

## **PROJECTO PARA PRODUÇÃO DE 1000 FRANGOS DE CORTE**

**Proponente:** Fernanda Daniel Fernandes.

**Residência:** Topuito.

**Bairro:** Muthithicoma.

**Contacto:** 872804160/842804167.

**Topuito, Outubro**

**2025**

## **1. Resumo Executivo**

O projecto é vocacionado na criação e comercialização de frangos de corte, localizado em Topuito, bairro Muthithicoma. Com foco na produção sustentável e eficiente, o projecto visa atender à crescente demanda por proteína animal de qualidade, oferecendo frangos saudáveis, criados sob rigorosos padrões de higiene, bem-estar animal e segurança alimentar.

O projecto ira operar em um modelo de integração vertical, controlando todas as etapas do processo produtivo – desde a aquisição dos pintos, passando pela nutrição e manejo, até o abate e distribuição. Essa abordagem garante rastreabilidade, consistência na qualidade do produto e maior competitividade no mercado.

O projecto possui uma infra-estrutura adequada para a produção em escala, com 1 galpão, pessoal treinado e sistemas de biossegurança. O projecto também prioriza práticas sustentáveis, como o uso consciente de recursos naturais e o reaproveitamento de resíduos orgânicos.

O projecto irá abastecer mercados locais, e pequenos distribuidores. Com o objectivo de ampliar sua capacidade produtiva e alcançar novos mercados, o projecto pretende desenvolver um plano estratégico de crescimento, que inclui aumento na produção, investimento em tecnologia de processamento do produto e marketing.

**Valor solicitado: 250.000,00 Mts.**

## **2. Descrição do Projecto**

### **Missão:**

Garantir a disponibilidade dos produtos requeridos pelo mercado, através de uma rede de parcerias de fornecedores previamente definidos.

### **Visão:**

Ser uma organização capaz de criar estratégias funcionais, em ambientes de negócios, tendo como destaque a criatividade colectiva. Impactar nossos clientes com um modelo de negócios único e duradouro.

### **Objectivo do negócio**

O principal objectivo do projecto no ramo avícola, é estabelecer-se como um projecto sólido e competitivo no sector de avicultura, dedicado à produção e comercialização de frangos de corte com qualidade, segurança alimentar e preços acessíveis. O projecto busca atender à crescente demanda por proteína animal no mercado local e regional, gerando emprego, renda e promovendo o desenvolvimento sustentável na província de Nampula em especial o distrito de Moma.

### **Histórico do Projecto**

O projecto foi idealizado em resposta à crescente demanda por carne de frango de qualidade e de produção local no distrito de Moma e Larde. A região apresenta grande potencial para a avicultura, tanto pelo clima favorável quanto pela carência de produtores com capacidade de suprir o mercado local de forma consistente.

O projecto nasceu da iniciativa de uma jovem Moçambicana com apoio de um outro jovem, que já foi integrante da **Novos Horizontes**, com experiência no sector de avicultura e profundo conhecimento das necessidades que garantem uma boa produção. Observando a dependência do mercado por produtos vindos de outras regiões e o alto custo logístico desses alimentos, surgiu a ideia de criar uma unidade de produção de frangos de corte com foco em qualidade, sustentabilidade e acessibilidade.

O projecto iniciou suas actividades de forma experimental, com um pequeno lote de frangos criados em sistema semi-intensivo na cidade de Nampula, no bairro do Muahivire. A boa aceitação do produto no mercado,

Aliada ao feedback positivo dos primeiros clientes, motivou a estruturação do negócio para operação em escala comercial.

### **Estrutura Legal**

O projecto ainda não está legalmente constituído, mas há esforços que estão sendo seguidos para a sua legalização.

### **3. Produto/Serviço**

O projecto dedicar-se-á à produção e comercialização de frangos de corte, com foco na oferta de carne fresca, saudável e de origem local. Os frangos serão criados com ração balanceada, em ambiente higienizado, sob rigorosos controlos de saúde e bem-estar animal, garantindo um produto final de alta qualidade.

