



REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO ABERTA E À DISTÂNCIA - IEDA



Módulo

Empreendedorismo

PROGRAMA DO ENSINO SECUNDÁRIO
À DISTÂNCIA (PESD) 1º CICLO

PROGRAMA DO ENSINO SECUNDÁRIO À DISTÂNCIA (PESD) 1º CICLO

Módulo de: Empreendedorismo

Moçambique

FICHA TÉCNICA

Consultoria

CEMOQE MOÇAMBIQUE

Direcção

Manuel José Simbine (Director do IEDA)

Coordenação

Nelson Casimiro Zavale

Belmiro Bento Novele

Elaborador

Zeca Tsamba

Maura de Sousa

Revisão Instrucional

Nilsa Cherindza

Lina do Rosário

Dércio Langa

Revisão Científica

Zeca Tsamba

Revisão linguística

Marcos Domingos

Maquetização e Ilustração

Elísio Bajone

Osvaldo Companhia

Rufas Maculuve

Impressão

CEMOQE, Moçambique

Índice

INTRODUÇÃO.....	7
UNIDADE 1: EMPREENDEDORISMO E DIGNIDADE NO TRABALHO	13
LIÇÃO Nº1: EMPREENDEDORISMO	15
LIÇÃO Nº 2: PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR	19
LIÇÃO Nº 3: DIFERENÇA ENTRE EMPREENDEDOR E GESTOR.....	23
LIÇÃO Nº4: TRABALHO	27
LIÇÃO Nº 5: MITOS E CONVICÇÕES SOBRE TRABALHO	32
UNIDADE 2: ATITUDE NO USO DE RENDIMENTO E DO TEMPO	38
LIÇÃO Nº 1: RENDIMENTO	39
LIÇÃO Nº 2: ATITUDE NO USO DO TEMPO	47
UNIDADE 3: OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS	53
LIÇÃO Nº 1: OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO	54
LIÇÃO Nº 2: IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES	58
LIÇÃO Nº 3: ANÁLISE FOFA	66
UNIDADE 4: NOÇÕES DE ESTUDO DE MERCADO.....	75
LIÇÃO Nº 1: ESTUDO DO MERCADO.....	76
LIÇÃO Nº 2: PASSOS A SEGUIR PARA O ESTUDO DO MERCADO.....	80
UNIDADE 5: EMPRESA.....	89
LIÇÃO Nº 1: EMPRESA.....	90
LIÇÃO Nº 2: PROCESSO DE LEGALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA.....	96
LIÇÃO Nº 3: ASSOCIATIVISMO EMPRESARIAL.....	103
UNIDADE 6: PLANO DE NEGÓCIO OU EMPRESARIAL	111
LIÇÃO Nº 1: PLANO DE NEGÓCIO	112
LIÇÃO Nº 2: PASSOS DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	117
LIÇÃO Nº 3: FONTES DE FINANCIAMENTO DE PLANOS DE NEGÓCIOS OU EMPRESARIAIS ..	126
UNIDADE 7: GESTÃO DE PEQUENA EMPRESA.....	134
LIÇÃO Nº 1: INTRODUÇÃO À GESTÃO DE PEQUENA EMPRESA	136
LIÇÃO Nº 2: PROCESSO DE PRODUÇÃO	143
LIÇÃO Nº 3: CONTROLO DE QUALIDADE NO PROCESSO DE PRODUÇÃO	150
LIÇÃO Nº 4: NOÇÕES SOBRE MARKETING	156

LICÃO Nº 5: NOÇÕES DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS.....	162
LICÃO Nº 6: NOÇÕES DE CONTABILIDADE	169
LICÃO Nº 7: CUSTO, PREÇO E LUCRO	176
LICÃO Nº 8: RISCOS NOS NEGÓCIOS	181
LICÃO Nº 9: SEGUROS NOS NEGÓCIOS.....	186
LICÃO Nº 10: IMPOSTOS	191
LICÃO Nº 11: COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	196
LICÃO Nº 12: ÉTICA EMPRESARIAL.....	202

MENSAGEM DA SUA EXCELÊNCIA MINISTRA DA EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO

CARO ALUNO!

Bem-vindo ao Programa do Ensino Secundário à Distância (PESD).

É com grata satisfação que o Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano coloca nas suas mãos os materiais de aprendizagem especialmente concebidos e preparados para que você e muitos outros jovens e adultos, com ou sem ocupação profissional, possam prosseguir com os estudos ao nível secundário do Sistema Nacional de Educação, seguindo uma metodologia denominada por "Ensino à Distância".

Com este e outros módulos, pretendemos que você seja capaz de adquirir conhecimentos e habilidades que lhe vão permitir concluir, com sucesso, o Ensino Secundário do 1º Ciclo, que compreende a 8ª, 9ª e 10ª classes, para que possa melhor contribuir para a melhoria da sua vida, da vida da sua família, da sua comunidade e do País. Tendo em conta a abordagem do nosso sistema educativo, orientado para o desenvolvimento de competências, estes módulos visam, no seu todo, o alcance das competências do 1º ciclo, sem distinção da classe.

Ao longo dos módulos, você irá encontrar a descrição do conteúdo de aprendizagem, algumas experiências a realizar tanto em casa como no Centro de Apoio e Aprendizagem (CAA), bem como actividades e exercícios com vista a poder medir o grau de assimilação dos mesmos.

ESTIMADO ALUNO!

A aprendizagem no Ensino à Distância é realizada individualmente e a ritmo próprio. Pelo que os materiais foram concebidos de modo a que possa estudar e aprender sozinho. Entretanto, o Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano criou Centros de Apoio e Aprendizagem (CAA) onde, juntamente com seus colegas se deverão encontrar com vários professores do ensino secundário (tutores), para o esclarecimento de dúvidas, discussões sobre a matéria aprendida, realização de trabalhos em grupo e de experiências laboratoriais, bem como da avaliação formal do teu desempenho, designada de Teste de Fim do Módulo (TFM). Portanto, não precisa de ir à escola todos dias, haverá dias e horário a serem indicados para a sua presença no CAA.

Estudar à distância exige o desenvolvimento de uma atitude mais activa no processo de aprendizagem, estimulando em si a necessidade de muita dedicação, boa organização, muita disciplina, criatividade e sobretudo determinação nos estudos.

Por isso, é nossa esperança de que se empenhe com responsabilidade para que possa efectivamente aprender e poder contribuir para um Moçambique Sempre Melhor!

COM TRABALHO!

Maputo, aos 13 de Dezembro de 2017



CONCEITA ERNESTO XAVIER SORTANE
MINISTRA DA EDUCAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO HUMANO

Av. 24 de Julho 167-Telefone nº21 49 09 98-Fax nº21 49 09 79-Caixa Postal 34-EMAIL: L_ABMINEDH@minedh.gov.mz ou
L_mined@mined.gov.mz
mjfm

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o estudo do empreendedorismo tem merecido especial atenção em virtude da sua forte relação com o desenvolvimento social e económico. Neste âmbito, governos, instituições de ensino e afins, tem envidado esforços e recursos, visando desenvolver um comportamento empreendedor no seio dos estudantes.

Foi mesmo a pensar em si caro estudante que preparamos o presente módulo, visando facilitar o seu processo de aprendizagem sobre diversos conteúdos de Empreendedorismo.

O módulo de Noções de Empreendedorismo tem a finalidade de desenvolver no estudante, competências teórico-práticas, que lhe permita identificar oportunidades de negócios e explorá-los através de criação de pequenos negócios, visando superar as dificuldades de acesso ao emprego.

O módulo contém uma série de conteúdos teóricos, exemplos e experiências, assim com as actividades prática para o estudante. Os conteúdos teóricos giram em volta do conceito de empreendedorismo, empreendedor e suas características principais. Incluem também a componente de identificação de oportunidades de negócios, elaboração de planos de negócios e criação e registo de empresa.

Caríssimo leitor, convidamo-lo desde já, a desfrutar deste importante trabalho de fácil e simpática leitura, que lhe levará a uma nova dimensão realística sobre o empreendedorismo, podendo conduzir-lhe para uma atitude dinâmica e proactiva no mundo dos negócios.



ESTRUTURA DO MÓDULO

O módulo sobre Noções de Empreendedorismo é composto por 7 unidades temáticas, sendo que na primeira unidade, sobre empreendedorismo e dignidade do trabalho, apresenta-se as definições dos conceitos de empreendedorismo, empreendedor e gestor, explicando as diferenças existentes entre estes dois últimos (empreendedor e gestor). Descreve-se também as características e o perfil do empreendedor, assim como as formas de empreendedorismo. Apresenta-se as definições sobre trabalho e emprego, importância de trabalho, mitos e convicções sobre trabalho, assim como valor do trabalho.

Na segunda unidade, inerente à atitude no uso de rendimento e do tempo, são explicados os conceitos de rendimento, tempo, poupança, plano de poupança, clube de poupança, tempo como recurso, e plano de gestão de tempo. São igualmente, descritos as formas de rendimento, assim como os seus usos.

Na terceira unidade, correspondente a temática sobre identificação e selecção de oportunidades de negócios, discute-se os conceitos de oportunidade e negócios. Apresenta-se igualmente, as diferentes estratégias de identificação de oportunidades, bem como maneira como são exploradas por meio de criação de negócios.

Já na quarta unidade temática sobre noções de estudo de mercado, são apresentadas as definições do conceito de mercado, seus principais actores, e sua importância. Descreve-se também a metodologia de estudo do mercado. Por fim apresenta-se um relatório de estudo de mercado.

A quinta unidade deste módulo aborda a temática de empresa, sendo que na mesma, apresenta-se a definição do conceito de empresa; classificação de empresas, associativismo empresarial e sua importância; processo de legalização duma empresa.

A sexta unidade é inerente ao plano empresarial e aborda de forma específica a questão do plano de negócio ou empresarial, sua importância, assim como as etapas para sua elaboração. Aborda também sobre as fontes de financiamento.

Por fim, a sétima unidade é referente à gestão de uma pequena empresa. Nesta unidade, discute-se os seguintes aspectos: gestão de uma pequena empresa, gestão de produção de uma pequena empresa, noções sobre gestão de recursos humanos, noções sobre marketing, noções sobre contabilidade, riscos e seguros nos negócios, impostos, comunicação e ética empresarial.

