aumenta ainda mais. Quer seguir?
⇒ Se Sim, siga 3), se não, faça um plano de negócio



Passo 3

Analizar se a estratégia está a funcionar

- Faz teste de satisfação dos clientes alvo com as amostras de produtos
- Definir próxima medida conforme o teste

Consulte a Parte 2 "G-4 Como fazer plano de negócio"

M-2 Como participar numa FEIRA

Suporte do SDAE para PME's

Como pode apoiar as PMEs para participarem em feiras tanto organizadas pelo SDAE bem como por outras instituições. Se não houverem feiras programadas, pode - se aplicar medidas (promoção de produto e pesquisas)no ponto de venda da PME. O Impacto quantitativo pode ser menor mas o efeito prático pode ser maior pela continuação das actividades.

Período de preparação

Local da feira

Seguimento de suporte

Preparação do trabalho com antecedência (dois meses)

[SDAE]

- ❑ AListar PME's que irão participar e montar os STANDs apropriados
 - ❑ Encontrar potenciais compradores
 - ❑ Enviar convites aos compradores
 - ❑ Preparar e organizar o Material promocional de cada PME para diferenciá-la e dar assistência técnica e depois da feira fazer a análise dos resultados.
- =>Cada PME irá preparar o seu esboço com o acompanhamento do técnico do SDAE.

[PME]

- ❑ Preparar Produtos para a feira.
- ❑ Cartão de visita (impresso ou escrito à mão)
- ❑ Condição/preço de venda de acordo com a quantidade , o tipo de produto embalado, etc.

[Outros]

- ◆ O SDAE pode preparar um simples formato ficha/ questionário para colher resultados da feira em termos de satisfação dos clientes
- ◆ Montar o Roll-up do CaDUP (SDAE)
- ◆ Catálogo dos produtos CaDUP 5 para cada Distrito (IPEME)
- ◆ Lista de contacto dos visitantes de cada STAND das PME's de cada distrito.

Local onde vai decorrer a exposição de produtos ou serviços das PME's

1 Encontros de negócio

- ❑ Planificar /marcar reuniões com potenciais clientes ou empresários para informar sobre produtos a serem expostos pelas PME's
- ❑ Recolha das condições de compra usando Questionários (JPT)
- ❑ Marcar a próxima reunião (Data/local/contacto),para fechar o negócio ou em casos de não ter havido ainda resultados positivos no primeiro encontro
- ❑ A procura do comprador deve ser anotada cuidadosamente

2 Promoção & pesquisa

- ❑ Nos encontros de negócio, a PME deve ter consigo os cartões visita e catálogos de promoção mostrando sua especialização para marcar a diferença.
- ❑ Colher a demanda do mercado para melhorar mais ainda o seu produto.

3 Fazer o relatório em termos de demanda(procura) dos produtos no Mercado alvo:

1. Alistar questões encontradas durante a feira
2. Priorizar questões de acordo com plano de negócio.

Questões prioritárias

Resumo do relatório de _____

1. Vendas
2. Número de visitantes (comprador/total)
3. Número de clientes potenciais

[Gestões encontradas na feira]
[Prioridade*]

1. Quantidade de conteúdo é muito grande;
2. Fornecimento estável é necessário;
3. Solicitada a selagem;
4. Capacidade de produção é limitada;
5. Oportunidade de promoção é necessária
6. Necessário aprender sobre higiene
7. Prioridade: O que será mais necessário
8. Possível melhorar no próximo período

Menu de Suporte

Menu CaDUP (Esboço)

CaDUP fornece as PMEs suporte de acordo com as questões prioritárias e demandas das PMEs:

- ❖ BDS / Informação do fornecedor
- ❖ Feiras / Oportunidades de Marketing
- ❖ Visita de estudo para troca de experiência entre o sector empresarial.
- ❖ Introdução de boas práticas implementadas pelos parceiros e PMEs do CaDUP

SDAE: Utiliza essas informações para seguintes suporte.

- Plano de negócios;
- Livro de registo contabilístico;
- Informações das BDS's, fornecedores e instituições;
- Boas práticas das PME's
- Informações de serviços financeiros.

DPIC: Divulgar actividades e boas práticas do SDAE na fase piloto para outros Distritos.

IPEME: Actualiza informação para melhorar o menu de suporte.

M-2 Como participar numa FEIRA

Suporte do SDAE para PME's

A Lista de controlo e verificação é do uso dos SDAE's e é para fazer o acompanhamento na preparação para participação das PME's nas feiras e na promoção dos produtos nos pontos de venda. São medidas muito simples de implementar e bastante úteis. São importantes não somente para a preparação de feiras, mas também para os SDAE's poderem medir e melhorar a sua qualidade de conselhamento.

Antes da Feira (ou promoção no ponto de venda)	Sim	Não	Depois da feira	Resultado na Feira
✓ Tem <u>cartão de visita</u> para dar aos potenciais clientes? É Melhor pedir aos clientes que recebem cartão para se cadastrarem na lista/base de dados dos clientes. (ver M-2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ Deu cartão de visita?	
✓ Fez alguma <u>placa de informação</u> (pelo menos nome da empresa) para mostrar aos potenciais clientes? Tem ideia de como colocar (Pendurar, escorar contra)? (ver M-2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ A placa de informação funcionou ?	
✓ Tem <u>informação técnico (nutricional, teste de laboratório etc)</u> para atrair clientes e para diferenciar dos concorrentes? Se puder imprimir para distribuir, dará mais impacto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ Utilizou informações técnicas?	
✓ Tem <u>produtos</u> para a feira?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ O número dos produtos era suficiente ?	
✓ Já tem ideia do <u>layout da sua banca</u> ? Precisa de comprar ou alugar mesa, prateleira, caixa , pano para melhor decoração?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ O layout foi bom? Tem ideia para a próxima feira?	
✓ Analisou se pode utilizar esta oportunidade de fazer <u>teste de satisfação de cliente</u> ? É útil para saber a reacção dos clientes, especialmente para produtos novos e com potencial de grandes vendas ou para o melhoramento da embalagem etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ Fez algum teste?	
✓ Fez formato da <u>lista do cliente</u> ?(pode ser caderno)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✓ Preencheu a lista? Vai utilizar?	

Recomendação!!!

cadastro de clientes potenciais de XXXXX			
Nome do Cliente/Empresa	Contatos	Requisitos (Embalagem, quantidade, rotulos, etc)	Notas (Próxima ação etc.)
1			
2			
3			
4			
c			

Com esta lista, é importante manter contato para estimular as compras

Lista de clientes existentes

Nome de Cliente	Contato	Produtos comprados (ou interessados)	NOV	DEC	JAN
Sr.Pedro	846962050	grelha, tijolos	10Nov 80, T300	30 Nov T300	
Sr.Miguel	823394002	tijolos		10 Dec T300	

Deixando número e data das compras, vai ter uma data importante para manter cliente existente.

Consulte a ANEXO 6

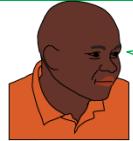
Recomendação!!!

Investigação de preferência dos clientes de Piripiri			
	Nr. de garrafas no Início	Nr. de garrafas no Fim	Resultado
Garraffa antigo:	100-	100- 100- 100- 100- 100- →60-	60/100=60%
Garraffa novo:	50-	50- 50- 50- 50- →40-	40/50=80%

É como comparar a reação dos clientes entre 2 ou mais itens no teste. No caso da tabela, o número de garrafa antiga é maior que garrafa nova. Mas calculando percentagem, pode entender que garrafa nova teve mais preferência do que garrafa antiga.

Consulte a ANEXO 6

M-3 Como fazer Material Promocional



Quero promover meu produto mas não tenho como fazer material promocional. Parece custar muito.

Representante da empresa



Se pedir alguma empresa, sai caro. Mas podemos fazer materiais simples para ver a eficiência. Você precisa de cartão de visita ou folha de informação? Se seu produto seja original, ou alguma diferenciação, recomendo fazer a folha.

Ponto Focal do CaDUP

Acção

Passo 1

Fazer layout

- Discutir qual é a medida será útil para promover negócio
 - Cartao de visita
 - Folha de Informação
 - Catalogo
 - Rotulo, selo
 - outro
- Tem em consideração o seu grupo alvo para decidir o fromato
- Tem em consideração a combinação da cor com o produto

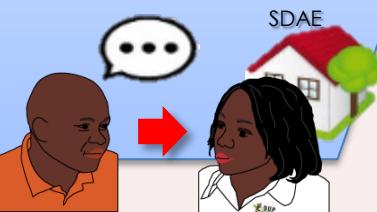
Consulte a pag.seguinte



Passo 2

Juntar informações

- ✓ Fotos de produtos e produtores com sorriso!!
- ✓ Contacto: nome, tel , endereço, email, facebook etc
- ✓ Lista dos produtos (com quantidade, preço etc)
- ✓ Resultado do análise laboratorial, certificate
- ✓ Pontos fortes (selling point) dos produtos e diferenciação com concorrentes
- ✓ Eficácia medicinal e cosmético, cosmética, qualquer coisa cliente possa obter com por comprar os produtos.



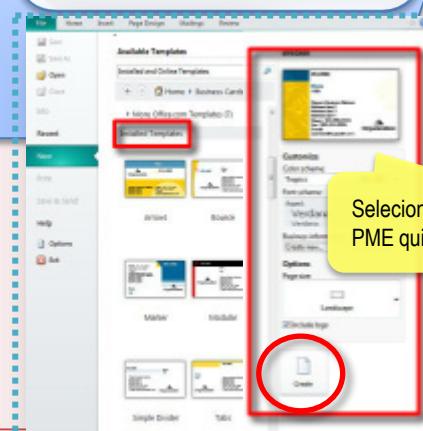
Recomendação!!!

[PC skill]
Para copiar e colar, usa
CTRL+ C e CTRL+ V
para ser eficiente e
para não falhar

Passo 3

Montar utilizando Publisher

1. Entra Publisher
Windows-> all programs ->Microsoft Office-> Microsoft Office publisher-> name card -> (seleciona um formato e montar informação conforme indicações no formato)
2. Preenche informação recolhida
3. Destaca das letras de nome da empresa , contato e qualquer informação importante, aumentando o tamanho
4. Pede opinião por mais de 2 colegas além do produtor para melhorar impacto da material



Selecionar o fromato que PME quiser / precisar



M-3 Como fazer Material Promocional

Os efeitos do material promocional :

- Atrai potenciais clientes dando impacto positivo
 - Diferencia seus produtos da concorrência
 - Potenciais clientes poderão contactá-lo depois



Cartão de visita

Pro-socala

Sofia Issufo

Socia-gerente

Cell: +258 82 783 5970

E-mail: pro.socala@yahoo.com
<http://www.facebook.com/prosocala>

- ◆ Imagen dos produtos
 - ◆ Lista dos produtos
 - ◆ Contatos (tel,facebook, website)

Informação básica +

Agro Maité

Início é uma actividade por curiosidade através de informações existentes no mercado sobre o maité. Assim, iniciou-se a sua exploração e produção em 2009, e inciou-se em 2010 a multiplicação da variedade de maité no seu jardim.

Contato: 34418333/34009832 (Divulgação Ponto)

Benefícios do Uso de Moringa

1. Nos resultados provados de vários estudos mostraram que o consumo de colerígeno, lipoproteína, diabetes, anemia, etc.

2. Muitos benefícios com forte de-vitamina como ferro, potássio, cálcio, vitamina C e C bent como diversos outros nutrientes.