#### **Diversificação do Produto**

Inicialmente, o principal produto é o frango inteiro abatido, fresco ou congelado. No entanto, o projecto planeja expandir seu portfólio com os seguintes produtos:

Frangos vivos

Frango em partes (coxas, asas, peito, moelas)

Miudezas embaladas (moela, fígado, coração), para mercados locais e clientes de baixo poder aquisitivo

Essa diversificação busca atender diferentes perfis de consumo e aumentar o valor agregado da produção.

### **Diferenciais e Benefícios para o Cliente**

Preço competitivo, por ser produzido na própria região

Criação controlada, com boas práticas de manejo, sem uso excessivo de antibióticos

Atendimento próximo e directo, com entregas personalizadas para mercados, cantinas e revendedores

Maior segurança alimentar, com controlo sanitário desde a criação até o abate

### **Novidades que o Produto Atende**

Redução da dependência de frango importado ou de outras províncias

Atendimento à crescente demanda urbana por proteína animal acessível

Possibilidade de fornecimento directo a escolas, hospitais e instituições públicas

Incentivo à economia local, com criação de empregos e dinamização de cadeias produtivas

## **4. Análise de Mercado**

O projecto irá actuar no sector de avicultura, com foco na produção de frangos de corte. Este mercado apresenta oportunidades devido ao crescimento populacional e à demanda por proteínas animais de qualidade, acessíveis e produzidas localmente.

### **ANÁLISE FOFA**

#### **Forças (F)**

**Modelo de Produção Verticalizado:** Controle completo sobre todas as etapas da produção, desde a aquisição de pintos até a distribuição, garantindo a qualidade e consistência do produto.

**Sustentabilidade e Práticas Ecológicas:** Uso de práticas sustentáveis, como o reaproveitamento de resíduos orgânicos e o controle rigoroso de biossegurança.

## **Fraquezas (O)**

**Capacidade de Produção Limitada:** A produção actual é restrita pela capacidade das instalações, o que limita a expansão e o atendimento à crescente demanda.

**Dependência de Investimentos Externos:** Necessidade de apoio financeiro para garantir uma instalação modernizada, o que pode gerar vulnerabilidade.

**Baixa Diversificação de Produtos:** O projecto actualmente foca apenas na produção de frangos de corte, o que a torna dependente de um único segmento de mercado.

**Desafios Logísticos Regionais:** A logística de distribuição pode ser um desafio devido às limitações da infra-estrutura de transporte em algumas áreas.

## **Oportunidades (O)**

**Crescimento da Demanda por Proteína Animal:** Aumenta a demanda por proteínas de origem animal no mercado local e regional, o que cria uma oportunidade para expandir as operações.

**Apoio a Negócios Sustentáveis:** O foco em práticas ecológicas e sustentáveis pode atrair consumidores conscientes.

**Expansão para Novos Mercados:** A possibilidade de expandir para outras províncias e regiões de Moçambique oferece grande potencial de crescimento.

**Parcerias e Financiamentos:** Acesso a financiamentos e parcerias com organizações que apoiam negócios de impacto social e ambiental.

## **Ameaças (A)**

**Concorrência Local:** A presença de outros produtores de frangos na região, o que pode reduzir a participação de mercado do projecto.

**Variação nos Preços dos Insumos:** A flutuação no preço de rações e outros insumos pode impactar os custos de produção e reduzir a margem de lucro.

**Riscos Ambientais:** Desastres naturais ou condições climáticas adversas podem afetar a produção e a saúde dos animais.

## **Público-Alvo**

O público-alvo do projecto é diversificado e engloba diferentes segmentos de consumidores:

Consumidores domésticos que buscam carne de frango fresca, de qualidade e a preços acessíveis.

Supermercados e mercados locais, que requerem abastecimento constante e de confiança em produtos frescos e bem embalados.

Restaurantes e cantinas, que necessitam de frango em grandes volumes e com variedade de cortes.

Instituições públicas como escolas e hospitais que necessitam de fornecimento regular e garantido de frango fresco.

Distribuidores locais que operam em mercados menores ou em áreas mais afastadas, onde o acesso a produtos frescos é limitado.