OBJECTIVOS DO MÓDULO

No final deste módulo, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Dominar os conceitos de empreendedorismo, características de empreendedor, e trabalho;
- Definir os conceitos de rendimento, poupança e investimento;
- Explicar importância a importância de rendimento, poupança e investimento para actividade empreendedora;
- Identificar oportunidades de negócios;
- Apresentar ideias de negócios para explorar as oportunidades identificadas;
- Dominar a metodologia a metodologia de estudo de mercado;
- Legalizar uma pequena;
- Elaborar um plano empresarial;
- Conhecer as diversas fontes de financiamento;
- Gerir uma pequena empresa;
- Elaborar um plano de marketing para uma pequena empresa;
- Fazer a gestão do processo de produção de uma pequena empresa;
- Gerir os recursos humanos de uma pequena empresa;
- Fazer as demonstrações contabilísticas de uma pequena empresa;
- Conhecer as formas de gestão de riscos nos negócios;
- Dominar o sistema de seguros nos negócios;
- Elaborar um plano de comunicação empresarial; e
- Dominar os princípios da ética empresarial;

ORIENTAÇÕES PARA O ESTUDO

Caro estudante, para o seu sucesso na apreensão dos conteúdos do presente módulo você precisa, efectivamente, de atender alguns conselhos que irão ajudá-lo para o seu estudo sem a presença do professor. Apresentamos em seguida alguns conselhos:

1. Reserve pelo menos 2 (duas) horas por dia para estudo individual, e se necessário, tempo adicional para o estudo em grupo com seus colegas mais próximos; de cada lição e resolução dos exercícios propostos;
2. Procure um lugar tranquilo que disponha de espaço e iluminação apropriados, pode ser em sua casa, no Centro de Apoio e Aprendizagem (CAA) ou noutra lugar perto da sua casa;
3. Durante a leitura, faça anotações no seu caderno sobre conceitos e outros aspectos importantes sobre o tema em estudo. Aponte também as dúvidas a serem apresentadas aos seus colegas e ao tutor de forma a serem esclarecidas;
4. Faça resumo das matérias estudadas;
5. Resolva os exercícios e só consulte a chave de correcção para confirmar as respostas. Caso tenha respostas erradas volte a estudar a lição e resolver novamente os exercícios de forma a aperfeiçoar o seu conhecimento. Só depois de resolver com sucesso os exercícios é que poderá passar para o estudo da lição seguinte; e
6. Repita esse exercício em todas as lições.

Ao longo das lições você vai encontrar figuras que o orientarão na aprendizagem:

Colocar e explicar símbolos

PND – Plano de n

FOFA

CONTEÚDOS

EXEMPLOS

REFLEXÃO

TOME NOTA

AUTO-AVALIAÇÃO

CHAVE-DE-CORRECÇÃO

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Ao longo de cada lição de uma unidade temática são apresentadas actividades de auto-avaliação e de reflexão que o ajudarão a avaliar o seu desempenho e melhorar a sua aprendizagem. No final de cada unidade temática, será apresentado um teste de auto-avaliação, contendo os temas tratados em todas as lições, que tem por objectivo prepará-lo para a realização da prova. A auto-avaliação é acompanhada de chave de correcção com respostas ou indicação de como deveria responder as perguntas, que você deverá consultar após a sua realização. Caso você acerte acima de 70% das perguntas, consideramos que está apto para fazer a prova com sucesso.

UNIDADE 1: EMPREENDEDORISMO E DIGNIDADE NO TRABALHO



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

A unidade temática nº 1, tem como principais temas empreendedorismo e dignidade no trabalho. Nela, apresenta-se as definições dos conceitos de empreendedorismo, empreendedor e gestor, explicando as diferenças existentes entre estes os dois últimos (empreendedor e gestor). Vamos também descrever as principais características do empreendedor. Ainda dentro desta unidade temática vamos explicar o significado do trabalho e emprego, assim como suas diferenças; falaremos de mitos e convicções sobre trabalho e valor do trabalho.



OBJECTIVOS DA UNIDADE

No final desta unidade temática, o estudante deve ser capaz de:

- Definir os conceitos de empreendedorismo, empreendedor e trabalho;
- Descrever as principais características do empreendedor;
- Estabelecer a diferença entre um empreendedor e um gestor;
- Definir o conceito de trabalho;
- Explicar o conceito de emprego;
- Diferenciar trabalho e emprego;
- Descrever mitos e convicções sobre o trabalho; e
- Explicar o valor do trabalho.





RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

- No fim desta unidade, o estudante será capaz de:
- Define os conceitos de empreendedorismo e empreendedor;
- Descreve as características principais do empreendedor;
- Define o conceito de gestão e gestor;
- Estabelece a diferença entre um gestor e um empreendedor;
- Define o conceito de trabalho;
- Explica o significado do emprego;
- Estabelece a diferença entre trabalho e emprego;
- Descreve os mitos e convicções sobre o trabalho; e
- Explica o valor do trabalho.



DURAÇÃO DA UNIDADE:

Para o estudo desta unidade temática você vai precisar de 2 (duas) à 8 (oito) horas de tempo. Estas horas devem ser divididas em leituras dos conteúdos das lições e em resoluções dos exercícios práticos.

LIÇÃO Nº1: EMPREENDEDORISMO

- Definição de empreendedorismo e empreendedor;
- Exemplos de empreendedorismo e de empreendedor.



INTRODUÇÃO A LIÇÃO:

A disciplina de Noções de Empreendedorismo é nova para o ensino secundário em Moçambique, estando a começar na 9ª classe. Por essa razão, convidamos a si caro estudante a dedicar o máximo de atenção para leitura dos conteúdos desta lição, e se necessário leitura de outras matérias adicionais.

Esta lição visa fornecer aos estudantes noções básicas sobre os conceitos de empreendedorismo, empreendedor, características e perfil do empreendedor. Ao longo da lição também será esclarecida a noção de trabalho e sua importância e relação com o empreendedorismo.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

No final desta lição, o aluno deve ser capaz de:

- Definir o conceito de Empreendedorismo e empreendedor; e
- Dar exemplos de empreendedores que conhece no seu bairro.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta lição você precisa de, no mínimo duas (2) horas de tempo. Estas 2 (duas) horas devem ser divididas em leituras dos conteúdos da lição e em resoluções dos exercícios práticos.

1.1.1. Definição de Empreendedorismo e empreendedor

Empreendedorismo é definido como sendo uma actividade que consiste na capacidade de, um indivíduo, isolado ou integrado numa organização, identificar uma oportunidade e criar um negócio.

O empreendedor é aquele que faz acontecer; que introduz novos bens e serviços, que cria novas formas de organização, que usa novos recursos e materiais para produção de bens e serviços. Para tornar claro, apresenta-se em seguida a definição de bens e serviços.

Bens:

Um bem é um artigo que é tangível ou físico, visível que pode ser oferecido a uma pessoa para satisfação das suas necessidades: exemplos de bens: carteira, caderno, lápis, relógio, entre outros.

Serviços

Tudo aquilo que uma pessoa faz para outrem visando satisfazer as suas necessidades, sem que seja palpável mas que não se traduz em algo palpável ou tocável. Exemplo: Limpar, ensinar, correr, jogar, cozinhar, entre outros.

Exemplo 1: O senhor António viu que no bairro de Mulotana, uma zona de expansão localizada no município de Matola, não havia nenhuma padaria e os moradores do bairro, percorriam mais de 5 quilómetros até ao bairro de Mahlampsene para comprar pão todos os dias. Olhando para este problema, o senhor António, com base na sua criatividade e capacidade, identificou uma oportunidade para criar uma padaria no bairro de Mulotana como uma forma de diminuir a distância percorrida pelos moradores para aquisição do pão. O senhor António, emvidou esforços de modo a conseguir dinheiro para comprar espaço, os equipamentos e materiais necessários, e abriu a sua própria padaria, tendo baptizado com nome “Padaria e Pastelaria Tio António”.

O senhor António é um exemplo de empreendedor, pois, com base na sua capacidade identificou uma oportunidade para criar seu próprio negócio, neste caso, uma padaria, tendo por isso, introduzido um novo produto (pão) na zona de Mulotana.

Estimado estudante, você já aprendeu o conceito de empreendedorismo e empreendedor. Inclusive teve um exemplo elucidativo de empreendedorismo e empreendedor. Agora acreditamos que você está apto para resolver alguns exercícios sobre a matéria que acabou de aprender:



ACTIVIDADE DA LIÇÃO

Defina empreendedorismo e empreendedor, e dê exemplo de um empreendedor do teu bairro.



CHAVE DE CORRECÇÃO

Empreendedorismo é processo pelo qual, pessoas singulares e coletivas, identificam uma oportunidade no meio que os rodeia, criando um negócio para explorar.

Empreendedor aquele indivíduo que tem a motivação e capacidade para identificar uma oportunidade e criar um negócio, introduzindo um novo serviço, uma nova forma de fazer, uma nova matéria-prima para produção de um bem ou serviço. Exemplo, a senhora Clementina, moradora da zona, descobriu que no bairro não existia um salão de cabeleireiro para tratamento de cabelo das mulheres. Face a esta constatação, a senhora Clementina usou a sua criatividade e capacidade, juntando recursos e criou um salão de cabeleireiro na zona.

LIÇÃO Nº 2: PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

- Principais características do empreendedor.



INTRODUÇÃO

Na primeira lição, você aprendeu a definir o conceito de empreendedorismo e empreendedor, inclusive através de exemplos. Agora, como conteúdos da segunda lição, você vai aprender as principais características do empreendedor.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

No final desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Descrever as principais características do empreendedor; e
- Identificar, através de exemplo, as principais características de empreendedor.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, você precisa de, no mínimo 2 (duas) horas de tempo para leitura dos conteúdos nela apresentados, e para resoluções dos exercícios práticos.

1.2.1. Principais características do empreendedor

Apresentar as características básicas que melhor descrever o empreendedor não é uma tarefa fácil, dado ao número elevado de atitudes e práticas que ele apresenta. Contudo, há sempre três elementos que são comuns em quase todos empreendedores e melhor os caracterizam. São eles:

- **Necessidade de realização:** as pessoas apresentam diferenças individuais quanto à necessidade de realização. Existem aquelas com pouca necessidade de realização e que se contentam com o pouco que tem. Contudo, há aquelas pessoas que apresentam alta necessidade de realização, estando sempre a procurar novas tarefas para realizar, novas formas de fazer o que já vem fazendo, e etc.

Exemplo: O actor e empresário Gilberto Mendes, criou a companhia Gungu que se dedica a criação e produção teatral. Contudo, dado a sua necessidade de realização bastante alta, que a fazia não ser auto-suficiente com o que tinha, viu-se obrigado a criar canal de televisão Gungu.

- **Disposição para assumir riscos:** o empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio: riscos financeiros decorrentes do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas; riscos familiares ao envolver a família no negócio; riscos psicológicos pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados.

Exemplo: A senhora Clementina quando abriu o seu salão de cabeleireiro assumiu riscos, pois, no momento de abertura do empreendimento, não tinha certeza de que o negócio iria ter clientela, e que ia conseguir recuperar o dinheiro que ela investiu no negócio.

- **Auto-confiança:** quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. Geralmente, os empreendedores sentem que seu sucesso depende de seus próprios esforços e habilidades, apresentando por isso um foco interno de controle.

Exemplo: A senhora Clementina era uma desempregada na zona e enfrentava diversos problemas financeiros na sua vida. Contudo, devido à sua auto-confiança de que para superar o problema de falta de emprego, foi juntando suas economias aos poucos, até conseguir dinheiro suficiente para abrir seu salão. E hoje ela, é dona do seu negócio.

As três principais características do empreendedor são resumidas no esquema abaixo:



Figura 1. Características principais do empreendedor.

As características do empreendedor que acabamos de apresentar não são as únicas. Ainda, são as que melhor descrevem o empreendedor. Agora você vai resolver alguns exercícios como forma de testar os seus conhecimentos.