Benefícios de levar de Maité (Babool)

- Digestivo, estomônico, uso agradável

Pasta com moringa, contatá-nos

84845327/84899262 (Agro Maité, Ponto)

- ▶ Informação básica
 - ▶ Receita de comida usando o produto

Etiqueta, logotipo

Rótulo, selo

Rale	Rale com cenoura	Rale com Tomate
Associação Agro-Comercial WAPSUALA Rale 	Associação Agro-Comercial WAPSUALA Rale com cenoura 	Associação Agro-Comercial WAPSUALA Rale com Tomate 
Ingredientes: Mandioca <ul style="list-style-type: none"> • Farinha de mandioca • Água • Sal • Avelãs • Farinha de amendoim 	Ingredientes: Mandioca e cenoura <ul style="list-style-type: none"> • Farinha de mandioca • Mandioca • Cenoura • Fubá • Leite • Pão • Manteiga 	Ingredientes: Mandioca e tomate <ul style="list-style-type: none"> • Farinha de mandioca • Tomate • Sal • Bala produzida com mandioca e tomate • Merengue • Manteiga com tomate • Pão recheado em molde artesanal
Preparo: 1. Cozinhar a mandioca e a cenoura. 2. Desfazer a mandioca e a cenoura. 3. Misturar a farinha de mandioca com a massa de mandioca e cenoura. 4. Cozinhar o rale com a manteiga e o leite. 5. Servir com o pão recheado.	Preparo: 1. Cozinhar a mandioca e o tomate. 2. Desfazer a mandioca e o tomate. 3. Misturar a farinha de mandioca com a massa de mandioca e tomate. 4. Cozinhar o rale com a manteiga e o leite. 5. Servir com o pão recheado.	Preparo: 1. Cozinhar a mandioca e o tomate. 2. Desfazer a mandioca e o tomate. 3. Misturar a farinha de mandioca com a massa de mandioca e tomate. 4. Cozinhar o rale com a manteiga e o leite. 5. Servir com o pão recheado.
Validade: _____ Local: _____	Validade: _____ Local: _____	Validade: _____ Local: _____

Rótulos conforme tipo de produtos

Selo para assegurar garrafa

Informação persuasiva para convencer clientes

- ◆ Mostrar a variedade/opções dos produtos a escolher
 - ◆ Vantagens dos produtos

Avisa e filhos - Aviário Isabel

Nosso ovo de Codorna oferece-lhe a vida saudável!

Aplicando alimentação especial feita de produtos locais

Duplicar a produção de ovos e aumentar o número de vendas de ovos de codoriz. Melhorar a produção de ração com uso de recursos locais.

Moringa para os cuidados de saúde

Usar moringa na produção de ração para obtenção de carne de codoriz saudável , adquirindo ovos saudáveis e proteicos .

- ◆ Explicar o uso
 - ◆ O ponto forte
 - ◆ Informação Nutricional
 - ◆ Historial de empresa etc.
 - ◆ Selos, código, e certificação etc.

Mostrar os
produtos para
funcionar mini
catálogo

ESTADAMA (Estaleiro Dalito Machava)	
	Localização: Distrito de Caxias, Poco Administrativo de Chirimba, Localizada da 2 de Fevereiro, Uru.
	Histórico: Fundado em 1970, a cerca de 1975 ESTADAMA, uma entidade produtora, foi criada para a produção de cerâmica. Com 11 trabalhadores, o ESTADAMA produz peças de 15 a 30 cm, va- potes, panelas de barro, de diversos tamanhos, coelheras agulheiras e muito mais produtos de barro qualitativo.
	Número de contato: 031 3616-5319 (Sr. Eralmo)
	Nome: Panela tradicional (cerâmica) Tamanho: 18cm(largura) x 30cm(altura) Use: Cozedura de alimentos
	Nome: Vaso de barro Tamanho: 15cm(largura) x 20cm(altura) Use: Cozedura de Brindes
	Nome: Coelheras Tamanho: 60cm(x comprimento) 12cm(largura) Use: Abreço de coelhos
	Nome: Fogão de baixo consumo
	Nome: Forno borbótilo Tamanho: 100cm(largura) x 80cm(altura) Use: Dessecador interno e externa
	Nome: Filtro de água potável Capacidade: 3 litros Use: Purificação de água para consumo humano
	Nome: Panela de barro Tamanho: 12cm(dâmetro) 22cm(altura) Use: Cozedura de, usando lenha ou carvão
	Nome: Vaso de barro



M-4 Como preparar embalagem apropriada e atractiva

Antes de adquirir a embalagem, vamos aprender sobre informações básicas na embalagem.

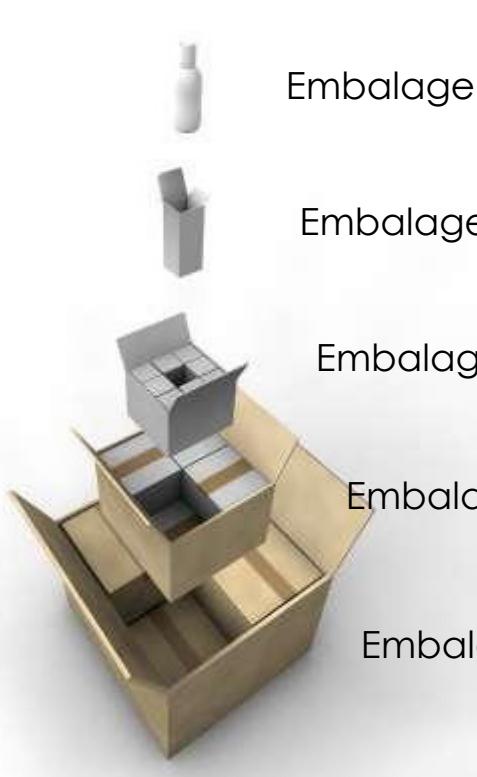


Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos aprender sobre tipos de embalagem e razões de uso!

TIPOS de Embalagens



Embalagem Primária

Embalagem Secundária

Embalagem Terciária

Embalagem Quarta

Embalagem Quinta

Por que eu devo investir na embalagem?



Fonte: Aula 2 – Armazenagem. Prof. Brenno Ferreira de Souza. Universidade Federal Fluminense - UFF, Rio de Janeiro, Brasil. 2013

Por favor move para próxima página

M-4 Como preparar embalagem apropriada e atractiva

Acção

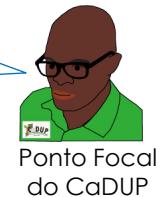
Vamos selecionar embalagem apropriada para o produto!



Tipo	Potes e garrafas	Potes e garrafas	Películas plásticas / bandeijas (esferovite)isoterm ou plástica	Invólucros e sacos de papel	Embalagens tradicionais
Material	PET e plásticas	Vidro	plásticas	papel	fibras naturais, cerâmica, madeira, barro
Cuidados	Luz, calor.	Luz, calor	entrada de ar, gases e odores	Rasga se com facilidade	não podem molhar
Observações	A mais acessível das embalagens, versátil, diversas aplicações, moldável e os desenhos são associados aos produtos. Cuidado ao armazenar alguns produtos alimentares pois o plástico reage com alguns alimentos. Leves, resistentes e não quebráveis. Custo mais baixo que o vidro. Não aceita calor para esterilizar e nem pode reutilizar.	Não reage com o alimento, tratadas com calor para pasteurizar e esterilizar. Alta protecção do alimento, barreira contra o ar, humidade, odores e micro organismos, fortes rígidas, protege o conteúdo e permite visualização. Pode reutilizar. São pesadas, cuidado no transporte, quebráveis. Preços mais altos.	Baixo custo. Razoável barreira protectiva contra a humidade e o ar, são termoadesivas, fortes, leves e não adicionam peso ao produto, fácil de acondicionar, transportar e expor.	Baixo custo, fácil encontrar e leves. Não protege contra humidade, água ou ar e são altamente absorventes.	Leves, fortes, flexível, material fácil de achar na localidade, biodegradável e atende ao apelo natural. Não protegem contra a humidade ou ar. Não protege contra roedores e apodrece fácil.
Caso de uso	<ul style="list-style-type: none"> Doces, jam, compotas Óleos vegetais Bebidas (Não alcoólica) 	<ul style="list-style-type: none"> Doces, jam, compotas Óleos vegetais Bebidas (Não alcoólicas e alcoólica) Molhos diversos, piri-piri, pickles 	<ul style="list-style-type: none"> Frutas legumes frescos 	<ul style="list-style-type: none"> Chás, produtos frescos de curta duração e transporte Produtos locais 	<ul style="list-style-type: none"> Produtos locais

M-5 Como preparar rótulo apropriado e atractivo

O rótulo informa aos clientes sobre o produto. Vamos começar por um rótulo Simples!



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos preparar rótulo para o seu produto!

Começar com um rótulo simples, e por informação adicional se o cliente pedir:

Começar por rótulo simples

Por informação adicional no rótulo (se os clientes pedirem)

Informação para por:

- Nome do produto
- Marca do produto
- Peso/volume
- Nome da empresa
- Endereço
- Data de fabricação
- Prazo de validade
- Ingredientes, aditivos e corantes



Informação adicional:

- Modo de preparo
- Certificações
- Tabela nutricional
- Código de Barras
- Colorir e colocar outras informações



M-5 Como preparar rótulo apropriado e atrativo

"GUIÃO DE RÓTULO (MISAU, Decreto No. 15/2006 de 22 de Junho)":

Nome / Endereço da empresa Estabelecimentos de produção	<ul style="list-style-type: none"> Conservatória do Registo de Entidades Legais Balcão de Atendimento Único (BAÚ)
Nome do Produto Marca do Produto	<ul style="list-style-type: none"> Serviços Distritais de Actividades Económicas (SDAE) BAÚ
Contéudo Nutritivo	<ul style="list-style-type: none"> Tabela Nutricional com as propriedades nutricionais dos alimentos Produto Origem Animal - IIAM (Direção Nacional de Ciências Animais - DNCA) Produto Origem Vegetal - Laboratório Nacional de Higiene Água e Alimentos (LNHAA) e Instituto Nacional de Normalização e Qualidade (INNOQ).
Ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> Colocar em ordem decrescente de quantidades (peso ou volume) INNOQ
Aditivos	<ul style="list-style-type: none"> São elementos para enriquecer o produto nutricionalmente (Farinha de mandioca enriquecida com vitamina A ou sal iodado) INNOQ
Corantes	<ul style="list-style-type: none"> INNOQ
Peso/Volume líquido	<ul style="list-style-type: none"> É o peso/volume bruto do produto SEM a embalagem INNOQ
Código de Barras	<ul style="list-style-type: none"> IPEME
Data Fabricação; Prazo de validade; Número do lote	<ul style="list-style-type: none"> Produtor
Controle Rótulo Autorização para uso do Rótulo	<ul style="list-style-type: none"> Ministério da Saúde (Direção Nacional de Saúde Pública)

DICAS:

Marca	<ul style="list-style-type: none"> Serve para o consumidor identificar rapidamente o seu produto e sua empresa e diferenciá-lo dos concorrentes. Crie sua marcas a partir de nomes locais e regionais e em línguas locais. Registre sua marca
Certificações	<ul style="list-style-type: none"> Selo Made in Mozambique; Halal; Orgânico e outras valorizam mais o produto Procure o agente certificador antes de colocar o certificado
Código de Barras	<ul style="list-style-type: none"> Serve para identificar o produto no comércio. Só faça se o comprador pedir.
O que NÃO pode escrever no rótulo	<ul style="list-style-type: none"> Informações erradas ou termos que enganem ou confunda o consumidor.

M-6 Como ter ligação com sector de turismo



Queremos acessar ao mercado dos turistas. No mercado local existente, tem muitos produtos parecidos por isso os turistas não valorizam os nossos produtos. Precisamos de um novo ponto de venda para valorizar o nosso produto e onde os turistas podem apreciar mais.