## **Concorrentes Directos**

Os concorrentes directos são outros produtores que também actuam na produção de frangos de corte na região de Moma, Larde, Nampula e arredores. Alguns desses concorrentes incluem:

Produtores locais de frangos que operam em pequena ou média escalai.

Avicultores estabelecidos na cidade de Nampula, que já têm uma rede de distribuição consolidada e preço competitivo.

Distribuidores de carne de frango congelado importado ou proveniente de outras regiões do país.

### **Concorrentes Indirectos**

Os concorrentes indirectos incluem:

Outros tipos de proteínas animais, como peixe, carne de porco, e carne bovina, que podem ser alternativas ao frango no consumo da população.

Produtos vegetais como leguminosas e proteínas vegetais, que estão em ascensão, especialmente entre consumidores preocupados com questões ambientais e de saúde.

### **Tamanho do Mercado**

O mercado de carne de frango em Moçambique tem mostrado crescimento constante, impulsionado pela maior demanda por fontes acessíveis de proteína animal. De acordo com pesquisas de mercado recentes, a população de Moçambique está em expansão, o que aumenta a demanda por alimentos básicos como carne de frango. A região norte do país, em particular, é uma das que mais necessita de produção local devido à dependência de importações e logística de transporte.

Estima-se que a demanda por carne de frango na região de Nampula e áreas adjacentes aumente em torno de 10-15% ao ano, devido à urbanização crescente, ao aumento do consumo de proteínas animais e à abertura de novos canais de distribuição.

### **Estratégias para Conquistar e Manter Clientes**

Para conquistar e manter seus clientes, a organização adotará as seguintes estratégias:

**Preço Competitivo:** Oferecer produtos com qualidade superior a preços acessíveis, garantindo que o cliente perceba o valor agregado do frango local em comparação com os produtos importados.



**Qualidade Consistente:** Manter rigorosos padrões de controlo de qualidade e higiene, assegurando que os produtos atendam às expectativas dos clientes, com carne fresca e sem aditivos químicos.

**Fidelização por Atendimento:** Criar programas de fidelidade para os clientes de grandes volumes, como supermercados e restaurantes, oferecendo descontos progressivos e condições especiais de pagamento.

**Promoções e Parcerias:** Realizar promoções em datas comemorativas, como festas locais e feriados, além de estabelecer parcerias com empresas de alimentos e cantinas escolares.

**Expansão da Rede de Distribuição:** Ampliar os pontos de venda em áreas urbanas e rurais de difícil acesso, utilizando logística eficiente para garantir entregas rápidas e frescas.

**Sustentabilidade e Responsabilidade Social:** Engajar os consumidores através de iniciativas ambientais, como o uso de práticas sustentáveis na produção e reaproveitamento de resíduos

## **5. Plano de Marketing**

O projecto busca posicionar-se como uma organização confiável e acessível, fornecendo frangos de corte de alta qualidade e com um preço justo para atender à crescente demanda no mercado local e regional. O plano de marketing tem como objectivo atrair novos clientes, fortalecer a fidelidade dos existentes e aumentar a presença da marca em pontos estratégicos.

### **Preço do Produto**

O preço do frango será estabelecido de forma a garantir competitividade no mercado, levando em consideração os custos de produção, transporte e margem de lucro. Para atingir um público amplo, a organização adoptará uma estratégia de preços acessíveis, sem comprometer a qualidade do produto.

A formação de preços será baseada em:

Custo de produção

Preços praticados pelos concorrentes directos e indirectos

Estratégias de penetração de mercado, com preços promocionais para conquistarem novos clientes.

### **Estratégias de Promoção**

Para promover seus produtos e atrair consumidores, a organização implementará as seguintes estratégias promocionais:

**Promoções Sazonais e Descontos:** Realizar promoções em datas especiais, como feriados, festas locais e eventos comunitários. Oferecer descontos para compras em maior volume para restaurantes, supermercados e distribuidoras.

**Programa de Fidelidade:** Criar um programa de fidelidade para clientes regulares, oferecendo descontos progressivos conforme o volume de compras, especialmente para estabelecimentos comerciais e revendedores.