ATIVIDADES DA LIÇÃO

Para testar os conhecimentos que aprendeste nesta lição, você vai responder as seguintes questões:

1. Indique as três características principais do empreendedor.
2. Tio António foi trabalhador da Padaria da cidade durante vários anos. Ainda, porque não era satisfeito com emprego dele com o padeiro, foi juntando dinheiro aos poucos, durante os anos de trabalho. Logo que tio António conseguiu dinheiro suficiente para abrir a sua própria padaria, largou o seu emprego, levando o dinheiro que tinha guardado e foi investir no negócio de padaria. Caro estudante, indique algumas atitudes do tio António que demonstram o seu espírito empreendedor, tendo em conta as três características do empreendedor.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. As três principais características do empreendedor é: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e auto-confiança.
2. **Necessidade de realização:** a insatisfação do tio António com seu emprego.
Disposição para assumir riscos: quando largou o seu emprego digno e formal, e quando investiu o seu dinheiro guardado durante muito tempo no negócio da padaria, mesmo sem certeza que ia dar certo. **Auto-confiança:** a fé que ele tinha de que o problema de insatisfação com o emprego seria resolvido por ele mesmo.

LICÃO Nº 3: DIFERENÇA ENTRE EMPREENDEDOR E GESTOR

- Definição do gestor; e
- Diferença entre gestor e empreendedor.



INTRODUÇÃO

Não raras as vezes que os termos empreendedor e gestor são usados como se fossem sinónimos. Todavia, esse entendimento constitui um equívoco. Tendo que você já aprendeu conceito do empreendedor, incluindo as suas características principais. Nesta lição vai aprender o conceito do gestor, diferenciando do empreendedor.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

No final desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Definir o conceito de gestor; e
- Diferenciar gestor de empreendedor.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, você precisa de, no mínimo 2 (duas) horas de tempo para leitura dos conteúdos nela apresentados, e para resoluções dos exercícios práticos.

1.3.1. Diferenças entre empreendedor e gestor

Ciente de que, o nosso caro estudante, aprendeu e apreendeu efectivamente, nas lições anteriores desta unidade temática o conceito de empreendedor e as principais características que o caracterizam, aqui definiremos o conceito de gestor e depois mostraremos as diferenças e semelhanças com empreendedor.

Para iniciar a nossa aula, anotemos que gestor é aquele que cuida da gestão da empresa. Mas, afinal de conta o que é gestão? Bom, gestão tem sido definido como sendo uma actividade que consiste na combinação e coordenação racional de todos recursos (humanos, financeiros,

materiais), necessários para a produção e distribuição de bens e serviços de forma eficiente e eficaz.

Ora, da definição de gestão acima apresentada, podemos deduzir que o conceito de gestor nos seguintes ter:

Gestor é aquele indivíduo que, de forma racional, eficiente e eficaz, combina e coordena todos recursos (humanos, financeiros e humanos) necessários para a produção de bens e serviços dentro de uma organização.

Em suma, o gestor de uma organização ou empresa é aquele indivíduo que exerce as funções de planear todas actividades, organizar e controlar os recursos matérias, financeiros e humanos, visando a produção de bens e serviços que a empresa se dedica a produzir, encarregando-se também por dirigir todos os processos de produção.

Diferença entre gestor e empreendedor:

Lembre-se, antes porém, que o empreendedor é aquele identifica uma oportunidade, criando para tal um negócio para aproveitar a oportunidade identificada. Ou introduz dentro da organização já existente, novos produtos e/ou novos processos de produção, visando minimização os custos de produção e maximizar os rendimentos da empresa.

Olhando para as definições de empreendedor e de gestor facilmente notará que o gestor não cria sua própria organização, ele trabalha numa organização criada por uma outra pessoa. Ele também não introduz novos produtos ou processos de produção dentro da empresa. Ele se limita a planear, organizar, controlar e dirigir. Enquanto o empreendedor ele cria o seu próprio negócio ou introduz um produto e/ou um processo de produção novo dentro de uma organização.

Empreendedor	Gestor
Cria sua própria empresa ou negócio	Trabalha numa empresa já criada
Introduz nos produtos e processos de produção	Adapta-se aos novos processos de produção e orienta a produção de produtos introduzidos.
Planeia as actividades, determina os recursos necessários e procura os recursos para a realização das actividades empresárias	Planeia as actividades e determina os recursos, esperando que a organização disponibilize os recursos para a realização das actividades.
Inicia mudanças dentro da estrutura existente	Adapta-se às mudanças introduzidas na estrutura

Tabela 1. Síntese das diferenças entre empreendedor e gestor.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Assinale com (V) as afirmações verdadeiras e com (F) as falsas.

- a) O gestor aquele individuo que cria gere a sua própria empresa;
- b) O gestor é aquele que cuida das funções de planeamento das actividades, organização e controlo dos recursos humanos, financeiros e matérias, e dirige os processos de produção;
- c) O gestor se adapta à mudanças criadas na organização onde trabalha enquanto que o empreendedor introduz mudanças dentro da organização.
- d) O empreendedor planeia as actividades e vai a busca dos recursos para sua materialização enquanto o gestor planeia as actividades e espera que a organização onde ele trabalha disponibilize os recursos necessários para a realização faz actividades.
- e) O gestor cria sua própria empresa enquanto o empreendedor trabalha dentro de uma organização já existente.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. a): F; d): V; b): V; e): F; c): V

LIÇÃO Nº4: TRABALHO

- Definição de trabalho;
- Definição de emprego; e
- Diferença entre trabalho e emprego.



INTRODUÇÃO

Nesta lição abordaremos o conceito de trabalho e emprego. Ao longo da lição, vamos apresentar as definições de ambos conceitos (trabalho e emprego), procurando estabelecer os pontos de separação.

Caríssimo estudante, preste a atenção nos conteúdos que a seguir lhe são apresentados, dedicando seu tempo para estudar.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM:

No final deste modulo, o estudante deve ser capaz de:

- Definir o conceito de trabalho; e
- Diferenciar trabalho do emprego.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, você precisa de, no mínimo 2 (duas) horas de tempo para leitura dos conteúdos nela apresentados, e para resoluções dos exercícios práticos.

1.4.1. Trabalho

O trabalho é, na verdade, uma necessidade natural e essencial do ser humano, sem a qual ele não existiria. É pelo trabalho que o ser humano se humaniza e também humaniza a natureza. Trabalho é o conjunto de actividades e acções feitos pelo homem com o objectivo de criar bens e serviços, visando suprir as suas necessidades humanas de sobrevivência (moradia, alimentação, proteção, etc), ou necessidades culturais e psíquicas (arte, educação, etc).



Figura 2: Pessoa a trabalhar

De forma resumida pode se dizer que trabalho é toda actividade ou acção que necessita de capacidades físicas e mentais, destinada para a satisfazer as necessidades humanas.

A imagem ao lado mostra um senhor José, realizado um trabalho que consiste no fabrico de bloco. Este é apenas um exemplo de trabalho. Obviamente que existe várias formas de trabalho, podendo destacar o trabalho de ensinar, de construir, de gerir seu próprio negócio, entre outras.

1.4.2. Emprego

O emprego é um conceito que surgiu na sociedade capitalista, por volta da segunda metade do século XVIII, no contexto da Revolução Industrial, como resultado diversos acontecimentos (advento da Revolução Industrial, êxodo rural, concentração dos meios de produção) que levaram a maior parte da população, que não possuía nenhuma ferramenta para trabalhar como artesãos, vender seu trabalho como única forma de sobreviver.

O conceito de emprego pode ser definido como sendo uma relação social de trabalho em que um ser humano vende sua força de trabalho para outrem em troca de um salário. Assim, a ideia de emprego pressupõe que a força de trabalho seja transformada em mercadoria e que ocupe um lugar como as outras no mercado capitalista. Na verdade, os próprios trabalhadores assumem caráter de mercadoria; sua força de trabalho é comercializada no mercado de trabalho, onde potenciais compradores possam comprar.

Exemplo: O tio foi empregado da padaria da cidade, tendo vendido o seu trabalho ao proprietário da padaria em troca de salário. Entre o tio António e o proprietário da padaria da cidade existe uma relação de trabalhador e empregador.

1.4.3. Diferença entre trabalho e emprego

No dia-a-dia, maior parte das pessoas fala de trabalho e emprego como se fossem a mesma coisa. Pela definição de trabalho e de emprego que tivemos, podemos concluir que trata-se de conceitos com significados diferentes, contudo com uma relação profunda. Trabalho é o conjunto de actividades e acções que homem realiza com o objectivo de criar bens e serviços, visando suprir as suas necessidades humanas de sobrevivência enquanto emprego é a relação social de trabalho em que o homem vende sua força de trabalho em troca de salário.

Tal como se pode compreender, o trabalho pressupõe a realização de qualquer que seja actividade, visando apenas a produção de bens e serviços para atender as necessidades humanas de sobrevivência enquanto emprego pressupõe a realização de qualquer que seja actividade em troca de uma remuneração salarial. Para que exista emprego, é necessário que haja trabalho. Contudo, nem todo trabalho constitui emprego.

Exemplo: A tia Rosa é uma camponesa, e dedica-se a agricultura. Ela tem muitos hectares de terra, onde produz diversas culturas, desde o arroz, milho, cebola, cenoura e batata-doce. Ela é uma trabalhadora, pois, exerce actividade de cultivo da terra para obter alimentos para o seu consumo pessoal e inclusive vender para outras pessoas. Contudo, ela não é empregada, pois, não tem uma relação social de trabalho com outra pessoa, onde ela se obriga a prestar os serviços de cultivo da terra em troca de salário.

Todavia, a tia Rosa, tem uma empregada que lhe ajuda no seu trabalho de cultivo da terra, a tia Isaura. Esta, tem uma relação social de trabalho com a tia Rosa, pois, obriga-se a prestar serviços de cultivo de terra a tia Rosa em troca de uma remuneração salarial.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Estabeleça a diferença entre trabalho e emprego?
2. O tio António é proprietário da padaria do bairro. Ele trabalha com o tio José, também morador do bairro, que o ajuda nos trabalhos de produção e comercialização do pão. Pelo trabalho que tio José presta na padaria do tio António, recebe um salário mensal de 10.000,00 MT (dez mil meticaís), estipulado no vínculo contratual de trabalho.

Caro estudante, no exemplo acima apresentado, indique quem é trabalhador e quem é empregado, e justifica a sua resposta.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Trabalho é conjunto de actividades e acções que o homem realiza com o objectivo de criar bens e serviços, visando suprir as suas necessidades humanas de sobrevivência enquanto emprego é a relação social de trabalho em que o homem obriga-se a realizar certas actividades para outrem em troca de uma remuneração salarial.
2. No exemplo apresentado no número 2, o tio António é trabalhador, pois, ele exerce a actividade de produção e comercialização do pão como forma de garantir a sua satisfação pessoal, enquanto o tio José é empregado, pois, ele presta actividades de produção e comercialização de pão ao tio António em troca de uma remuneração salarial.

LICÃO Nº 5: MITOS E CONVICÇÕES SOBRE TRABALHO

- Mitos sobre trabalho;
- Convicções sobre trabalho; e
- Valor do trabalho.



INTRODUÇÃO

Na lição anterior você aprendeu sobre trabalho e emprego, e sua diferença. Nesta lição vamos falar de mitos e convicções sobre natureza de trabalho, assim como valor do trabalho.

Apelamos que preste atenção e dedique o seu tempo e esforço na leitura dos conteúdos desta lição e na resolução das actividades.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No final desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Identificar os mitos e convicções sobre a natureza de trabalho; e
- Identificar o valor do trabalho independentemente da sua natureza.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhor desempenho nesta lição precisa de 3 (Três) horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução de actividades.