Representante
da empresa



Podemos procurar parceiros. Se pretendem começar com um ponto de venda para turistas, é preciso ser muito sério para manter a quantidade e qualidade dos produtos até ganhar confiança. Isso é chave da sustentabilidade.

Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Passo1

1. Procurar parceiro utilizando rede do SDAE
2. Elaborar estratégia com o fornecedor

Consulte o G-8

- ✓ Analise de SWOT para saber a situação
- ✓ Produzir olhando o mercado alvo criando diferenciação contra concorrentes
- ✓ Criar conceito da marca
- ✓ Material Promocional para valorizar os produtos

Passo2

Combinar com ponto de venda

Ponto de discussão

- Formas de negócio (consignação, comissão, venda com a marca da loja etc.)
- Nível de quantidade média cada inicio do mês
- Quem paga os custos de manutenção do local e do Material Promocional
- Frequência de entrega
- Local de exposição, como colocar os produtos Material Promocional
- Condição de pagamento
⇒ Fazer um contrato escrito

Passo3

Manter boa relação com o ponto de venda

- ✓ Manter sempre a quantidade dos produtos
⇒ Para obter fama e confiança dos turistas tem que ter sempre produtos de boa qualidade no local
- ✓ Manter aparência e limpeza da exposição o máximo possível
- ✓ Manter a quantidade de Material Promocional
- ✓ Evitar qualquer queixa do ponto de venda para manter uma boa relação com o ponto
- ✓ Selecionar sempre os produtos que vendem bem, para não deixar os que não saem.
- ✓ (Se for grupo) Manter só os produtores que querem continuar



Um exemplo de ligação entre produtores de artesanato e o hotel com a marca do KAYA



Organizar registro de venda para controle

Consulte o G-1



CaDUP-IA



M-7 Como melhorar a exposição nos pontos de venda



Eu vendo em vários pontos de venda. Mas o resultado não é muito bom como esperava.

Representante da empresa



Seus pontos de venda devem não ser atraentes. Vou dar alguma dica a ter em conta para tornar seus produtos mais visíveis com pouco investimento.

Ponto Focal do CaDUP

Acção

Passo1

Ter base de dados das vendas atuais dos pontos de venda

- Registar vendas mensais
- Anotar preço unitário para cliente final em cada ponto de venda
- Analizar o ambiente atual dos pontos de venda
- Conhecer tipo de cliente que frequentam em cada ponto de venda

Consulte a G-1

Passo2

Melhorar exposição

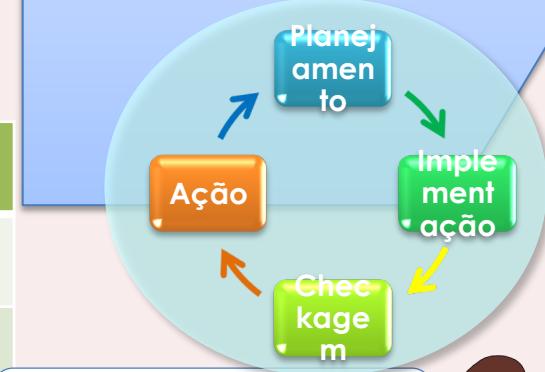
- Utilizar recipiente atractivo. Ex: cesto, caixa de caniço, prato de madeira, etc.
- Utilizar folha informativa, cartões de visita, receita utilizando o produto
- Colocar os produtos num local mais visível, com luz, alto, com movimento dos clientes.
- Solicitar opinião dos outros



Passo3

Monitorar e melhorar continuamente

- Procurar saber do vendedor ou dono do ponto de venda a **reacção dos clientes** ao verem exposição
- Identificar o melhoramento mais eficiente e aplicar aos outros pontos de vendas considerando especificidade de cada ponto de venda e custo-benefício.



Cada ponto de venda é uma maneira de diferente de divulgação!!! Força!!



Conteúdo de Dicas para “Produção”

Conteúdo	Pag.
P-1. Como melhorar a rentabilidade através do uso de recursos locais	61
P-2. Como aumentar a produtividade	63
P-3. Como reduzir a perda de produção (exemplo de cerâmica)	65
P-4. Como reduzir custos de combustível	66
P-5. Como usar material reciclado	68
P-6. Como controlar a qualidade de licor e sumo	70
P-7. Como melhorar a productividade utilizando “5S”	72
P-8. Como melhorar a avicultura	74
P-9. Como identificar solução possível na área de Ceramica	76
P-10. Como produzir frutos secos	77



Há muita coisa que é importada dos países vizinhos. Esses produtos parecem bons, mais são sempre caros. **Alguns deles podem ser substituídos por recursos locais!**

Acção

Vamos analisar as matérias-primas e substituir com matérias locais!

São 3 passos:

Passo 1: Identificar o custo de material importado

Confirmar o rácio contra o custo total da tabela de custo em **"Questiánario para o diagnóstico de Micro , pequenas e médias empresas (PME's) e Grupos de Produtores"**

Tabela de Custos (no mesmo período com a tcha de venda)

Categoria	Itens	Preço Unitário (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)
Matéria Prima					

Passo 2: Substituir parcialmente com recursos locais

Para experimentar um lote pequeno, substituir o material importado com os recursos locais. (Não há necessidade de substituir todos)

O ponto de verificação:
1.Custo (Razoável?)
2.Qualidade (Melhor?)
3.Sustentabilidade (Estável?)

Favor verificar esses 3 aspectos durante a produção experimental.

Passo 3: Comparar material importado e Recursos locais

Comparar o producto com material importado e um com recursos locais.

Se não houver diferença ou ser melhor em termos de custo, qualidade e sustentabilidade, você pode-se substituir todos os lotes.

Por exemplo, continua na pág. seguinte

Acção

Vamos analisar as matérias primas e substituir com recursos locais! (continua)

Exemplo de vegetais semeados

Passo 1: Identificar o custo do material importado

De acordo com o rácio do custo total, podemos identificar “Solo para viveiro” o custo do material importado.

	Racio	Origem
Semente	36 %	Local
Solo para viveiro	27 %	Importação
Fertilizante	11 %	Importação



Passo 2: Substituir parcialmente com recursos locais

Aplicar materias locais para solos de viveiros de vegetais e contendo o racio (%):

- ❑ Estrume de vaca (20%)
- ❑ Carvão de casca de arroz (10%)
- ❑ Casca de coco (30%)
- ❑ Solo fino argiloso (40%)*
- Deve ser virgem e limpo

Procedimentos :

1. Misturar o estrume de vaca e carvão de casca de arroz com água para ficar húmido.
2. Após uma semana de fermentação com 60 graus, mistura casca de coco por 3 meses de fermentação
3. Antes de usar mistura o solo e a colagem. FILTRAR ANTES DE USAR

Passo 3: Comparar material importado e recursos locais

O resultado:

Qualidade de viveiro de solo local:
 ✓ 30% mais barato do que importar solo.
 ✓ Conteúdo confiável e valor de nutrientes



A qualidade da planta:
 ✓ Melhor taxa de germinação
 ✓ Melhor taxa de crescimento proporcionando maior productividade.

Feito localmente, o solo é aplicável para cada tipo após experimentar.

P-2 Como aumentar a produtividade

A rentabilidade é melhorada através do aumento da **produtividade**. Produtividade significa o quanto você pode produzir de forma eficiente em um determinado período. Você pode tentar **2 uso de caso** em que você pode medir e comparar produtividade.



Acção

Vamos começar de “medir” e “comparar” produtividade.

Uso caso 1: Medir e comparar “quantidade processada cada vez”

Existem 5 passos:

Passo 1:

Fixar a quantidade de Entrada (matéria-prima)

Passo 2:

Processar o montante fixado e medir as condições de processamento (tempo e temperatura)

Passo 3:

Medir a quantidade do saida do material (processado)

Passo 4:

Comparar cada vez a quantidade de saída

Passo 5:

Vamos pensar em como atingir sempre grandes saídas

Exemplo de óleo côco

Fixar a quantidade como 3,000g de conco ralado



Secar e extrair óleo de 3,000g de coco ralado, e medida de tempo e temperatura

Sempre



Medir a quantidade do óleo de côco

Sempre

Comparar a quantidade do óleo

Março
10:
730g de óleo

Março
11:
690g de óleo

Marcar padrão para atingir 730g of oil.

Padrão:
-Temperatura de secagem
-Tempo de secagem

P-2 Como aumentar a produtividade

Acção

**Vamos começar a partir de “medir” e “comparar” produtividade.
(contínuo)**

Uso caso 2: Medir e comparar “quantidade processada em cada processo”

Existem 3 passos:

Passo 1:

Medir a quantidade processada em cada processo

Passo 2:

Comparar cada processo, e identificar factores limitantes para produzir mais

Passo 3:

Vamos pensar como remover factores limitantes

Exemplo de óleo de côco

Quantidade processada em cada processo:

<u>PROCESSO 1:</u> Aquisição de matéria prima	1,000g por dia (quantidade de óleo equivalente)
<u>PROCESSO 2:</u> Moagem dos cocos	500g por dia (quantidade de óleo equivalente)
<u>PROCESSO 3:</u> Separação do óleo	200g por dia

Pela comparação de cada processo, você pode identificar **“moagem dos cocos”** e **“separação do óleo”** como factores limitantes.



Ideas para remover factores limitantes:

Para “moagem dos cocos”, **Que tal mudar de manual para máquinas simples?**

Para “Separação do óleo”, **Wue tal mudar de secagem ao sol por usar o calor desperdiçado pelo fogão?**

P-3 Como reduzir a perda de produção (exemplo de ceramica)



Representante
da empresa

Sabes quantas quebras acontecem numa cozedura ou num lote de secagem? E sabes quais são as causas das quebras?



Ponto Focal
do CaDUP

Mais ou menos, mas nunca contei porque tenho muita coisa para fazer. Agora as causas de quebras, sei que são por falta de secagem. Por isso, verifico cada vez se secaram o suficiente, mesmo assim existe quebras.

OK, deve existir outras causas. Para analizar, precisa de registro das quebras. Vou dar tabelas para você preencher.

Acção

Passo 1

Análise de situação actual



1º passo
Contar
quebra na
estufa e forno

Consulte o
ANEXO 8

2º passo
Calcular
percentagem

3º passo
Identificar
os
problemas

Consulte a P-9

Passo 2

Implementar melhorias



4º passo
Identificar
possível
solução

Consulte a P-9

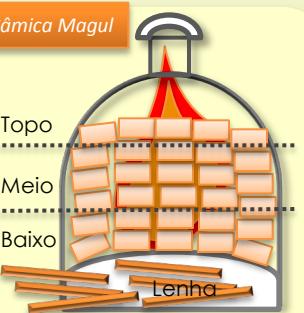
5º passo
Implementar
solução

6º passo
Ver
resultado

7º passo
Definir
proxima
acção



Caso da cerâmica Magul



- : Muitas quebras devido a alta temperatura
- : Quebras devido a alta temperatura
- : Muitas mal cozidos por falta de circulação do ar
- : Mal cozidos por falta de circulação do ar



Parte do topo e central



Parte de baixo

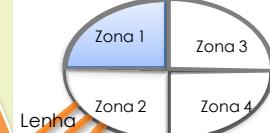
Taxa de rendimento
65% (18 Jul 2015)

[Solução possível]

- Abrir buracos que estavam fechados na **Zona 2** (limpeza)
- Na entrada da lenha, controlar a força de ventaria com uma porta para evitar queimar muito na **Zona 3**
- Pôr mais lenhas para **Zona 1**

	Antes	Depois
1º classe	655	900
2º classe	24	150
Quebras	111	43
Mal cozido	220	27

Parte do topo e central



Parte de baixo



Taxa de rendimento
80% (Mar 2016)

[Próximo acção]

- Afinar os buracos para não cozer muito na **Zona 3**.
- Por enquanto usar muita lenha na **Zona 1** e no futuro diminuir a espessura da bobada.
- Evitar entrada de ar na estufa para diminuir quebras em **todas zonas**.