**Marketing Digital:** Utilizar plataformas de média social, como Facebook, Instagram e WhatsApp, para promover os produtos, divulgar promoções e educar os consumidores sobre as práticas de criação sustentáveis e o valor nutricional do frango.

**Parcerias Estratégicas:** Formar parcerias com escolas, hospitais, cantinas corporativas e outras instituições para fornecer frango com preços acessíveis e garantir contratos de fornecimento recorrente.

**Amostras Grátis:** Distribuir amostras grátis de produtos em feiras locais, mercados e pontos de venda, incentivando o consumo do produto e a experimentação do cliente.

**Publicidade Local:** Anúncios em rádios locais, cartazes e banners em áreas de grande movimento para aumentar a visibilidade e atrair consumidores para os pontos de venda.

### **Canais de Distribuição**

O projecto utilizará os seguintes canais de distribuição para garantir que seus produtos cheguem com qualidade e rapidez aos clientes:

**Distribuição Directa:** A organização fornecerá frangos frescos diretamente a mercados locais, supermercados e restaurantes, por meio de uma frota própria ou parceira de transporte.

**Revendedores Locais:** Firmar parcerias com revendedores e distribuidores locais, principalmente em áreas mais afastadas, para expandir a cobertura de venda.

**Vendas Online:** Criar uma plataforma online ou parcerias com aplicativos de entrega de alimentos, para que consumidores de áreas urbanas possam fazer pedidos e receber os produtos diretamente em casa.

**Mercados e Feiras:** Participar de mercados e feiras locais, oferecendo frangos frescos e outros produtos de forma directa ao consumidor, com foco na relação pessoal e na construção de confiança.

**Canais Institucionais:** Estabelecer contratos com cantinas escolares, hospitais, restaurantes e grandes empresas, garantindo fornecimento contínuo e contratos de longo prazo.

## **6. Plano Operacional**

O projecto está estruturado para fornecer produtos de alta qualidade de forma eficiente e sustentável, com processos que garantem a segurança alimentar e o bem-estar animal. Abaixo estão os detalhes sobre a operação da empresa, desde a localização até a estrutura da equipe.

### **Localização das Operações**

A sede e as operações da organização estará localizada em Topuito, bairro Muthiticoma região estratégica para atender a mercados locais e expandir para áreas adjacentes. A proximidade com rodovias principais permite uma logística de transporte eficiente, tanto para a distribuição interna quanto para a expansão regional.

A localização foi escolhida pela facilidade de acesso aos mercados consumidores. A organização estará próxima de fornecedores de ração, serviços veterinários e mão-de-obra qualificada, o que otimiza os custos operacionais.

## **Equipamento e Instalações**

A **organização** precisa de uma estrutura de 20m/18m moderna e funcional, projectada para otimizar a produção e garantir condições adequadas para o bem-estar dos frangos. As principais instalações incluirão:

**Galpões de Criação:** Ambientes amplos e bem ventilados, com controlo de temperatura e humidade para proporcionar as melhores condições de criação.

**Unidade de Abate:** Equipamentos de abate modernos e sanitizados, que seguem rigorosas normas de higiene e segurança alimentarem.

**Área de Processamento:** Espaço destinado à separação de cortes, embalagem e rotulagem dos frangos.

**Veículos de Distribuição:** Motorizada adaptada que garante a entrega dos produtos com qualidade e frescor.

## **Processo de Produção**

O processo de produção é dividido em várias etapas, com foco na eficiência, qualidade e sustentabilidade:

**Seleção de Aves e Nutrição:** Os pintinhos são seleccionados com base em critérios de sanidade e genética, recebendo ração balanceada, conforme as necessidades nutricionais de cada fase de crescimento.

**Manejo e Cuidados:** Durante o ciclo de crescimento, os frangos são monitorados para garantir seu bem-estar, com práticas que incluem controlo sanitário, vacinação e manejo adequado.

**Abate e Processamento:** Os frangos são abatidos de acordo com as normas de bem-estar animal, com processo de abate humanitário. Após o abate, os produtos são processados em cortes, embalados e rotulados, prontos para distribuição.