1.5.1. Mitos e convicções sobre a natureza do trabalho

Mitos e convicções são falsas ideias pré-concebidas sobre certos aspectos da vida em sua comunidade, muito disseminadas que se não prestar atenção você pode acreditar que elas constituem a verdade enquanto não.

Por exemplo, existe certas pessoas que pensam existir trabalho para os que estudaram e para os que não. Outros pensam que existe trabalho para velho e para jovens. Caro estudante, estas ideias constituem mitos sobre a natureza do trabalho. Trabalho é tudo aquilo que o homem faz, visando satisfazer a si e às outras pessoas, pelo que não existe trabalho para velho e nem para jovens.

Os mitos sobre a natureza do trabalho fazem com que algumas pessoas tenham vergonha para fazer alguns trabalhos, pois julgam que eles não merecem fazer aquele tipo de trabalho. Ninguém deve ter vergonha do trabalho que faz, pelo contrário deve se sentir feliz em saber que:

- O seu trabalho ajuda a satisfazer as suas necessidades e as da comunidade;
- Que voce é patroa de si mesmo, produzindo riqueza e contribuindo com impostos para o desenvolvimento social e económico do país ; e
- Com seu trabalho voce pode criar postos de trabalho para voce mesmo e para as outras pessoas da su comunidade.

Você precisa de ter um pensamento positivo sobre o trabalho. Saber que, tudo que existe na vida como trabalho, precisa de nós para fazer. Por exemplo, lavar carro, engraxar sapato, cortar cabelo, vendo pão, soa tipos de trabalhos que todos precisamos de fazer.

1.5.2. Valor do trabalho

Algumas pessoas costumam atribuir valor a certos tipos de trabalho comparativamente a outros. Por exemplo, ser guarda e vendedor ambulante é menosprezado enquanto ser médico, engenheiro e advogado são profissões altamente valorizadas, contudo, todas as actividades ou profissões são importantes e necessárias na vida. Você já imaginou se não existisse alguém que engraxa sapado, para ser guarda?!

Todos trabalhos têm valor na vida, pois, independentemente da sua natureza contribuem para você:

- Ter o se próprio emprego;
- Ser reconhecido na sus comunidade;
- Ter melhores condições de vida;
- Ser útil a sociedade;
- Desenvolver seus talentos;
- Preservar a sua cultura; e
- Competir e ganhar.

É essencial que você devolva uma atitude e convicções positivas para consigo próprio, seu trabalho. O trabalho, independentemente da sua natureza, promove o empreendedorismo. Lembre-se que a pessoas que começaram a trabalhar como cobradores de chapa, com o

tempo passaram para motoristas, e hoje são donos dos eus próprios carros e tem pessoas que trabalham para eles.



ATIVIDADES DA LIÇÃO

1. Apresente uma lista de mitos sobre alguns trabalhos que você tinha antes de aprender esta lição e explique por quê?
2. Que conselho pode dar a um seu amigo que tem vergonha sobre um determinado trabalho?
3. Quais são os benefícios que o seu trabalho, seja de que natureza for, traz para si e para comunidade?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta os estudantes devia mencionar alguns trabalhos que ele menosprezava por causa de alguns mitos ou de vergonha, podendo apresentar, entre outros, os seguintes trabalhos: ser coveiro no cemitério, ir a machamba, engraxar sapatos, porque pensava que eu merecia fazer um trabalho melhor e tinha vergonha de ser vistos com os meus amigos.
2. Aqui o estudante devia aconselhar ao seu amigo, mostrando a ele que não importa o trabalho que ele faz, mas sim os ganhos que ele e a comunidade vão ter através do trabalho dele. Por exemplo, o trabalho for carregar lixo, devia mostrar ao seu amigo que esse trabalho vai-lhe dar dinheiro para melhorar as suas condições de vida, assim como contribuir para que o bairro, a cidade esteja limpa.
3. Recorrendo-se aos conhecimentos sobre valor do trabalho, o estudante devia elaborar uma resposta mais ou menos como esta: o trabalho traz benefícios para mim e para comunidade, pois, permite: ter um emprego, ter um reconhecimento na sociedade pelo que você sabe fazer; permite que a sociedade tenha melhores bens e serviços.




ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. O que é empreendedorismo?
2. O que é ser empreendedor?
3. Quais são as principais características do empreendedor?
4. Qual é a diferença entre empreendedor e gestor?
5. Qual é a diferença entre trabalho e emprego?
6. Quais são os mitos que você tinha ou existe na sua comunidade sobre a natureza de trabalho?
7. Qual é o valor do trabalho, independentemente da sua natureza?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Empreendedorismo é processo pelo qual, pessoas singulares e coletivas, identificam uma oportunidade no meio que os rodeia, criando um negócio para explorar.
2. Empreendedor aquele indivíduo que tem a motivação e capacidade para identificar uma oportunidade e criar um negócio, introduzindo um novo serviço, uma nova forma de fazer, uma nova matéria-prima para produção de um bem ou serviço.
3. As características principais do empreendedor são: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e auto-confiança.
4. A diferença entre o gestor e o empreendedor é que o gestor não cria sua própria organização, ele trabalha numa organização criada por uma outra pessoa. Ele também não introduz novos produtos ou processos de produção dentro da empresa. Ele se limita a planear, organizar, controlar e dirigir. Enquanto o empreendedor cria o seu próprio negócio ou introduz um novo produto e/ou um processo de produção novo dentro de uma organização.
5. A diferença que existe entre trabalho e emprego é a seguinte: trabalho é o conjunto de actividades e acções que o homem realiza com o objectivo de criar bens e serviços, visando suprir as suas necessidades humanas de sobrevivência, enquanto que emprego é a relação social de trabalho em que o homem obriga-se a realizar certas actividades para outrem em troca de uma remuneração salarial.
6. Nesta pergunta os estudantes devia mencionar alguns mitos sobre determinados trabalhos, podendo apresentar, entre outros, os seguintes trabalhos: ser coveiro no cemitério, ir a machamba, engraxar sapatos, porque pensava que eu merecia fazer um trabalho melhor e tinha vergonha de ser visto com os meus amigos.



7. O trabalho traz benefícios para mim e para comunidade, pois, permite: ter um emprego, ter um reconhecimento na sociedade pelo que você sabe fazer; permite melhorar as condições de vida pessoais e da sociedade.

2

UNIDADE 2: ATITUDE NO USO DE RENDIMENTO E DO TEMPO



INTRODUÇÃO

No nosso dia-a-dia tem sido frequente falarmos sobre rendimento e tempo. Na escola, no trabalho, entre outros. Contudo, nunca paramos para nos questionar sobre o real significado destas duas palavras (tempo e rendimento), e muito menos sobre sua importância na nossa vida. Nesta unidade temática vamos aprender o significado de rendimento, procurando também descrever as diferentes formas de rendimento, assim como para que fins o rendimento pode ser usado. Faremos também uma breve alusão ao plano e clube de poupança.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No final desta unidade deve ser capaz de:

- Explicar o significado do rendimento;
- Explicar os fins para os quais o rendimento pode ser usado;
- Definir clube e plano de poupança;
- Descrever a importância de poupar; e
- Elaborar um plano de poupança.



RESULTADOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

- Explica o significado de rendimento;
- Descreve as diferentes formas de rendimento;
- Explica os fins para os quais o rendimento pode ser usado;
- Define clube e plano de poupança;
- Descreve a importância de poupança; e
- Elabora um plano de poupança.



TEMPO DE ESTUDO

Caro estudante, para o sucesso da sua aprendizagem nesta disciplina, você precisa de 6 (seis) horas de tempos para leitura do conteúdo e resolução das actividades das lições.

LICÃO Nº 1: RENDIMENTO

- Definição de rendimento;
- Formas de rendimento;
- Usos de rendimento (consumo imediato, poupança e investimento); e
- Clube e plano de poupança.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

Tal como dissemos na parte introdutória desta unidade temática que falamos sempre sobre rendimento e tempo. Contudo, sem em algumas vezes sabermos o verdadeiro significado destas palavras. Nesta primeira lição vamos aprender o significado de rendimento, procurando descrever as diferentes formas de rendimento, assim como para que fins o rendimento pode ser usado. Faremos também uma breve alusão ao plano e clube de poupança.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No final desta lição o estudante deve ser capaz de:

- Definir o conceito de rendimento;
- Explicar os usos de rendimento;
- Definir clube e plano de poupança; e
- Fazer um plano de poupança.



TEMPO DE ESTUDO

Caro estudante, para o sucesso da sua aprendizagem nesta disciplina, você precisa de 3 (três) horas de tempos para leitura do conteúdo e resolução das actividades da lição.

2.1.1. Rendimento

Designa-se por rendimento o resultado de uma atividade produtiva expressa em valores números ou em espécie. Isto é, o resultado de uma actividade de produção pode tomar a forma de números (dinheiro, nota na escola, etc) e de espécie (produtos). Contudo, para melhor entender esta definição, preste atenção nos exemplos que se seguem:

O João trabalhou durante um mês na fábrica de descasque de arroz. Como resultado do trabalho realizado por João durante um mês recebeu, recebeu um salário de 5000,00MT. Logo, 5000,00 MT é o rendimento do João, expresso em valor monetário (dinheiro). Acreditamos que já compreendeu o significado de rendimento expresso em termos numéricos.

No exemplo que segue abaixo, veremos o rendimento expresso em espécie.

O senhor Carlos é um agricultor. Nas suas machambas produz amendoim. No fim da época agrícola do ano passado, conseguiu colheu 50 sacos de amendoim. Neste caso, os 50 sacos de amendoim, constituem o seu rendimento naquela época agrícola, expresso em espécie.

Caro estudante, esperamos que tenha percido o conceito de rendimento nas suas diversas formas. Agora, você vai responder a actividade abaixo:

2.1.2. Usos de rendimento

Estimado estudante, aprendeste anteriormente o significado de rendimento e as formas de sua expressão. Agora, você vai aprender os diferentes usos de rendimento.

O rendimento como resultado de uma actividade de produção expresso em valores números e em espécie pode ser usado para diferentes fins. Ele pode ser usado para o consumo imediato, para investimento e para poupança. Em baixo, explica-se com detalhes, cada uma das formas de usar o rendimento.

Consumo imediato de rendimento: consiste na utilização e aplicação do rendimento obtido, visando satisfazer as necessidades humanas, no momento ele foi recebido. Por exemplo: O senhor João, trabalhador da fábrica de descasque de arroz recebe o rendimento mensal de 5000,00MT. Logo que ele recebe o seu rendimento mensal, utiliza-o na sua totalidade para fazer o rancho de casa, pagar água, energia e escola dos filhos. Numa situação como do senhor João, em que ele gasta ou aplica todo o seu salário, estamos perante um consumo imediato de rendimento.

Investimento: pode ser definido como sendo a aplicação de algum tipo do rendimento com a expectativa de receber algum retorno futuro superior ao aplicado.

A senhora Joana é vendedora de tomate no bairro. Durante a quadra festiva a sua carteira de clientes aumentou, tendo aumentado também as vendas e consequentemente os lucros (rendimentos). Observando o movimento naquele período, ela levou todo seu rendimento, isto é, seus lucros para comprar mais tomate, aumentando a quantidade que tinha na sua banca e que costumava comprar nos dias normais. Neste caso, a senhora Joana investiu o seu rendimento na aquisição de mais tomate, ampliando o seu volume de negócio.