P-4 Como reduzir custos de combustível

Custos de combustível para a quecimento é sempre dispendioso não só para agro-processamento mas também para dia-a-dia. Você pode usar o combustível de forma eficiente usando um simples fogão!



Ponto Focal
do CaDUP

Acção

Vamos fazer um fogão simples para reduzir custos de combustível!

Existem 6 passos para fazer um simples fogão:



Para o projecto e custo, por favor consulte a página seguinte

P-4 Como reduzir custos de combustível

Acção

Vamos fazer fogão para reduzir custos de combustível! (continuo)

Material & Custo

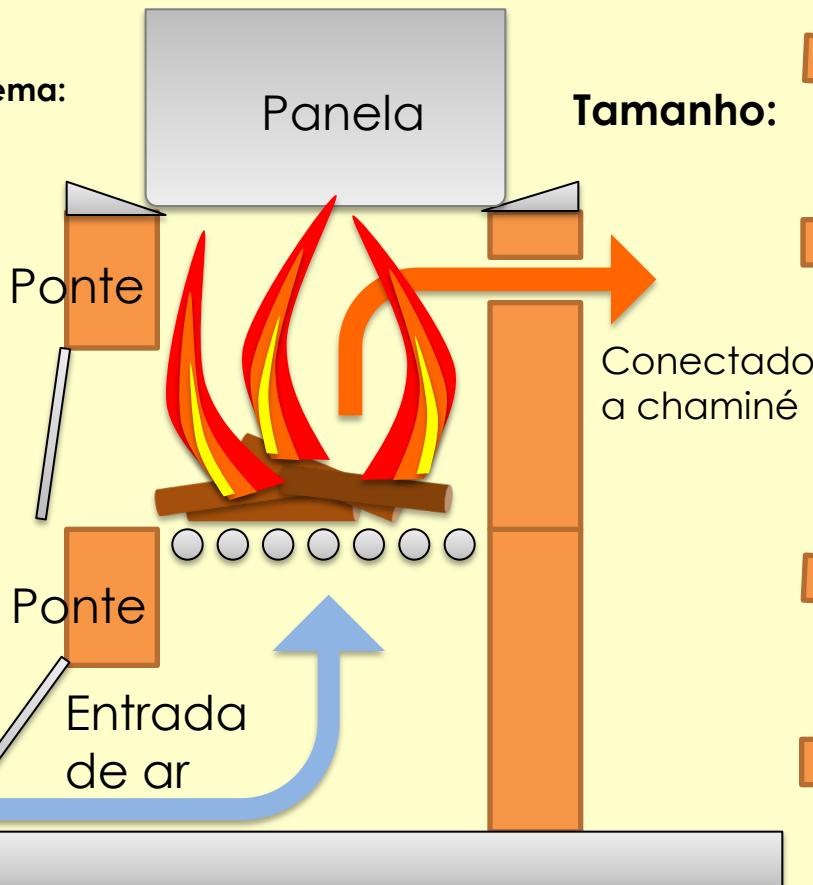
Tijolos : $20 \times 12 \text{ MT} = 240 \text{ MT}$

Cimento : $\frac{1}{2} \text{ saco} \times 340 \text{ MT} = 170 \text{ MT}$, Arame: 30 MT

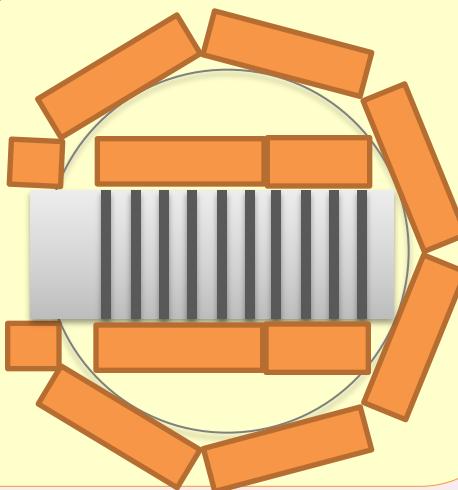
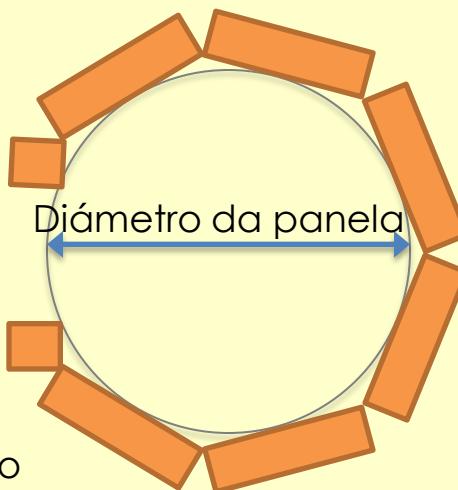
Zinco para Chaminé: $200 \text{ MT} \times \frac{1}{2} \text{ tamanho ou tamanho inteiro} = 100 \sim 200 \text{ MT}$

Total : $540 \sim 640 \text{ MT / forno}$

Sistema:



Tamanho:



Lareira

20 pedacos de lenha para ferver
30 litros de água

5 pedacos de lenha para ferver
30 litros de agua



Fogão

P-5 Como usar material reciclado

Embalagens de vidro usadas devem ser sempre tratadas com grande suspeita porque parecem anti-higiénicas. No entanto, se você tratar o frasco usado correctamente antes de colocar os alimentos, será uma opção razoável.



Acção

Vamos fazer a higiene das garrafas usadas!

Existem 6 passos para fazer a higiene das garrafas:

Passo 1: Selecionar - Cheire a embalagem



Cheiro não duvidoso

Cheiro duvidoso



Jogar a embalagem fora.

Passo 2: Desrotular - Retirar os restos de rótulos



Mergulhar as garrafas em água limpa durante uma noite.

Raspar

Passo 3: Lavar - Tirar a sujeira



Lavar os frascos em água limpa e detergente



Escovar o vidro com escova de nylon



Fontes: Pettan, Kleber /Projeto CaDUP adaptado de "Como selar frascos de vidro" em <http://pt.wikihow.com/Selar-Frascos-de-Vidro> em fevereiro de 2016.

Continua na página seguinte

P-5 Como usar material reciclado

Acção

Vamos fazer a higiene das garrafas usadas! (contínuo)

Passo 4: Selecionar - Cheire a embalagem



Mergulhar os frascos em água limpa

- durante 20 minutos numa solução de 1% de soda cáustica ou
- durante 10 minutos para cloração com javel (ver doses na tabela ao lado)

Agua	Cloro de 5%
Para 1 litro	2 gotas
Para 4 litros	8 gotas
Para 20 litros	1/2 cucharadita
Para un barril de 200 litros	5 cucharaditas

Passo 5: Armazenar



Tirar os vidros desinfetados e levá-los imediatamente ao local de armazenar.



Guardá-los com a boca para baixo, sem tampa e em local limpo e fechado.



NUNCA secar os frascos com toalhas porque vai contaminá-los novamente.

Passo 6: Lavar – Limpar a sujidade



Ponha água limpa numa panela e leve para ferver.



Ponha os frascos limpos e desinfetados para esterilizar em água fervente por 20 minutos.



Com o frasco quente encha-o com o produto.



Use tampa nova e tampe-o imediatamente e ainda quente.

P-6 Como controlar a qualidade de licor e sumo



Representante
da empresa

Aprendi como fazer aguardentes e licor de frutas, sei que o percentagem recomendada de álcool é 42%. Mas não sei se o meu tem exactamente esta percentagem. As vezes os clientes dizem estar fraco de mais, mas como não tenho como medir, no rótulo coloquei 42%, mas não tenho certeza.



Ponto Focal
do CaDUP

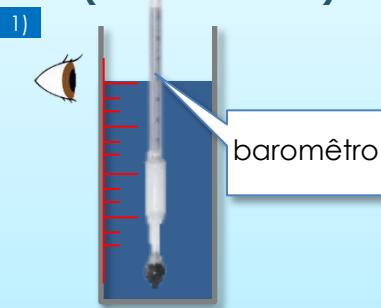
OK, temos ferramentas para medição de álcool e açúcar. Uma vez que definiu a quantidade, já poderá saber a percentagem exacta a seguir como padrão.

Acção

Passo 1

Vamos identificar e padronizar a % através da medição do melhor lote confirmando o mercado e a demanda dos clientes

Aguardente (Produto final)



ponto de controlo
Percentagem de álcool por barômetro.

Tem que ser mais de
20%
Se não, fermenta!!!

Este álcool é
confirmado
% como
padrão

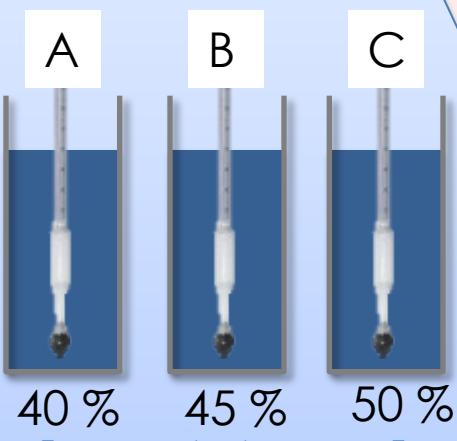
(por exemplo 42%)



Importante! por favor, pense
como você pode maximizar
a produtividade.

Passo 2

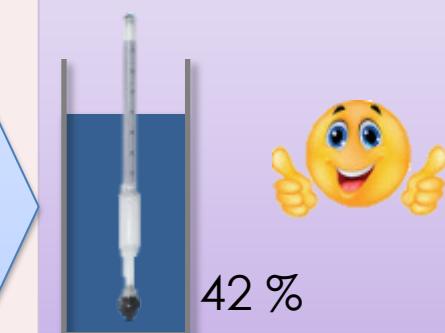
Vamos verificar seus lotes antes de misturar.



e, mistura B com A e C para ajuste a ser o padrão %.

Passo 3

Após a verificação de álcool % do produto final, preenchê-lo em garrafas e coloque rotulagem com a sua % padrão, se for necessário.