**Armazenamento e Distribuição:** Após o processamento, os frangos serão armazenados em congelador até o momento da entrega. A distribuição é realizada por Motorizada adaptada, garantindo a entrega rápida e eficiente.

**Equipe e Funções**

A equipe da **organização** é composta por profissionais altamente capacitados, com funções bem definidas para garantir o bom funcionamento da operação:

**Diretor Executivo:** Responsável pela gestão estratégica da empresa, decisões de expansão e controle financeiro.

**Gerente de Produção:** Supervisiona todo o processo de produção, incluindo a criação de frangos, controle de alimentação e sanitização dos galpões.

**Veterinário:** Responsável pela saúde e bem-estar dos animais, acompanhamento de vacinas, prevenção de doenças e orientação sobre melhores práticas.

**Equipe de Produção:** Trabalhadores que lidam diretamente com o manejo das aves, alimentação, limpeza e controle de qualidade.

**Equipe de Processamento:** Responsável pelo abate, cortes, embalagem e armazenamento dos frangos.

**Equipe de Vendas e Marketing:** Encarregada da gestão de clientes, promoções, estratégias de marketing e canais de distribuição.

A **Secretaria:** responsável pela gestão administrativa, organização de documentos, controle de agendas e apoio à comunicação interna e externa, auxilia nos processos financeiros e logísticos, garantindo a eficiência operacional.

**7. Plano Financeiro**

Mapa de descrição de Investimento Estimado					
Item	Descrição dos trabalhos				
1	Construção do galpão	Especificações Técnicas	Quant.	Preço unitário	Preço Total (Mts)
2	Investimento de bens de capital (equipamento)	Especificações Técnicas	Quant.	Preço unitário	Preço Total (Mts)
	Depenadora	Media	1	58.500	58,500,00
	Comedouros	Normais	32	150,00	4,800,00
	Bebedouros	5 litros	50	500,00	25,000,00
	Aquecedores	Tambor	6	100,00	600,00

	<b>Subtotal</b>				<b>88.900,00</b>
<b>3</b>	<b>Capital Giro</b>				
	Pintos	Caixa	10	5.700,00	57.000,00
	Ração	A1	10	2 350,00	23.500,00
		A2	20	2 300,00	46.000,00
	Vacinas	Vacina viva ou inactivada	4	300,00	1.200,00
	Vitaminas	Crescimento, saúde dos Olhos, imunidade.	4	300,00	1.200,00
	Antibióticos	Infecções bacterianas gerais	4	300,00	1.200,00
	Carvão	Vegetal	20	450,00	9.000,00
	Serradura/cama	Restos de Madeira serrada	80	100,00	8.000,00
	Energia	EDM	2	1000,00	2.000,00
	Mão-de-obra	Salários	4	3000,00	12.000,00
	<b>Subtotal</b>				<b>161.100,00</b>
	<b>Total</b>				<b>250.000,00</b>

### Receitas Estimadas

Produção média mensal: 1000 frangos

Receita bruta mensal =  $1000 \times 260 = 260.000$  MZN.

Receita bruta anual =  $260.000 \times 12 = 3.120.000$  MZN Preço de venda por frango: 260 MZN.

O plano financeiro demonstra que o projecto tem grande potencial de lucratividade, com retorno do investimento no primeiro mês após a produção. A sustentabilidade do negócio depende da gestão eficiente dos custos e manutenção da qualidade dos frangos.

**Plano do progresso programático de produção:**

<b>Ano</b>	<b>Metas principais</b>	<b>Produção/ciclo</b>	<b>Ciclo/Ano</b>	<b>Produção anual</b>	<b>Receita estimada</b>	<b>Lucro estimado</b>
2025	Início das actividades	1000	12	12000	3.120.000,00	1.188.320,00
2026	Aumento da capacidade	2000	12	24000	6.240.000	2.376.000,00
2027	Consolidação do projecto	3000	12	36000	9.360.000,00	3.564.000,00

**Plano de contratação de Mão-de-obra:**

<b>Ano</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>	<b>Total</b>
<b>2025</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
<b>2026</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
<b>2027</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>12</b>