Poupança: é o rendimento que não é consumido no momento em que é produzido. Também pode-se definir poupança como sendo retirar uma parte do rendimento total guardar para posterior utilização. Quando um trabalhador detém o seu rendimento, pode usar uma parte para custear as despesas de casa e guardar outra parte para consumo futuro. Logo estará a fazer poupança.

Voltando ao caso do senhor João, trabalhador da fábrica de descasque de arroz. Como se sabe, o rendimento mensal dele é de 5000,00MT. Neste rendimento, ele gastava 4000,00MT com as despesas de casas, e 1000,00MT canaliza para o Xitique com os seus colegas de serviço. Neste caso, o senhor João faz uma poupança de 1000,00MT do seu rendimento mensal.

Você também pode fazer o seu plano de poupança. Suponhamos que você tem um rendimento mensal de 500,00MT. Neste valor, você pode usar 400,00MT para suas despesas diárias e guardar 100,00MT. Assim, o seu plano de poupança será seguinte:

Meses	Valor a poupar
Janeiro	100
Fevereiro	100
Março	100
Abril	100
Mai	100
Junho	100
Julho	100
Agosto	100
Setembro	100
Outubro	100
Novembro	100
Dezembro	100
	1000

Repara que, num período de ano você conseguiu poupar 1.000,00MT. Se você continuar a poupar vai ter mais dinheiro guardado e pode futuramente usá-lo para comprar muitas coisas que precisa.

2.1.3. Clube de poupança

Diferentes grupos de pessoas, por exemplo, entre vendedores ambulantes, engraxadores de sapatos, camponeses, vendedores de mercado, funcionários públicos adoptam formas de poupança que lhes permitem acumular um certo dinheiro para no futuro usarem para diferentes fins. Este grupo de pessoas forma o clube de poupança. É exemplo de clube de poupança geralmente mais conhecido em Moçambique é o Xitique.

O “Xitique”¹

O “Xitique” é uma das formas de poupança mais comum entre as comunidades em Moçambique. É constituído por um grupo de pessoas que acordam entregar as suas contribuições, numa base periódica de tempo e montante fixo. Isto significa que se o Xitique for entregue semanalmente, então por semana haverá um membro que recebe a contribuição de todos, incluindo a dele. Geralmente, no momento de entrega é celebrado uma cerimónia onde os membros e outros convidados podem cantar, dançar e divertir.

O membro que recebe o montante usa-o por exemplo para construir sua casa, ampliar seu negócio, comprar um meio de transporte, pagar despesas médicas, pagar propinas da escola e outras aplicações.

Caro estudante, você também pode juntar-se com os seus amigos, colegas da escola, primos e irmãos e constituir um clube de poupança. Para tal, você precisa prestar atenção nos passos abaixo mencionados:

1. Apresentar a ideia de criação de um clube de poupança aos seus amigos, colegas, primos ou irmãos e convidá-los para aderirem.
2. Marcar um encontro com todos que desejam fazer parte do clube para apresentar e discutir os objectivos de criação do clube, o valor e a periodicidade da contribuição, assim como eleger o representante do grupo.
3. Por fim, implementar a poupança, tirando os valores acordados no período de tempo definido.

2.1.4. Importância de poupar

Tal como aprendeu que poupar consiste em guardar uma parte do seu rendimento para usar futuramente. Você deve estar a se perguntar, o porquê e para quê deixar dinheiro para usar futuramente.

Você precisa sim de poupar algum dinheiro dos seus rendimentos como forma de garantir que tenha sempre dinheiro para sustentar aquelas despesas imprevistas, como doenças, entre outras.

Poupar é importante porque permite acumular dinheiro para comprar aquele bem ou pagar aquele serviço que o nosso rendimento não seria suficiente para pagar de uma única vez. Para além disso, poupar ajuda a evitar gastos desnecessários, pois, permite que você faça uma lista das suas despesas básicas e importantes semanais ou mensais, para quando o dinheiro chegar saber separar uma parte para as despesas e a outra para poupar. Em geral poupar ajuda:

- Adquirir bens ou custear despesas futuras;
- Acumular reservas que façam frente a períodos de dificuldades;
- Garantir uma reforma digna;
- Abrir um negócio próprio; e
- Obter em algum momento independência financeira;



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O Tomas foi pastor de gado em Magude, província de Maputo. Durante um ano de trabalho na pastagem, o Tomas recebeu uma cabeça de gado. Indique o rendimento de Tomas, e a forma de expressão.
2. Indique as diversas formas de usar o rendimento.
3. Qual é a importância de poupar?
4. O João, o Jorge e o Caetano são trabalhadores de empresa pública de transportes. Cada um deles auferiu um rendimento mensal de 10.000,00MT (dez mil meticaís). Contudo, cada um usa o seu dinheiro da maneira que lhe convém. Ora vejamos, o João usa uma parte do seu dinheiro para as despesas de casa, com o racho, pagamento de água, energia e escola dos filhos. E a outra parte, usa apenas para o pagamento de transporte para o serviço e para comprar bebidas aos finais de semana. O Jorge usa uma parte do seu dinheiro para custear as despesas de casa, e a outra para guardar no banco como suas economias. Já o Caetano usa uma parte do seu rendimento para custear as despesas de casa, e a outra para aumentar o seu volume de negócio de lenha em casa. Identifique neste exemplo, quem fez consumo imediato, poupança e investimento dos seus rendimentos.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. O rendimento de Tomas é de cabeça de gado e tem forma de espécie.
2. As formas de uso de rendimento são: consumo imediato, poupança e investimento.
3. Poupar é importante porque permite acumular dinheiro para responder às dificuldades urgentes da vida, adquirir bens ou custear despesas futuras; garantir uma reforma digna; abrir um negócio próprio; e obter em algum momento independência financeira.
3. Consumo imediato: João;
Poupança: Jorge;
Investimento: Caetano.

LICÃO Nº 2: ATITUDE NO USO DO TEMPO

- Significado de tempo;
- Princípios para gestão racional do tempo;
- Actividade.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

Certamente que já ouviu falar que tempo é dinheiro. Esta é uma expressão popular usada para apelar para o uso racional do tempo. Um mau uso de tempo pode ter implicações na sua vida académica, profissional, assim como social. Nesta lição vamos aprender o significado de tempo, e alguns princípios para uma gestão racional do tempo.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução das actividades desta lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, espera que o estudante seja capaz de:

- Explicar o significado de tempo;
- Descrever os princípios de gestão racional de tempo; e
- Elaborar um plano de gestão de tempo.



TEMPO DE ESTUDO

Para a melhor aprendizagem dos conteúdos desta unidade temática precisa de 3 (três) horas para leitura e resolução de actividades.

2.2.1. Significado de tempo

Tempo é um período onde uma série de coisas ou actividades acontecem. O período de acontecimentos de coisas ou actividades é definido por horas, dias, semanas, meses, anos, etc. As horas ou dias que você precisa para realizar uma certa actividade constitui o seu tempo. Para tirar melhor proveito ou fazer o seu tempo render mais precisa de usa-lo adequadamente.

2.2.2. Princípios de gestão de tempo

Nalgumas vezes, e principalmente quando não conseguimos terminar uma certa actividade, costumamos dizer que o tempo não foi suficiente. Bom, esta é uma justificação pouco discutível, pois, a experiência mostra que há sempre tempo suficiente para realizar as actividades ou tarefas importante da nossa vida.

O problema da falta de tempo para realizar algumas actividades ou tarefas surge da má definição das actividades importantes e urgentes nas nossas vidas. As actividades ou tarefas importantes são aquelas necessárias e essenciais. Enquanto as urgentes são as que devem ser realizadas naquele exacto momento.

Para uma melhor racionalização do tempo você precisa prestar atenção nos seguintes passos:

Definição dos objectivos e metas

Uma boa definição de objectivos e metas faz com que use o seu tempo para realizar tarefas e actividades importante assim como urgentes, evitando por isso, gastar seu tempo com coisas menos importante.

Os objectivos indicam as acções ou actividades a desenvolver enquanto as metas dizem respeito às quantidades e ao tempo. Para tal, você precisa de listar as suas actividades do dia, da semana, mensais ou mesmo anuais, em função da importância e urgência de cada uma delas. Por exemplo, as actividades do João são apresentadas na matriz de priorização que se segue:

	Importante	Menos importante
Urgente	Ir a escola	Conversar com amigos através de celular
Não urgente	Ajudar nas tarefas de casas	Jogar <i>game</i>

A partir dessas actividades o João já pode ordenar as suas actividades em função da sua importância e urgência, traçando o seu plano de actividades diário. Veja o esquema abaixo:

Ordem	Actividades	Período de realização
1^a	Ir a escola	6-12h
2^a	Ajudar nas tarefas de casa	14 -16h
3^a	Conversar com amigos através de celular	16h30-17h
4^a	Jogar <i>game</i>	18-18h30

Assim, o João já tem o seu plano para gestão racional do tempo diário. Para realizar as tarefas do seu plano, precisa de seguir a ordem das actividades. Você também pode fazer o mesmo.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por tempo?
2. O que influencia ao mau uso do tempo?
3. Elabore um plano de gestão de tempo.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta, o estudante devia recorrer aos seus conhecimentos sobre significado de tempo para formular uma resposta igual ou que se aproxima a esta: tempo é o período onde as coisas e actividades acontecem. As horas, os dias, as semanas, os meses e os anos representam o tempo em que várias coisas e actividades acontecem.
2. Aqui o estudante devia referir-se a má definição dos objetivos e metas, principalmente a sua importância como os factores que influenciam o mau uso do tempo.
3. Nesta questão, o estudante poderia, pensar nas suas actividades diárias e esboçar a matriz de importância e urgência das actividades e depois elaborar o plano para sua realização, podendo ter uma resposta dentro dos seguintes moldes:

Matriz de priorização de actividades

	Importante	Menos importante
Urgente	Ir a escola	Conversar com amigos através de celular
Não urgente	Ajudar nas tarefas de casas	Jogar <i>game</i>

Plano de gestão de tempo

Ordem	Actividades	Período de realização
1 ^a	Ir a escola	6-12h
2 ^a	Ajudar nas tarefas de casa	14 -16h
3 ^a	Conversar com amigos através de celular	16h30-17h
4 ^a	Jogar <i>game</i>	18-18h30



ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. O que entende por rendimento?
2. Para que fins o rendimento pode ser usado?
3. Qual é a importância de poupar?
4. O que devemos fazer para usar bem o tempo?
5. Elabore um plano de gestão de tempo.



CHAVE DA CORRECÇÃO

1. Rendimento é resultado de uma atividade produtiva expressa em valores números ou em espécie.
2. O rendimento pode ser usado par consumo imediato, poupar e investir.
3. Poupar é importante porque permite acumular dinheiro para responder às dificuldades urgentes da vida, adquirir bens ou custear despesas futuras; garantir uma reforma digna; abrir um negócio próprio; e obter em algum momento independência financeira.
4. Para usar bem o tempo devemos definir bem os objectivos, as metas e elaborar um plano de gestão de tempo;
5. Neste pergunta o estudante deve esboçar a matriz de priorização de actividades e o plano de gestão de tempo, apresentando tabelas como as que seguem em baixo:

Matriz de priorização de actividades

	Importante	Menos importante
Urgente		
Não urgente		

Plano de gestão de tempo

Ordem	Actividades	Período de realização
1 ^a		
2 ^a		
3 ^a		
4 ^a		

Caro estudante,

Na primeira lição da temática nº 1 você apreendeu que o empreendedorismo consiste na motivação e capacidade para identificação de oportunidades e sua exploração através de negócios. Certo, na temática nº 3 vai definir o que entende-se por oportunidade de negócio. Vamos falar das necessidades e factores que podem favorecer a identificação de ideias de negócio, assim como a avaliação de ideias de negócios. Faremos menção a importância das feiras escolar para identificação de oportunidades de negócio.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No fim desta unidade, o estudante deve ser capaz de:

- Explicar o significado de oportunidade de negócio;
- Definir o conceito de necessidades;
- Descrever os factores que favorecem a identificação de ideias;
- Explicar o processo de avaliação das ideias de negócios; e
- Explicar a importância das feiras escolares para identificação de oportunidades de negócio.



RESULTADOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No final da aula os estudantes devem executar as seguintes actividades:

- Explica o significado de oportunidade de negócio;
- Define o conceito de necessidades;
- Descreve os factores que favorecem a identificação de ideias de negócios;
- Explica o processo de avaliação de ideias de negócios; e
- Explica a importância das feiras escolares para identificação de oportunidades de negócios.



TEMPO DE ESTUDO

Para a melhor aprendizagem dos conteúdos desta unidade temática precisa de 9 horas para leitura e resolução de actividades.

LICÃO Nº 1: OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

- Definição de oportunidade de negócio; e
- Definição de necessidade.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Para lograr sucessos como empreendedor você precisa aproveitar as oportunidades de negócios que o meio lhe oferece. Porém, você precisa saber efectivamente o que é uma oportunidade de negócio. Esta lição lhe oferece conhecimentos suficientes para entender o significado de oportunidade e de necessidade.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e na resolução das actividades arrolados, anotando suas dúvidas para apresentar no seu tutor e/ou colegas.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Explicar o significa de oportunidade de negócio; e
- Definir o conceito de necessidade.



TEMPO DE ESTUDO

Para conseguir sucessos na aprendizagem desta lição precisa de 3 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução das actividades da lição.

3.1.1. Oportunidade de negócio

Uma oportunidade refere-se a uma ocasião, situação, e acontecimento favorável que seja capaz de melhorar o estado actual das coisas ou dos indivíduosⁱⁱ. Também pode entender por oportunidade a falta de determinados produtos num determinado mercado em termos.

Todavia, a falta de produtos num determinado mercado só se torna oportunidade de negócio, quando um empreendedor, consegue visualizar a possibilidade de realização de seu sonho de introduzir uma ideia de negócio visando obter lucros e suprir o problema de desemprego, insatisfação. Prestamos atenção no exemplo abaixo:

O senhor António mora no bairro do Intaka. Este é um bairro de expansão, sendo por isso, notável a falta de alguns produtos (bens e serviços). No caso concreto do Intaka, tinha problemas de falta de água, pois, o Fundo de Investimento e Património de Abastecimento de Água (FIPAG) ainda não estendeu os seus serviços para aquele bairro. Para o senhor António, a lacuna de água, foi uma oportunidade para ele usar a sua motivação e capacidade empreendedora, abrindo um furo de água, e com ajuda de motobomba, conseguiu fazer ligações de água para todo bairro do Intaka, passando a cobrar taxas de consumo mensal a cada família, mediante a quantidade consumida durante o mês.

Então, já viu, como a falta de produtos (bens e serviços) no bairro onde vivemos pode ser uma oportunidade de negócio? Agora, pense na situação do teu bairro de residência, distrito, província ou país, e procure um produto que ainda não existe ou que é servido de forma deficitária, contudo possuindo potenciais clientes. Essa lacuna pode ser uma oportunidade para você desenvolver o seu negócio. Fique de olho nas oportunidades, você também pode ser um grande empreendedor. Todavia, uma oportunidade de negócio deve satisfazer certas necessidades.

3.1.2. Necessidades

O termo necessidade é utilizado muito frequentemente no nosso quotidiano e designa, geralmente, um estado de carência ou de falta de qualquer coisa ou pela não realização de qualquer acto, por exemplo, a necessidade de comer ou de ir ao cinema. Contudo, na terminologia económica, a noção de necessidade engloba tudo aquilo que se deseja, desde uma refeição num restaurante até ao relógio mais caroⁱⁱⁱ.

O conceito de necessidades também podem ser definido como sendo o conjunto de coisas que indivíduos singulares e coletivos (pessoas e empresas) precisam para a sua vida diária^{iv}.

As necessidades dos indivíduos podem se situar em diferentes níveis, tendo em conta o nível de vida de cada indivíduo. No âmbito geral, as necessidades humanas vão desde a alimentação, saúde, protecção, educação, trabalho e emprego, melhor salário, segurança, de aflicção ou amor, de estima e de auto-realização.

Tanto quanto se sabe, todas estas necessidades precisam serem satisfeitas. Contudo, para a satisfação das mesmas há uma necessidade de se criar bens e serviços para cada tipo de necessidade. Na próxima lição, falaremos sobre como podemos identificar as oportunidades de negócio.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Explique o significado de oportunidade de negócio.
2. Defina o conceito de necessidades.
3. De exemplos de algumas necessidades.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Neste exercício, o estudante devia explicar o conceito de necessidade, elaborando uma resposta dentro dos seguintes moldes: uma ocasião, situação, e acontecimento ou falta de alguma coisa que seja favorável para implementação de ideia de negócio visando obter lucros e suprir o problema de desemprego, insatisfação, entre outro.
2. Aqui o estudante, devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre necessidades, e formular uma resposta como esta: necessidade é o conjunto de coisas que indivíduos singulares e coletivos (pessoas e empresas) precisam para a sua vida de diária.
3. Nesta pergunta, o estudante devia referir-se a educação, alimentação, saúde, protecção, conforto, afecto como necessidades humanas.

LICÃO Nº 2: IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES

- Fontes para identificação de ideias de negócio; e
- Avaliação de ideias de negócios.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

Note que toda oportunidade de negócio nasce de uma ideia de negócio. Contudo, nem todas ideias têm a possibilidade de serem transformadas em oportunidades de negócio. Nesta lição, você vai aprender sobre factores que favorecem a identificação de ideias de negócios, assim como sobre como proceder para avaliar o sucesso ou não da sua ideia.

Para o efeito, apelamos desde já, a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e na resolução das actividades da lição, anotando no seu caderno de exercícios as suas dúvidas para apresentar no seu tutor e/ou colegas.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Descrever os factores que favorecem a identificação de ideias de negócio; e
- Avaliar a possibilidade de sucesso da sua ideia de negócio;



TEMPO DE ESTUDO

Para melhor aprendizagem dos conteúdos desta lição precisa de 3 (três) horas de tempo, dedicando-se à leitura dos conteúdos e resolução das actividades da lição.

3.2.3. Fontes para a identificação de ideias de negócios

Identificar ideias de negócios pode não ser tarefa fácil para algumas pessoas. Contudo, isso não quer dizer que as oportunidades de negócios não existam. Elas existem em todo sítio e podem ser identificadas por quaisquer pessoas, bastando prestar atenção em alguns aspectos da vida no bairro, no distrito e na província.

Os aspectos da vida do teu bairro, do teu distrito e da tua província pode ser fontes para identificação de ideias de negócios. Alguns desses aspectos são: necessidades não ou mal satisfeitas, observação de novas tendências de consumo, insatisfação na ocupação actual, canais de distribuição, regulamentações governamentais e pesquisa e desenvolvimento.

3.2.3.1. Identificação de oportunidade com base nas necessidades não ou mal satisfeitas:

As necessidades dos homens são várias. Nessa variedade, é comum existir alguma necessidade que não encontre no mercado, produtos que lhe satisfaçam, e ainda que existam, não satisfazem de forma plena. Acontecendo esta situação para um indivíduo com características e capacidades empreendedoras, pode ser uma oportunidade de gerar uma ideia de negócio, introduzindo um produto capaz de satisfazer na plenitude a necessidade não ou mal atendida identificada no mercado.

O senhor António viu que no bairro Mulotana, uma zona de expansão localizada no município de Matola, não havia nenhuma padaria, sendo que os moradores do bairro, percorriam mais de 5 quilómetros até ao bairro de Mahlampsene para comprar pão todos os dias. Mediante este problema, o senhor António, com base na sua criatividade e visão empreendedora, identificou uma oportunidade para criar uma padaria no bairro de Mulotana como uma forma de diminuir a distância percorrida pelos moradores para aquisição do pão. O senhor António, emvidou esforços de modo a conseguir dinheiro para comprar espaço, os equipamentos e matérias necessários, e abriu a sua própria padaria, tendo baptizado com nome “Padaria e Pastelaria Tio António”.

Este é um exemplo de uma necessidade do mercado que era mal atendida no mercado, tendo por isso dado espaço para o surgimento de uma ideia de negócio.

3.2.3.2. Identificação de oportunidades com base na observação de novas tendências de consumo:

Tendências constituem novos hábitos de consumo no mercado. Isto é, indivíduos que consumiam um determinado produto, mas de um tempo para outro decidem consumir outro produto, diferente daquele que vinham consumindo. Esta situação, pode favorecer a geração de ideias de negócios, pois, as novas tendências de consumo precisam de serem satisfeitas também, o que abre espaço para o desenvolvimento de novos produtos.

Exemplo: A senhora Tânia observou que as mulheres do seu bairro tinham uma nova tendência de consumo de serviços de beleza, o que não acontecia nos anos atrás. Tendo se apercebido desta situação, a senhora Tânia idealizou criar um salão.

Caro estudante, acreditamos que com o exemplo da senhora Tânia ficou claro que é possível criar uma ideia de negócio a partir das tendências de consumo do mercado.

3.2.3.3. Identificação de oportunidades com base na sua insatisfação na ocupação actual:

Geralmente as pessoas que estão insatisfeitas com as suas ocupações actuais, tende a desenvolver ideias de negócios, como forma de suprir as necessidades insatisfeitas. Por exemplo, um trabalhador que não está feliz com seu trabalho actual pode, através das falhas ou limitações da empresa onde trabalha, identificar uma oportunidade de negócio, de ir desenvolver melhor a ideia e oferecer produtos de alta qualidade aos clientes.

O senhor António era trabalhador da padaria da cidade. Ele não concordava com algumas políticas implementadas pelo gestor, situação que lhe deixa insatisfeito. Para tal, desenvolveu uma ideia de negócio de criar sua própria padaria.

3.2.3.4. Identificação de oportunidades com base nos canais de distribuição

Os canais de distribuição são os meios usados para fazerem os produtos chegar ao consumidor final. Eles podem ser a fonte para geração de ideias de negócios, pois, hoje em dia as pessoas andam muito ocupadas, não dispendo de tempo para ir a loja escolher e se calhar comprar os produtos que desejam. Eles querem fazer tudo, estando em casa ou no local de trabalho. Por isso, pessoas empreendedoras com ideias criativas, desenvolvem ideias de negócios, visando atender este tipo de clientes, levando os seus produtos ao encontro do cliente, quer através de vendas *online* por via de internet, quer através de vendedores ambulantes que vão ao encontro do encontro na sua casa ou no seu local de trabalho.