◆ Assim pode assegurar a mesma qualidade

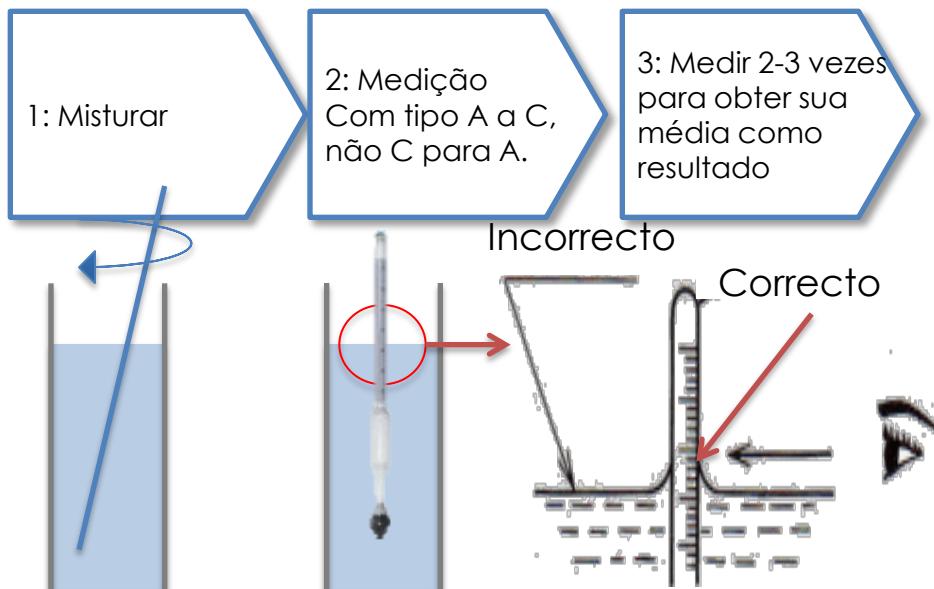
Outras assistências possíveis

- Fazer teste laboratorial
- Selo para tampa do garrafa



P-6 Como controlar a qualidade de licor e sumo

Barômetro para medir percentagem do álcool de Aguardente



Recipiente transparente (por exemplo: copo de vidro)



Tipo A : Para 60 – 100 %

Tipo B : Para 30- 60 %

Tipo C : Para 0- 30 %

Termômetro : Para a revisão de acordo com a temperatura



Aplicação padronização para sumos de frutas com medidor de Brix:

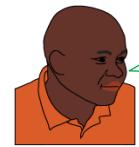
Refratômetro para medir conteúdo de açúcar



Como fazer líquido de amostra



P-7 Como melhorar a productividade utilizando “5S”



No local de produção sempre atarefados. Meu local de trabalho é muito pequeno para tantos tabalhares.



Concordo. Isso é porque têm muito trabalho. Sugiro que implemente um conceito novo e simples, sem investimento, mas que vai ajudar a aumentar o nível de eficiência.

Acção

Passo 1 Implementar 5S

- ◆ Explicar o que é 5S
- ◆ Discutir como melhorar o ambiente do trabalho
- ◆ Opinião dos trabalhadores também são válidos.
- ◆ Elaborar cronograma de actividades semanais e monitorar. Colocar num lugar visível para todos.

Consulte...

Consulte a parte 3 “Lista de Provedores de Bens & Serviços” consoante a sua necessidade.



Passo 2 Fazer Ciclo de 5S

- ◆ Trocar ideia do que foi eficaz.
- ◆ Discutir o que podem melhorar para ser ainda mais eficiente



Recomendação!!!

É importante o envolvimento contínuo de todos trabalhadores



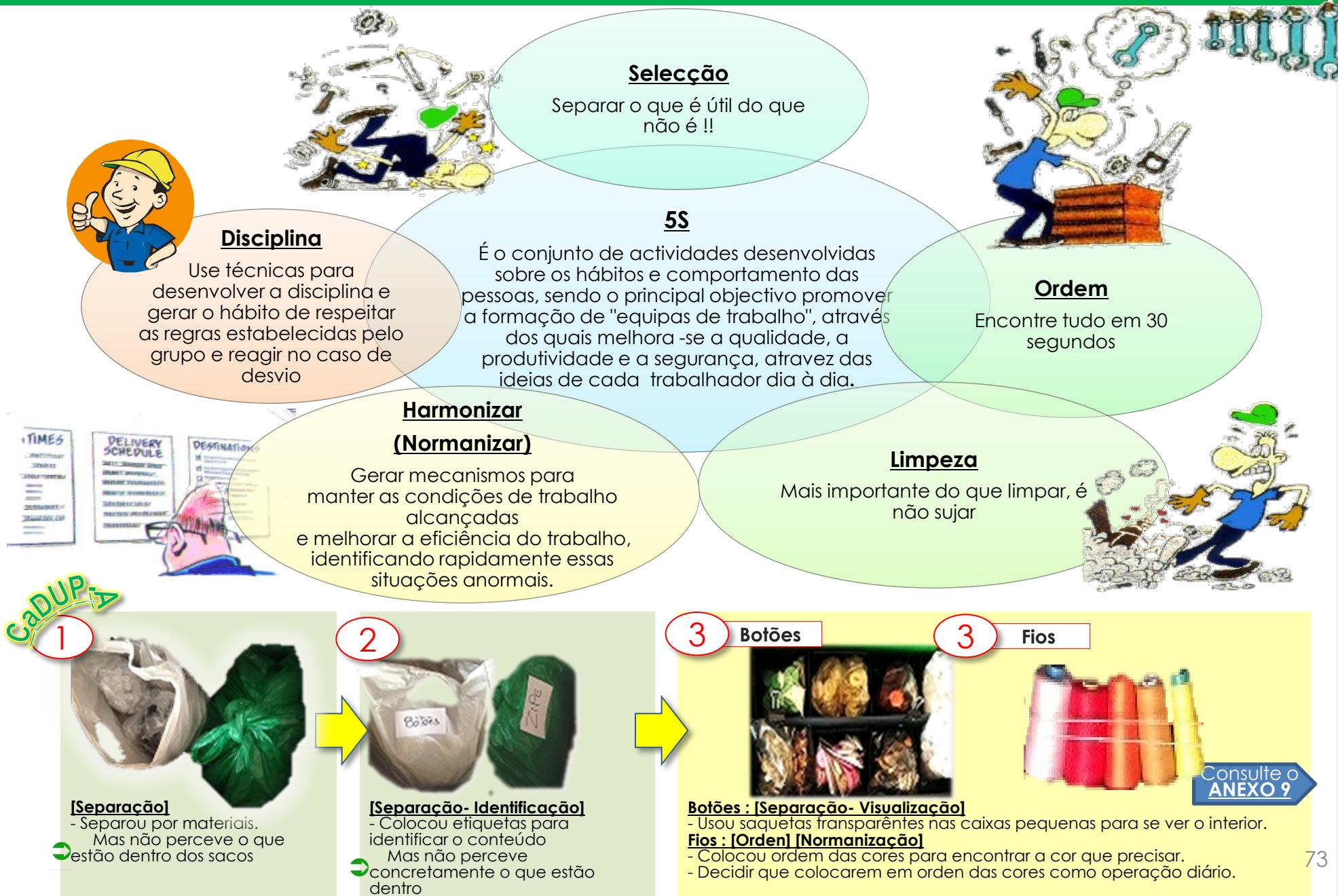
As acções que decidiram a implementar nesta semana. (No dia final, fazem levantamento e decidir próximo ação)

Seleção	<ul style="list-style-type: none"> • Separar os panos consoante a sua utilidade.
Ordem	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar maneira de dispor produtos finais tanto no mostruário como no armazém em ordem alfabetica, numerica, fetio e tamanho • Organizar as ferramentas/materia prima consoante a sua finalidade.
Limpeza	<ul style="list-style-type: none"> • Colocar baldes de Lixo para alcance de todos • Evitar a dispersão dos cabos eléctricos pelo chão
Harmonizar	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar se as regras acordadas estão a ser cumpridas.
Disciplina	<ul style="list-style-type: none"> • Colocar um quadro informativo para lembrar aos trabalhadores sobre 5S.



Tabela de ações decididas está colocado no parede do local para poder lembrar durante trabalho

P-7 Como melhorar a produtividade utilizando “5S”

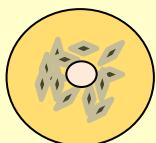


P-8 Como melhorar a avicultura

Acção

Vamos melhorar a sua avicultura!

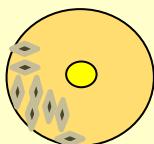
Como saber se a temperatura está boa para os pintinhos? Pelo comportamento da ninhada no círculo.



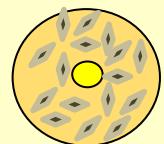
Pintos com frio:
amoantoados, barulhentos e
muito junto à fonte de calor.



Pintos com calor: longe
da fonte de calor,
sonolentos e em silêncio.



Corrente de ar: pintos
agrupados em um canto e
barulhentos.



Ideal: pintos piando normal
e distribuídos uniformemente
em todo o círculo.

Está desperdiçando ração?

Nivelar a borda do prato na altura do dorso da ave. Acompanhando seu crescimento regula-se a sua altura evitando o desperdício de ração. Essa regulagem deve ser feita a cada 7 ou 10 dias.



Figura 1. Borda do comedouro na altura do dorso da ave.

Está desperdiçando água, a cama está molhada ou tem poças de água?

Os bebedouros não podem ter vazamentos, se tiver, devem ser reparados. Regular, a cada 10 dias, devendo ficar a uma altura de 5 cm acima do dorso das aves, evitando - se assim problemas com a cama molhada e doença nas aves.

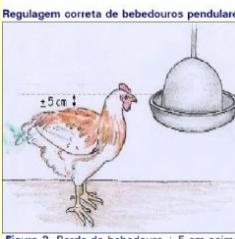


Figura 2. Borda do bebedouro ± 5 cm acima do dorso da ave.

Fontes: Pettan, Kleber /Projeto CaDUP adaptado de ALBINO, J.J et al – Embrapa Suínos e Aves – Concórdia, Brasil, fevereiro de 2016 em <https://www.agencia.cnptia.embrapa.br>.

LIMPEZA E DESINFECÇÃO

- 1 •Retirar toda a cama antiga.
- 2 •Varrer o galpão todo.
- 3 •Passar lança chamas em todo o chão e ao redor do galpão.
- 4 •Lavar o galpão com água e sabão.
- 5 •Pulverizar desinfetante (pode ser formol 5 % ou 8 %).
- 6 •Fazer uma caiação (8 sacas de cal/200 litros de água) se necessário.
- 7 •Espalhar a cama nova.
- 8 •Desinfetar todo o equipamento.
- 9 •Recolher entulhos ao redor do galpão.
- 10 •Lavar a caixa de água e encanamentos do galpão.
- 11 •Manter os equipamentos em perfeito estado.
- 12 •Colocar veneno de rato e inseticida (dentro do galpão) e retirá-los antes da entrada das aves.

ALIMENTAÇÃO ALTERNATIVA: restos de verduras, frutas, legumes, capim picado, Capim Quicuiu, Confrei, Capim Coast Cross, Rami, Capim Tiffiton, Folhas de Batata Doce, Capim Estrela Africana, Guandu, Assa Peixe, Mandioca ou macaxeira (deve ser quebrada e colocada ao sol ou cozida para quebrar as proteínas nocivas à alimentação) ou qualquer subproduto da propriedade.

Continua na página seguinte

Acção

Vamos actualizar a sua avicultura! (contínuo)

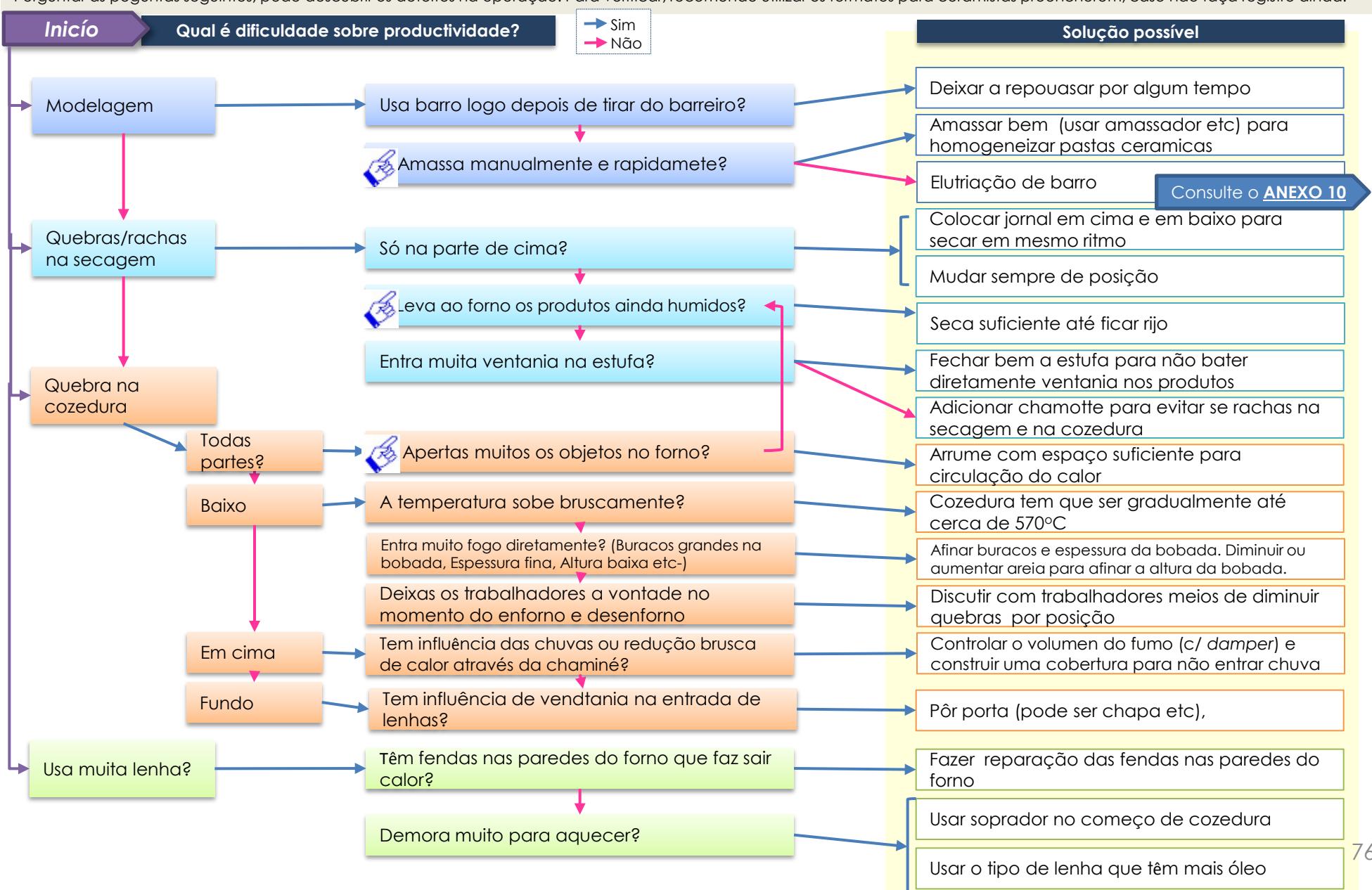
Fazer esta lista de verificação semanalmente

	Conferir se	Sim	Não	Acção a ser feita
Chegada dos pintainhos	O lugar sombreado, arejado e fresco está pronto?			
	Tem ração à vontade?			
	Tem água limpa e à vontade?			
	O aquecimento está pronto e regulado?			
	A ninhada tem comportamento ideal?			
Manejo sanitário (Pintos e aves adultas)	dentro e fora do galpão estão limpos?			
	Depois que o lote de aves saiu o galpão foi limpo e desinfetado?			
	As vacinas e medicamentos foram aplicados coretamente?			
	Existe restos da cama do lote anterior no galpão onde se está alojando novo lote? (Não pode ter)			
	Está recolhendo as aves mortas diariamente e deitando-as em fossas a distância mínima de 150 metros da granja?			
	está desperdiçando ração no chão?			
	Está desperdiçando água e a cama está molhada?			
	Fez a vacinação e vermifugação recomendada pelo técnico?			
	Está dando alimentação alternativa junto com a ração comercial?			
	Está mantendo a temperatura de conforto para as aves (entre 20 e 28º C)?			

P-9 Como identificar solução possível na área de Ceramica

Suporte do SDAE para PMEs

Perguntar as perguntas seguintes, pode descobrir os defeitos na operação. Para verificar, recomendo utilizar os formatos para ceramistas preencherem, caso não faça registro ainda.





Produção de frutos secos ajuda a i) conservar as frutas, e ii) transportar facilmente porque é muito leve.

Acção

Permite tentar produzir frutos secos nos seguintes passos.

Exemplo da banana

4 Passos para produzir banana seca:

Passo 1: Ferver banana verde na água por 10/15 segundos

Passo 2: Cortar as cascas de banana numa determinada espessura (uns 5mm)

Passo 3: Colocar na rede e secar no sol. (Consulte instruções abaixo)

Passo 4: Conservar em recipiente fechado (como tapar) com pouca humidade e a condição de temperatura depois de secos.

Dicas sobre a secagem ao sol do kit caseiro:

É importante para evitar insectos que chegam aos frutos na rede. O kit de secagem ao sol deve ser bem fechado usando os seguintes caminhos:

- Usa rede com malha fina, no lugar onde coloca os frutos
- Usa rede com malha fina ou folhas de Vinyl para a parte circundante.

Nota:

- A duração para a secagem ao sol é diferente para os tipos de fruta. É recomendado começar com pouca quantidade de montes.
- É recomendado guardar o seu peso antes e depois da secagem, afim de manter a mesma qualidade.

Foto: Secagem ao sol com kit caseiro.



Foto:Dentro do kitt (bananas na rede



CaDUP Kit de ferramenta de

PARTE 3: INFORMAÇÕES SOBRE PROVEDORES DE BENS E SERVIÇOS E INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS





Representante
da empresa

Posso ter contactos do Provedores de Bens e Serviços, e Instituições Financeiras?



Ponto Focal
do CaDUP

Sim, posso dar informação e não apenas contactos, mas também seus serviços localização, etc.

Acção

Vamos procurar por provedores e instituições relevantes

A informação sobre Provedores de Bens & Serviços e Instituições financeiras será disponibilizada as MPME's pelos técnicos de Assistência CaDUP.

Informações sobre Provedores de Bens & Serviços e Instituições Financeiras

- Fornecedor de equipamentos;
- Empresas de embalagens;
- Empresas.
- Empresa de serviços (contabilísticos; gráficas, transporte; certificação);
- Fundos públicas;
- Fundos Privados;
- Bancos comerciais;
- Instituições de microfinanças ; e
- etc.

Informações sobre Provedores de Bens & Serviços e Instituições Financeiras

Você pode obter informação sobre provedores de bens e serviços a partir do **IPEME, DPIC's e SDAE's.**



Acção

Vamos procurar por provedores de bens & serviços relevantes.

1) Informações sobre provedores de Bens e Serviços

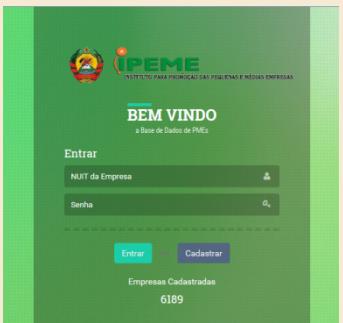
No website do IPEME/Base de dados do IPEME, DPIC's e SDAE's. A ser disponibilizada pelos técnicos de Assistência CaDUP.

2) No site do IPEME: Base de dados das PMEs

Existem 3 passos para procurar por provedores de bens e serviços no site do IPEME:

Passo 1

Accesso ao seguinte URL:
<http://www.ipeme.gov.mz/>



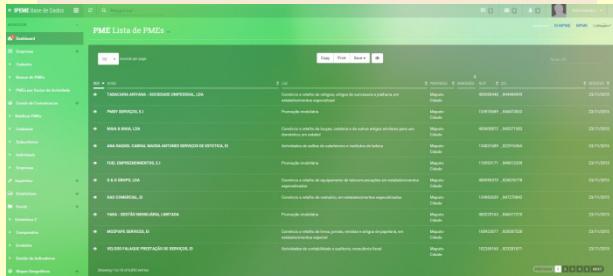
Passo 2

Regista a sua empresa.
Deve ser solicitado a seguinte informação :

- ✓ Nome da empresa;
- ✓ Nome do representante;
- ✓ Contacto;
- ✓ NUIT; e etc.

Passo 3

Entrar no site e procura por provedores de bens e serviços!



ANEXO 1

PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO

1-1. Verificar qual é a questão prioritária das PMEs e Grupos de Produtores



Questónario para o diagnóstico de Micro , pequenas e médias empresas (PMEs) e Grupos de Produtores

Como preencher o questionário:

Célula amarela: Por favor escreva palavra e / ou frase.

Célula vermelha: Por favor verifique ("X") a box.

Célula verde: Insira os valores.

Data de diagnóstico:

Nome do Ponto Focal do CaDUP:

Informação geral da Empresa/Grupo de produtores

a) Nome do Empresa/Grupo:

b) Nome do Representante:

c) Endereço físico do local de negócio:

d) Nome da pessoa de contacto:

e) Nr. de Telefone:

f) E-mail/Endereço electrónico:

g) Tipo de Empresa/Grupo:

1. Micro Empresa (1 a 4 Trabalhadores, e \leq 1,200,000 Mt de Volume de Negócio Anual)
2. Pequena Empresa (5 a 49 Trabalhadores, e $>$ 1,200,000 Mt e \leq 14,700,000 MT)
3. Média Empresa (50 a 100 Trabalhadores, e $>$ 14,700,000 Mt e \leq 29,970,000 MT)
4. Associação
5. Cooperativa
6. Grupo Informal
7. Individual

Selecionar a resposta:

* Em relação a alternativa 1 a 3, "Volume de Negócio Anual" é critério determinante.

h) Tipo de Negócio (três principais) : 1. Agroprocessamento 2. Agricultura 3. Alimentos 4. Pecuária 5. Pesca

6. Artesanato 7. Têxtil 8. Cerâmica 9. Carpintaria 10. Cosmético 11. Comércio

12. Turismo 13. Máquinas/Equipamentos 14. Outros especifique ()

Selecionar a resposta:

Questónario parte 1: Compreender as necessidades do cliente alvo

1. Perguntas sobre os seus produtos:

a) Quais são os seus produtos e sua actividade? Por favor, indique a seus produtos e sua actividade.

b) O seu produto é matéria prima?

1. Materia Prima (para outros produtos)

Sim: Não:

2. Produto final

Sim: Não:

2. Perguntas sobre o seu "presente" clientes alvo:

a) Para quem você vende seus produtos?

1. Pessoas conhecidas

Sim: Não:

2. Mercado local

Sim: Não:

3. Lojas

Sim: Não:

4. Supermercado

Sim: Não:

5. Comércio na Feira

Sim: Não:

6. Outros especifique ()

Sim: Não:

b) Onde vende seus productos?	1. No seu distrito	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	2. Em distritos vizinhos	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	3. Em outras províncias	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	4. Exportar para outros países	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>

Por favor, indique a cidade ou distrito.

c) Existem alguns problemas para vender "presente" clientes alvo? Sim: Não

Se "Sim", por favor descreva os problemas.

3. Questões sobre o seu "futuro" clientes alvo:

a) Você têm expectativas de expandir seu cliente alvo no "futuro"? Sim: Não:

=> Se "Sim", por favor continuar com as questões abaixo

=> Se "Não", por favor passe para Questónario parte 2.

b) Para quem deseja vender seus productos?	1. Pessoas conhecidas	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	2. Mercado local	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	3. Lojas	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	4. Supermercado	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	5. Comércio na Feira	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	6. Outros especifique ()	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>

c) Onde você pretende vender seus produtos?	1. No seu distrito	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	2. Em distritos vizinhos	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	3. Em outras províncias	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>
	4. Exportar para outros países	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>

Por favor, indique a cidade ou distrito

d) Você conhece os requisitos para vender no "futuro" clientes alvo? Se "Sim", por favor indique os requisitos:

1. Preço de Vendas	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>	Requisitos:
2. Embalagem	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>	Requisitos:
3. Qualidade minima	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>	Requisitos:
4. Outros especifice ()	Sim: <input type="checkbox"/>	Não: <input type="checkbox"/>	Requisitos:

e) Qual é o problema de venda no "futuro" clientes alvo?