3.2.3.5. Identificação de oportunidades com base na introdução de nova regulamentação

Refere-se a introdução de novas leis, regulamentos e outras medidas que alterem a forma como os produtos são produzidos, distribuídos e vendidos. Para o olho de empreendedor, essas alterações pode ser a fonte de criação de uma nova ideia de negócio, visando responder a medida tomada pelo governo.

Quando o governo de Moçambique, em 2017, aprovou o decreto que estabelece as regras para a produção, comercialização, importação e uso de sacos plásticos com espessura inferior a 30 micrómetros, para melhorar a gestão ambiental e ainda proibir a produção de sacos plásticos a partir de material reciclado, para salvaguardar a saúde pública, o senhor Pangwene teve uma ideia de produzir sextos usando o material local (palha).

Repara que, o senhor Pangwene gerou a sua ideia de negócio como forma de responder a regulamentação do governo. Contudo, a sua ideia visa aproveitar os recursos existentes na sua comunidade. Caro estudante, fique atento, você também pode ter a sua ideia de negócio, aproveitando os recursos que existe na sua comunidade.

3.2.3.6. Identificação de oportunidades com base na pesquisa e desenvolvimento de produtos:

As instituições de pesquisa como escolas, universidades, centros de pesquisas são a fonte de geração de novas formas de produção, distribuição e comercialização de produtos. Estas instituições se dedicam a procura de melhores formas de produção, distribuição que não poluem o meio ambiente e a baixos custos de produção, visando tornar o negócio mais rentável e saudável. Caro estudante, juntamente com seus colegas da escola pode pesquisar novas formas de utilização dos recursos locais, e criar novos produtos.

3.2.3.7. Identificação de oportunidades com base em projectos e feiras escolares

As feiras escolares são eventos realizados em um local e data determinada como uma forma de proporcionar um encontro entre estudantes de diferentes províncias e distrito do país, visando a partilha de ideias, experiências, saberes e conhecimentos. Essas feiras são muitíssimo importantes, pois, os estudantes têm a oportunidade de apresentar as suas ideias de negócios aos seus colegas com conhecimentos, habilidades e experiências diferentes, que pode contribuir para a criação de parcerias com vista a implementação das suas ideias de negócios. Nas feiras escolares, os estudantes pode conseguir apoios de empresários, pois, estes costumam procurar nesses eventos, estudantes com conhecimentos, habilidades voltadas para a criação de ideias de negócios.

Alguns estudantes que participam das feiras escolares e apresentam ideias brilhantes de negócios são apadrinhados quer pelo governo quer pelos empresários, como forma de permitir que as ideias se tornem uma realidade. Outros estudantes são conceitos bolsas de estudantes para continuarem com seu estudos em escolas nacionais e internacionais, visando capacita-los cada vez mais, para serem empreendedores de sucesso.

Algumas pessoas queixam-se da falta de criatividade e que nunca tem boas ideias de negócio, acomodando-se e aceitando esse facto como normal. Caro estudante, você não pode entrar nessa onda. Precisa de abrir olhos e seguir em frente a busca de ideias e oportunidades de negócios, porque elas existe em todo sítio e qualquer pessoa pode identificá-las.

Elas existem no teu bairro, no teu distrito, na tua província. Contudo, é preciso ficar atento à sua volta, buscando informações sobre o que está acontecendo no seu bairro, o que existe e não existe, inclusive conversar com seus amigos, pessoas mais velhas e com mais experiências em relação a si, pois, é a partir daí que você pode ter ideias de negócios. Lembre-se que a informação é a chave para gerar novas ideias.

3.2.4. Avaliação de ideias e oportunidades de negócio

Uma ideia de negócio é uma representação mental do que se pode fazer. Contudo, nem todas as ideias que temos em mente, são realizáveis. Para tal, depois de você ter uma ideia de negócio, é preciso passar para a fase seguinte que é avaliar se sua ideia pode ser executada ou não, olhando para os custos e benefícios que você vai ter com a implementação da mesma.

Para avaliar a sua ideia, você precisa, em primeiro lugar, responder às seguintes questões^v:

- Existe um problema que precisa de solução no seu bairro, distrito ou província?
- Existe um produto que pode resolver esse problema?
- Existem clientes para os produtos que a minha ideia de negócio pretende oferecer?
- Existem recursos (pessoas para trabalhar na concretização da ideia, material necessário para produção dos produtos, e dinheiro para pagar todas as despesas necessárias)?
- Existem algumas pessoas que se dedicam à produção dos mesmos produtos que sua ideia pretende oferecer? Se sim, em que aspectos eles estão fazendo melhor ou pior do que você pensa fazer?
- O que você vai trazer ou fazer para os seus produtos serem melhores?

Bom, estes são apenas alguns aspectos que vão lhe auxiliar na avaliação das suas ideias de negócio. Conseguindo responder às questões acima apresentadas sobre a sua ideia de negócio, e inclusive conversar com seus amigos e outras pessoas experientes, você vai concluir que a sua ideia de fato é na verdade uma oportunidade de negócio, pois, ao implementar vai permitir obter benefícios em dinheiro, satisfação pessoal e comunitária.

Caro estudante, acreditamos que você já viu em que aspectos deve olhar para criar uma ideia de negócio, como também as questões que precisa responder para testar se a sua ideia é na verdade uma oportunidade de negócio. Tendo assimilados isso, agora vai realizar algumas actividades para testar os seus conhecimentos.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Indique alguns aspectos da vida onde se pode identificar ideias de negócios.
2. Qual é e onde podemos encontrar o elemento chave para identificação de ideias.
3. Se um amigo te apresentasse uma ideia de negócio, convidando você para ser um sócio, o que você faria para chegar a uma decisão?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. As fontes de geração de ideias são: necessidades não ou mal satisfeitas, observação de tendências, insatisfação na ocupação actual, canais de distribuição, regulamentações governamentais e pesquisa e desenvolvimento;
2. O elemento chave para criação de ideias é a informação e podemos encontra em todo sito, isto é, no nosso bairro, no nosso distrito, na nossa província.
3. Nesta questão, o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre identificação de oportunidades para afirmar que ira fazer uma avaliação da ideia de negócio que o amigo lhe apresentou, testando a sua viabilidade, e só depois de chegar conclusão de que a ideia é viável poderia aceitar.

LICÃO Nº 3: ANÁLISE FOFA

- Significado de FOFA;
- Como fazer uma análise FOFA; e
- Importância da análise FOFA para identificação e avaliação ideias e oportunidades de negócios;



INTRODUÇÃO

Estimado estudante,

Na lição anterior falamos sobre avaliação de ideias e oportunidades de projecto. Nesta lição você vai apreender sobre análise FOFA, seu significado, como fazer uma análise FOFA, assim como sua importância para avaliação de ideias e oportunidades de negócios.

Apelamos sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução das actividades da lição, anotando suas duvidas, caso existam para apresentar ao seu tutor e/ou colegas.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Explicar o significado de FOFA;
- Descrever os passos para a realização de uma análise FOFA;
- Explicar a importância da análise FOFA para identificação e avaliação de ideias e oportunidades de negócio;

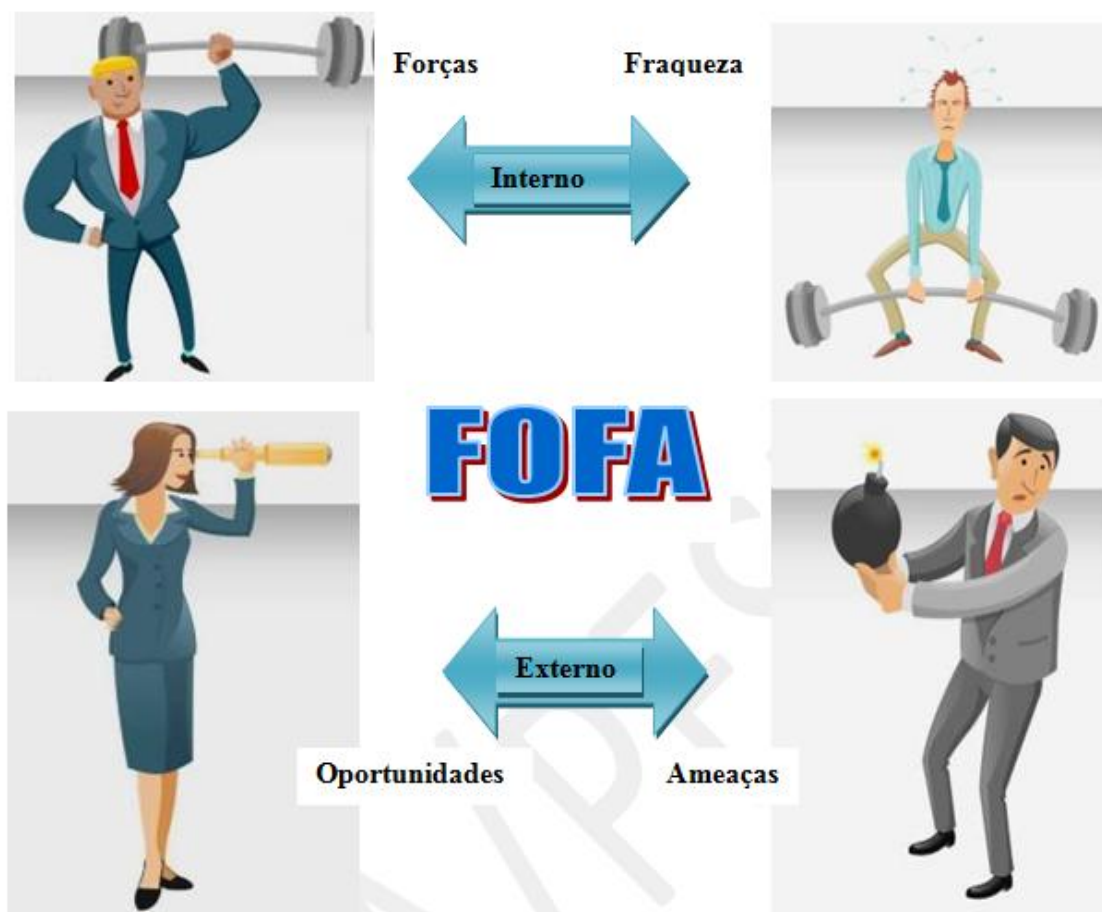


TEMPO DE ESTUDO

Para que tenha sucesso na sua aprendizagem nesta lição precisa de 3 horas de tempo para se dedicar à leitura dos conteúdos e resolução de actividades da lição.

3.3.1. Significado de FOFA

FOFA é um instrumento muito usado no mundo empresarial para avaliar os aspectos internos (Forças e Fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) duma empresa ou oportunidade do negócio.



Forças: são qualidade que você possui na sua empresa ou negócios em relação as outras empresas ou negócios do mesmo sector de actividade. Para analisar as suas forças você precisa de olhar dentro da sua empresa e comparar-se com outras empresas do mesmo ramo de negócio, procurando responder as seguintes questões: O que a minha empresa ou negócio tem de bom ou faz bem? Que recursos (pessoas, matérias-primas) exclusivos podem tirar proveito deles? O que os outros vêem como seus pontos fortes? Quais as vantagens que a organização tem? O que você faz melhor do que os outros? Respondendo estas questões você a levantar as suas forças.

A senhora Joana quando fez o levantamento d forças no seu negócio de salão de cabeleireiro no descobriu as seguintes forcas:

- Tenha uma equipa de trabalhadores altamente qualificada;
- Os produtos de belezas tinham uma qualidade, pois, eram comprados fora do país,
- O salão dela estava bem equipado, com um ambiente confortável, pois, possuía boas cadeiras ar condicionado, elementos que os outros na zona não tinham.