Por favor, indique os problemas.

Questi nario parte 2: A rentabilidade da PMEs e Grupos de produtos

1. Informa o Geral sobre a Contabilidade:

a) Você faz o registo contabilistico? (Por exemplo que permite saber quanto você vende e compra)

Sim: Não:

2. C culos de Venda

a) Você sabe quanto vende os seus produtos por mês/época/ano?

Sim: Não:

b) Calcule as suas vendas na tabela abaixo:

Tabela de vendas

Periodo:

Mês:

Ano:

Outro: ()

Itens	Preco Unitario (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Racio (%)
A. Total de Vendas (MT)					
B. Factor de Risco (%)*			20.0%		
Total de vendas ajustado pelo Factor de risco (= A x (100% - B)) (MT)					

* "Factor de Risco" significa que a probabilidade de perda de produ o, defeito e elimina o. As vendas totais estão finalmente ajustadas por factor de risco a fim de estimar prudentemente. Nesta tabela o factor de risco é tentativamente definido como 20% e pode ser modificado de acordo com a situaci o actual do negócio.

3. Cálculos de Custo

a) Sabe quanto você gasta para produzir e vender seus produtos?

Sim: Não

b) Calcule a sua custos na tabela abaixo. Quando há muitos items, custos podem ser resumidos por cada categoria.

Tabela de Custos (no mesmo periodo com a taela de venda)

Categoría	Itens	Preco Unitario (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Racio (%)
Matéria Prima						
Embalagem & Rótulo						
Equipamento (consumiveis)						
Transporte	Combustivel					
	Transporte Público					
	Courrier					
Mão de Obra	Gestão (Proprietário & funcionários)					
	Mão de obra de produção					
	Motorista					
Custos de vendas	Custos de venda					
	Custos promocionais					
Outros	Água e Electricidade					
	Taxa de arrendamento de terra					
	Segurança Social					
	Taxa de certificação					
	Depreciação e amortização*					
Custo Total (MT)						

* "Depreciação" é calculado por "custos de maquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.

4. Calculo do Lucro

A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)	
B. Custo Total (MT)	
C. Lucro (= A - B) (MT)	
Lucro Racio (= (C / A) x 100) (%)	

Por favor mudar para "Oquestónario Parte 3: Oquestónario de avaliação de Resultados"

[Depois da entrevista] Questionário Parte 3: Questionário de avaliação de Resultados

1. Avaliação para compreender as necessidades de que os clientes alvo prescismos:

a) Poderia responder todas as perguntas (especialmente "requisitos para vender aos futuros clientes alvo")?

Sim: Não:

=> Se "Sim", O entendimento do mercado alvo está no "Nível satisfatório".

=> Se "Não", O entendimento do mercado alvo está "Nível não satisfatório".

2. Avaliação do Lucro:

a) Poderia responder e calcular a margem do lucro racio?

Sim: Não:

b) Se "Sim", o seu lucro racio satisfaz o nível recomendado?

Sim: Não:

O nível de recomendação é mais de 10% na agricultura, e mais de 20% no fábrico/transformação.

=> Se "Sim para ambas as questões", o lucro é "Nível Satisfatório".

=> Se "Não para alguns", O lucro está "Nível não satisfatório".

De acordo com a avaliação do resultado do questionário, os tipos de prioridade assim são categorizados abaixo:

Tipo de questões prioritária:

Resultado do Questionário		Questões prioritária	Verificação
Entendimento do mercado alvo	Lucro		
Nível <u>não</u> satisfatório	Nível satisfatório	Tipo 1: Para compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo	
Nível satisfatório	Nível <u>não</u> satisfatório	Tipo 2: Para melhorar os lucros	
Nível satisfatório	Nível satisfatório	Tipo 3: Para expandir os negócios	
Nível <u>não</u> satisfatório	Nível <u>não</u> satisfatório	Tipo 4: Para rever o modelo de negócios	

ANEXO 2

PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO

1-2. Questões Prioritárias Tipo 1: Para compreender e conhecer clientes alvo



Folha de entrevista para conhecer clientes alvo

Nome do Entrevistador: _____

Nome do ponto de venda: _____

Nome da pessoa de contato: _____

Contato: _____

Compare os requisitos do cliente alvo os seus produtos

1. Folha de entrevista para conhecer os requisitos do cliente alvo:

a) Perguntas ao cliente alvo sobre a embalagem

[Pergunta] "Necessita de **embalagem**?" Sim: Não:

[Pergunta] "Que tipo de **embalagem**?" 1. Vidro: 2. Plástico: 3. Papelão:
4. Saco: 5. Tetra pac: 6. Outros especifique: (_____)

[Pergunta] "Quais são os requisitos da **embalagem**?" Descreva abaixo:

b) Perguntas ao cliente alvo da **quantidade mínima** a oferecer ao cliente alvo

[Pergunta] "Qual é a **quantidade mínima** que pretende receber?" Descreva os na tabela abaixo:

Com que **frequência**? 1. Diário: 2. Semanal: 3. Quinzenal:
4. Mensal: 5. Trimestralmente: 6. Outros especifique: (_____)

c) Perguntas ao cliente alvo sobre os **preços de venda**, para revender ao cliente alvo

[Pergunta] "Quanto você pagaria para obter este produto?" Descreva a sua resposta abaixo:

d) Perguntas ao cliente alvo, sobre **outros requisitos**

[Pergunta] "Existem **outros requisitos** no seu produto?" Por favor descreva as respostas na tabela abaixo:

2. [Apos a Entrevista] Permita comparar os requisitos e o custo dos produtos:

a) O seu produto cumpre com os requisitos em matéria de embalagem?"

Sim: Não:

=> Se "Não", por favor referecie a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência.

b) "O seu produto atende aos requisitos de quantidade minima?"

Sim: Não:

=> Se "Não", por favor referecie a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência.

c) "Seu produto atende os requisitos da venda de preços?"

Sim: Não:

=> Se "Não", conidere a venda em outros mercados.

d) "Seus produtos atendem aos outros requisitos?"

Sim: Não:

=> Se "Não", por favor referecie a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência.

=> Se "Sim" para todas as necessidades e permite manter o contacto com o cliente alvo e negociar as condições aos detalhes.

ANEXO 3

PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO

1-3. Questões Prioritárias Tipo 2: Para melhorar os lucros



Lista de verificação para melhorar o lucro da PMEs /Grupos de Produtores

Data de Condução da lista de verificação:

Nome do Ponto Focal do CaDUP:

Nome do Empresa/Grupo:

Nome dos Productos:

1. Preparação para iniciar a melhoria do lucro:

a) Você faz contas? (Por exemplo, o quê e quanto você compra e vende)

Sim: Não:

=> Se "Sim", por favor continuar na pergunta seguinte

=> Se "Não", SDAE pode ajudar te, como manter registros financeiros e calcular seu lucro".

2. Análise baseada no resultado do "Questónario Parte 2: A rentabilidade da PMEs e Grupos de produtores":

a) Qual é a maior quota em cada categoria de custo por itens?

Preencha a tabela abaixo de acordo com os resultados da tabela de custo no "Questónario Parte 2".

Categoria	Maior custo do Item	Total (MT)	Racio (%)
Matéria Prima			
Embalagem & Rótulo			
Equipamento (consumíveis)			
Transporte			
Mão de Obra			
Custos de vendas			
Outros			

3. Permite iniciar a melhoria da rentabilidade através da redução de custos:

a) Qual item de custo você deseja reduzir primeiro?

=> Por favor referecie a página relevante de parte 2: Dicas úteis do KIT de Assistência.

ANEXO 4**PARTE 1: DIAGNÓSTICO BÁSICO****1-5. Questões Prioritárias Tipo 4: Rever o modelo de negócio****Planilha de Plano de Negócio CaDUP**

Como preencher o questionário:Célula amarela: Por favor escreva palavra e / ou frase.Célula vermelha: Por favor verifique ("X") a box.Célula verde: Insira os valores.

Data:

Nome da Empresa/Grupo:

Nome do Representante:

Cliente alvo ("em que cliente você está focado")ETAPA 1: Identificar o cliente alvo (incluindo mercado local, lojas, etc.). (referente ao "M-1 Como identificar mercado alvo")ETAPA 2: Visitar alguns clientes alvo que você quer vender, e pergunte os requisitos usando "folha de entrevista" em "1-2 Questões Prioritárias Tipo 1: Para compreender e satisfazer as necessidades do cliente alvo".

ETAPA 3: Com base no resultado da entrevista, decida que cliente alvo em que quer se focar e preenche o formato a baixo.

1. Perguntas sobre os seus produtos:

a) Quais são os seus produtos e sua actividade? Por favor, indique a seus produtos e sua actividade.

--

2. Perguntas sobre o seu mercado alvo:

a) Para quem você vende seus produtos? Se "Sim", por favor indique:

1. Pessoas conhecidas	Sim: 	Não: 	
2. Mercado local	Sim: 	Não: 	
3. Lojas	Sim: 	Não: 	
4. Supermercado	Sim: 	Não: 	
5. Comércio na Feira	Sim: 	Não: 	
6. Outros	Sim: 	Não: 	

b) Onde vende seus produtos? Se "Sim", por favor indique:

1. No seu distrito	Sim: 	Não: 	
2. Em distritos vizinhos	Sim: 	Não: 	
3. Em outras províncias	Sim: 	Não: 	
4. Exportar para outros países	Sim: 	Não: 	

d) Há algum requisito para a vender para o cliente alvo? Se "Sim", por favor indique os requisitos:

1. Preço de Vendas	Sim: 	Não: 	Requisitos:
2. Embalagem	Sim: 	Não: 	Requisitos:
3. Quantidade mínima (com que frequência)	Sim: 	Não: 	Requisitos:
4. Outros específicos	Sim: 	Não: 	Requisitos:

Por favor mudar para proxima pagina "Estimativa de rentabilidade"

Estimativa de rentabilidade

1. Estimativa de vendas

ETAPA 1: Com base no resultado da entrevista, Define o preço de venda do seu produto.

(consulte o "G-3 Definição/revisão de preços de venda")

ETAPA 2: Estimar a quantidade de vendas, e você pode estimar as vendas totais.

[Tabela de vendas]

Período:

Mês:

Ano:

Outro: ()

Itens	Preço Unitário (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Racio (%)
A. Total de Vendas (MT)					
B. Factor de Risco (%)*				20.0%	
Total de vendas ajustado pelo Factor de risco (= A x (100% - B)) (MT)					

* "Factor de Risco" significa que a probabilidade de perda de produção, defeito e eliminação. As vendas totais estão finalmente ajustadas por factor de risco a fim de estimar prudentemente. Nesta tabela o factor de risco é tentativamente definido como 20% e pode ser modificado de acordo com a situação actual do negócio.

2. Estimativa de Custo

Etapa 1: Listar os itens de custos e seu preço unitário na tabela a baixo.

EPTAPA 2Estimar a quantidade de cada item, e você pode estimar o custo total.

[Tabela de Custos (no mesmo periodo com a taela de venda)]

Categoria	Itens	Preco Unitario (MT)	Quantidade	Unidade	Total (MT)	Racio (%)
Matéria Prima						
Embalagem & Rótulo						
Equipamento (consumiveis)						
Transporte	Combustivel					
	Transporte Público					
	Courrier					
Mão de Obra	Gestão (Proprietário & funcionários)					
	Mão de obra de produção					
	Motorista					
Custos de vendas	Custos de venda					
	Custos promocionais					
Outros	Água e Electricidade					
	Taxa de arrendamento de terra					
	Segurança Social					
	Taxa de certificação					
	Depreciação e amortização*					
Custo Total (MT)						

* "Depreciação" é calculado por "custos de maquinas (MT) / duração (mês ou ano)", e mostrar os custos unitários por mês ou ano.

3. Estimativa de lucro

A. Custos totais ajustados por Factor de Risco (MT)	
B. Custo Total (MT)	
C. Lucro (= A – B) (MT)	
Lucro Racio (= (C / A) x 100) (%)	

Por favor, confirme se a taxa de lucro satisfaz o nível minimum:

- Agricultura: Mais 10%
- Fabrico/Processamento: Mais 20%

Por favor mudar para proxima pagina "Plano de Acção"

Plano de Acção

1. Acção para aumentar a rentabilidade:

ETAPA 1: Verifique se você precisa de reduzir o custo total comparando com os custos no presente.

ETAPA 2: Se sim, selecione pelo menos 3 acções prioritárias de "P-1" a "P-7".

ETAPA 3: Preenche o plano de acção a baixo.

[Plano de Acção para aumentar a produtividade]

Acções a serem tomadas (sugestões de dicas úteis)	Resultados esperados (quantitativos)	Data limite

2. Acções para atender às necessidades dos clientes alvo:

ETAPA 1: Verifica se precisa de actualizar sua produção e /ou promoção.

ETAPA 2: Se sim, selecione pelo menos 3 acções prioritárias de "M-2" a "M-6".

ETAPA 3: Preenche o plano de acção a baixo.

[Plano de Acção para atender às necessidades de clientes alvo]

Acções a serem tomadas (sugestões de dicas úteis)	Resultados esperados (quantitativos)	Data limite

Terminado

ANEXO 5

G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade

Registo de Vendas



Data (mês);

ANEXO 5

G-1 Como usar a planilha de registo de contabilidade

Registo de Custos



Data (mês);

ANEXO 6**M-2 Como ter ajuda para participar na Feira**Investigação de preferencia dos clientes

Data:

	Nr. de garaffas no Inicio	Nr. de garaffas no Fim	Resultado
Garaffa antigo		→	/ = %
Garaffa novo		→	/ = %
Observação			

ANEXO 6**M-2 Como ter ajuda para participar na Feira****Lista dos clientes potenciais de**

	Nome do Cliente/Empresa	Contatos	Requisitos (Embalagem, quantidade, rotulo, etc)	Notas (Próxima ação etc.)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				

Lista de clientes existentes

Nome de Cliente	Contato Local	Produtos comprados (ou interessados)	Mês					
(exemplo) Sr.Pedro	846362050 Xaixai	grelha, tijolo10	18Nov G30, T500	30 Nov T500		4 Jan T1000		
(exemplo) Sr.Miguel	823394002 Maputo	tijolo15		10 Dec T1000				
1								
2								
3								
4								
5								

ANEXO 7

M-7 Como melhorar a exposição nos pontos de venda

Melhoria da exposição do Produtos nos pontos de venda da Agro Malate

- Objectivo: Melhorar aparência da exposição nos pontos de venda para chamar atenção dos clientes potenciais.
- Método: Usar cestos artesanais de palha e folha informativa, com informação da empresa, da eficácia medicinal e se possível com a receita de biscoito utilizando o produto.

Quinta Santo
António
Lindela



Antes de Melhoramento

Estava numa caixa reciclada.

Depois de Melhoramento



Cesto de palha onde se afixou a informação dos produtos e da empresa. Maior visibilidade a placa de preço.

Supermercado
Taurus
-Maxixe



Local pouco atractivo mas faltam os produtos



Colocou informação dos produtos e da empresa. Seria bom pôr uma capulana para dar um efeito “local”

Restaurante
Cacy
- Mutanda



Produtos colocados no balcão.



Colocou a parede informação da empresa e dos produtos e escala de cestos.

ANEXO 7

M-7 Como melhorar a exposição nos pontos de venda

Super
Mercado
Wang Rong
-Inhambane

Antes de Melhoramento



Estava numa caixa reciclada.

Depois de Melhoramento



A Dona do supermercado arranjou espaço melhor para colocar o cesto dos produtos.

Barraca
Rafael
- Cidade de
Inhambane



Produtos pendurados num saco plástico.



Usar uma moldura do artesão Dionísio para colocar a informação da empresa e dos produtos. Pendurar o cesto dos Produtos para dar mais visibilidade e amarrar informação.

Pontinha
-Inharrime



Produtos colocados no balcão.



Usar cesto para colocar material promocional e produtos.

PONTOS DE VENDA DA EMPRESA AGRO-MALATE E AS QUANTIDADES DE VENDA

Ponto de venda ou revendedor	Preço Unitario(por 90gramas)	Quantidad de Venda			Frequencia	Requisitos	Exposição actual	Melhoramento	Observação
		Sep	Nov	Jan					
Quinta Santo Antonio-Lindela	130 Mts	50	15	20	Boas vendas	Clientes pedem que os produtos estejam em cápsulas	Esta boa	O melhoramento esta bom isto porque há mais informação a cerca do produto, contactos e vários tipos	Estrangeiros compram muito, este produto
Reustarante Cacy-Mutanda	120Mts	25	30	20	Boas vendas, e muita procura	Não estão preocupados com a embalagem	Esta conforme	O melhoramento esta bom isto porque há mais informação a cerca do produto, contactos e vários tipos	
Super Mercado Wang Rong Inhambane	130Mts	70	70	50	Boas vendas	Alocar a informação em um local bem visível	Boa exposição em um local que chama atenção aos clientes	O melhoramento esta bom isto porque há mais informação a cerca do produto, contactos e vários tipos	Vários clientes
Barraca Rafael- Cidade de Inhambane	120Mts	30	15	35	Poucos clientes	Alocar a informação em um local bem visível	Boa exposição em um local que chama atenção aos clientes	O melhoramento esta bom isto porque há mais informação a cerca do produto, contactos e vários tipos	Não há reclamação da embalagem
Pontinha	120Mts		-	15	Boas vendas	Alocar a informação em um local bem visível	Boa exposição em um local que chama atenção aos clientes	O melhoramento esta bom isto porque há mais informação a cerca do produto, contactos e vários tipos	Clientes Nacionais
Supermercado Taurus Maxixi	-----				Ainda não esta alocado produto	Necessidade de deixar informação falar como gerente para deixar la a morringa	Por colocar	Disponibilizou-se a informação no supermercado	Pode ter muita aceitação porque o produto, ficara colocado numa estante na entrada do supermercado

ANEXO 8

P-3. Como reduzir a perda de produção (exemplo de ceramica)

Nome da Empresa	Carregamento	
Lote de produção	Descarregamento	
Observação	Horas	
	Temperatura max.	
	Tempo/Vento	

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4
1ª classe				
(total:)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2ª classe				
(total:)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quebras				
(total:)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Mal Cozido				
(total:)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ANEXO 9

P-7 Como melhorar a productividade utilizando “5S”

Caso de 5S na Casa Modista



Os botões e zipes estavam em plásticos separados sem identificação.



Teve que colocar etiquetas para identificar o conteúdo nos sacos plásticos, por esses serem invisíveis.



Usou saqueta transparente nas caixas pequenas para se ver o interior.



Roupas estavam amontoadas.



Colocou roupas nos sacos plásticos e amarrou para não se ver.



Colocou etiquetas para identificar o conteúdo.



As linhas de coser estavam desarrumadas.



Identificou um sitio para pôr as linhas, mas ainda continua desarrumado.



Colocou em ordem segundo as cores e prendeu as linhas para não cairem ao abrir as gavetas.



Retalhos estão amontoados num saco e ocupam muito espaço do local de produção.



Esta enrolar retalhos (Tranças), numa estrutura metálica para fazer armário de ferro.



Os retalhos foram transformados em gavetas e isso ajuda a selecionar os panos.

ANEXO 9

P-7 Como melhorar a productividade utilizando “5S”



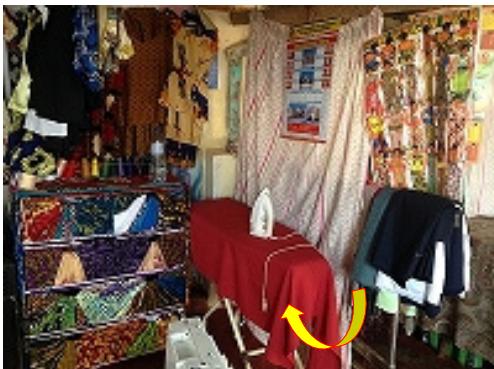
As Agulhas estam dentro duma gaveta da máquina, mais correm risco de se perder ou misturar com outras ferramentas.

Colocou agulhas numa almofada ao lado da mesa para não se perderem.



Os panos estam desarrumados.

Estão arrumadas nas gavetas.



A mesa de engomar está no provador. Teve que se tirar e colocar na sala de trabalho para poder engomar.

Trocou com um pendurador de ferro onde coloca panos. Então já pode engomar onde está a mesa de engomar.



Não tem muito espaço para entrar na sala onde fica a maquina

Dicutiram onde colocar para facilitar o moviento das pessoas.

ANEXO 9

P-7 Como melhorar a productividade utilizando “5S”



As coisas estavam desarrumadas no chão. Isso atrapalha o movimento do trabalho.

Já está limpo no chão e arrumado.



Entrava poeira e chuva onde não estava coberto. Também existe risco de entrar ladrão.

Está coberto de chapas onduladas.



A mesa de engomar tinha muitos panos e roupa. Para começar a engomar, desperdiçava tempo para organizar.

A mesa de engomar já não têm nada, cesto vazio e ferro pausado.



Cabo estava de qualquer maneira.

Dobrou o cabo para não atrapalhar o movimento do trabalho.

ANEXO 9

P-7 Como melhorar a productividade utilizando “5S”

Diciplina



Decidiram o que vão fazer para melhorar o trabalho.



Colocaram uma tabela de actividades para poder ver durante trabalho diário.



Cada um decide com a necessidade o que fazer e assim ficam motivados.

ANEXO 9

P-7 Como melhorar a productividade utilizando “5S”

Caso de 5S na fabrica da Panela (Sr. Jose Julio Mathe)

Data de visita: 1^a visita no dia 17 Mar. 2016, 2^a visita no dia 28 Mar, 2016



Deficiente arrumação de materia prima e ferramentas
(não distinção de tipo de matéria prima e ferramentas)



Arrumação categorizada em tamanho e ferramentas em local visível e acessível



Material que não usa de imediato exposto tornando o ambiente não agradável



Ambiente de trabalho limpo organizado e agradável



Método de trabalho cansativo



Método de trabalho recomendável pela eficiência e eficácia

Elutriação de barro

1 Bater o máximo possível



2 Coar bem



3 Meter barro pouco a pouco na agua



4 Mixturar o barro com agua e deixar um tempo



5 Eliminar as impurezas 3 vezes



6 Depois de 3 dias, tirar agua só em cima



7 Preparar um alguidar



8 Pôr pano no alguidar



9 Pôr barro em cima do pano



10 Cobrir barro com pano



11 Pôr na bolsa plástica para evitar preservar o ambiente



12 Deixar uns meses