Bom, estes são as forças do negócio da senhora Joana. Você também pode levantar as forcas da sua de negócio comparando o que tem e o que faz melhor com o que os outros têm e fazem.

Fraquezas: são limitações, constrangimentos ou aquilo que o seu negócio não possui em comparação com os outros negócios do mesmo local e sector de actividade. Para facilitar a identificação das suas limitações precisa responder as seguintes perguntas: O que a você precisa melhorar dentro da sua empresa ou negócio? Em que área você precisa melhorar? Onde é que você tem menos recursos ou com menos qualidade do que os outros? Quais são os pontos que você deve evitar?

A Senhora Joana qua fez este exercício que precisa melhorar os seguintes melhorar nos seguintes aspectos:

- Atendimento. Precisa de dar mais atenção aos clientes, assim como paciência;
- Precisava também de apostar na divulgação do seu negócio através de redes sociais (*facebook, whatssApp*, entre outros canais).

Certo. Estes são alguns aspectos que a senhora Joana precisa melhorar no seu negócio. Caro estudante, você também pode fazer o mesmo exercício e certamente descobrirá onde precisa de melhorar na sua ideia de negócio.

Oportunidades: São situações que se encontram no meio onde a empresa ou negócio está implantado, actuais ou futuras que, se adequadamente aproveitadas pela empresa, podem influenciá-la positivamente. Que aspectos ou elementos positivos que a sua empresa ou negócio pode aproveitar dentro do local onde está implantado? Quais são as tendências de consumo no seu bairro que sua empresa ou negócio pode tirar proveito?

A senhora Joana quando procurou identificar as oportunidades dentro do bairro onde o salão dela se está situada encontrou as seguintes oportunidade:

- Crescente preocupação das mulheres por questões de beleza;
- Existência de poucos salões de cabeleireiro no bairro;

Bom, estes são as oportunidades que o meio oferece para o negócio da senhora Joana. Contudo, ela precisa prestar atenção e elas, e agir de forma rápida para aproveitá-las. Tal como, a senhora Joana fez, você também pode fazer o mesmo com seu negócio.

Ameaças: São situações que existe no ambiente externo da empresa, actuais ou futuras que, se não eliminadas, minimizadas ou evitadas pela empresa, podem afectá-la negativamente. Que tendências podem prejudicar o seu negócio ou empresa? O que as outras pessoas que têm um negócio igual ao seu estão fazendo que pode prejudicar a sua empresa? Existe alguma mudança nas necessidades dos consumidores que pode por novas exigências nos seus produtos?

Quando a senhora Joana fez o estudo no seu negócio identificou as seguintes ameaças:

- Os consumidores exigiam equipamentos sofisticados e de alta tecnologia;
- Os outros salões no bairro usavam as redes sociais (*facebook*, *whatsApp*) para divulgarem os seus serviços.

Estas são as ameaças para o negócio da senhora Joana. Para que essas ameaças não enfraqueçam o seu negócio ela precisa de tomar medidas de melhorias, comprando equipamentos sofisticados e de alta tecnologia, assim como apostar na divulgação dos seus produtos através de redes sociais.

Prezado estudante, acreditamos que você já está em altura de fazer uma análise FOFA. Contudo, uma chamada de atenção! Não adianta gastar seu tempo e recursos em fazer a análise FOFA para não fazer nada depois! Ao fazer a análise das FOFA você deseja identificar ou saber as forças para melhor mantê-las ou aperfeiçoá-las. Precisa de identificar as suas fraquezas para poder fortificar-se e tirar vantagens no seu negócio. Pretende também identificar as oportunidades que o meio pode oferecer a sua empresa para poder agarrá-las e tomar proveito delas. Necessita de identificar as ameaças para melhor se prevenir.



ACTIVIDADE DA LIÇÃO

1. Para que serve o instrumento FOFA?
2. A senhora Aida é proprietária de uma escolinha. Nas proximidades da sua escolinha existe e tantas outras escolinhas com melhores equipamentos para o entretenimento das crianças (com brinquedos, pula-pula, entre outros). Todavia, como levar a criança para escolinha está na moda, há sempre uma preocupação dos moradores em levar seus filhos para escolinha. Porém, no meio de tudo, existe também a preocupação de encontrar uma escolinha com melhores condições em todos aspectos (higiene, segurança, brinquedos, entre outros). A escolinha da senhora Aida era a única naquele bairro com um muro de vedação, pois, as outras não tinham. A senhora Aida, para além do elevado investimento que fazia na divulgação da sua escolinha em relação às outras escolinhas, também apostava na formação e treinamento do pessoal que cuida das crianças. Contudo, a escolinha da senhora aida não possuía equipamentos como pula-pula, brinquedos, casinhas para as crianças brincarem. Caro estudante, faça a análise FOFA da escolinha da senhora Aida. Sugerindo medidas de melhorias.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre os conteúdos da lição para elaborar uma resposta mais ou menos como esta: O instrumento FOFA usado para o planeamento nas empresas que consiste na identificação das forças para melhor mantê-las ou aperfeiçoá-las, das fraquezas para poder fortificar-se e tirar vantagens no negócio, das oportunidades para poder agarrá-las e tomar proveito delas e das ameaças para melhor se prevenir delas.

2. Aqui o estudante devia usar os seus conhecimentos sobre análise FOFA para identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da escolinha da senhora Aida, podendo fazê-lo numa tabela como a que segue:

Forças	Fraquezas
Ser a única escolinha do bairro com muro de vedação; Treinar o pessoal que cuida das crianças; Divulgação da escolinha usando redes sociais.	Não possui equipamentos como pula-pula, brinquedos, casinhas para as crianças brincarem.
Oportunidades	Ameaças
Os moradores preocupam-se em querer levar os filhos para escolinha.	Existências de outras escolinhas no bairro;

b) Na alínea b) o estudante devia aconselhar a senhora ainda, mostrando os pontos que ela precisa melhorar, formulando uma resposta como esta:

A senhora precisa de apostar na aquisição de equipamentos de entretenimento para as crianças. Como também continuar a formar o seu pessoal que cuida das crianças e apostar mais na divulgação da escolinha.



ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. Explique o significado de oportunidade de negócio.
2. Defina o conceito de necessidades.
3. De exemplos de algumas necessidades.
4. Indique alguns aspectos da vida onde se pode identificar ideias de negócios.
5. Qual é e onde podemos encontrar o elemento chave para identificação de ideias.
6. Se um amigo te apresentasse uma ideia de negócio, convidando você para ser um socio, o que você faria para chegar a uma decisão?
7. Para que serve o instrumento FOFA?
8. A senhora Aida é proprietária de uma escolinha. Nas proximidades da sua escolinha existe e tantas outras escolinhas com melhores equipamentos para o entretenimento das crianças (com brinquedos, pula-pula, entre outros). Todavia, como levar a criança para escolinha está na moda, há sempre uma preocupação dos moradores em levar seus filhos para escolinha. Porém, no meio de tudo, existe também a preocupação de encontrar uma escolinha com melhores condições em todos aspectos (higiene, segurança, brinquedos, entre outros).
A escolinha da senhora Aida era a única naquele bairro com um murro de vedação, pois, as outras não tinham. A senhora Aida, para além do elevado investimento que fazia na divulgação da sua escolinha em relação às outras escolinhas, também apostava na formação e treinamento do pessoal que cuida das crianças. Contudo, a escolinha da senhora aida não possuía equipamentos como pula-pula, brinquedos, casinhas para as crianças brincarem. Caro estudante, faça a análise FOFA da escolinha da senhora Aida. Sugerindo medidas de melhorias.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Neste exercício, o estudante devia explicar o conceito de necessidade, elaborando uma resposta dentro dos seguintes moldes: uma ocasião, situação, e acontecimento ou falta de alguma coisa que seja favorável para implementação de ideia de negócio visando obter lucros e suprir o problema de desemprego, insatisfação, entre outro.
2. Aqui o estudante, devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre necessidades, e formular uma resposta como esta: necessidade é o conjunto de coisas que indivíduos singulares e coletivos (pessoas e empresas) precisam para a sua vida de diária.
3. Nesta pergunta, o estudante devia referir-se a educação, alimentação, saúde, protecção, conforto, afecto como necessidades humanas.
4. As fontes de geração de ideias são: necessidades não ou mal satisfeitas, observação de tendências, insatisfação na ocupação actual, canais de distribuição, regulamentações governamentais e pesquisa e desenvolvimento;
5. O elemento chave para criação de ideias é a informação e podemos encontra em todo sítio, isto é, no nosso bairro, no nosso distrito, na nossa província.
6. Nesta questão, o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre identificação de oportunidades para afirmar que ira fazer uma avaliação da ideia de negócio que o amigo lhe apresentou, testando a sua viabilidade, e só depois de chegar conclusão de que a ideia é viável poderia aceitar.
7. Nesta pergunta o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre os conteúdos da lição para elaborar uma resposta mais ou menos como esta: O instrumento FOFA usado para avaliação para o planeamento nas empresas que consiste na identificação das forças para melhor mantê-las ou aperfeiçoá-las, das fraquezas para poder fortificar-se e tirar vantagens no negócio, das oportunidades para poder agarrá-las e tomar proveito delas e das ameaças para melhor se prevenir delas.
8. Aqui o estudante devia usar os seus conhecimentos sobre análise FOFA para identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da escolinha da senhora Aida, podendo fazê-lo numa tabela como a que segue:

Forças	Fraquezas
Ser a única escolinha do bairro com muro de vedação; Treinar o pessoal que cuida das crianças; Divulgação da escolinha usando redes sociais.	Não possui equipamentos como pula-pula, brinquedos, casinhas para as crianças brincarem.
Oportunidades	Ameaças
Os moradores preocupam-se em levar os filhos para escolinha.	Existências de outras escolinhas no bairro;

b) Na alínea b) o estudante devia aconselhar a senhora ainda, mostrando os pontos que ela precisa melhorar, formulando uma resposta como esta:

A senhora precisa de apostar na aquisição de equipamentos de entretenimento para as crianças. Como também continuar a formar o seu pessoal que cuida das crianças e apostar mais na divulgação da escolinha.

4

UNIDADE 4: NOÇÕES DE ESTUDO DE MERCADO



INTRODUÇÃO

Na unidade temática nº 2 abordamos sobre identificação de oportunidades de negócio. Nesta unidade, faremos sobre estudo de mercado. Especificamos, vamos definir mercado, estudo de mercado e sua importância. Mais adiante, vamos descrever os passos para realizar um estudo de mercado, tentando também mostrar alguns de instrumentos usados para recolha de informação. Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução das actividades.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

Nesta unidade, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Definir o conceito de mercado;
- Descrever os passos necessários para fazer um estudo de mercado;
- Explicar a importância do estudo de mercado; e
- Elaborar os instrumentos de recolha de informação no processo de estudo de mercado.



RESULTADOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No fim desta unidade, o estudo realiza, com sucesso, as seguintes acções:

- Define o conceito de mercado;
- Descrever os intervenientes de mercados;
- Descreve os passos para necessários para fazer um estudo de mercado;
- Elabora os instrumentos de recolha de informação no processo de estudo de mercado.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta unidade temática você precisa de 6 horas para leituras dos conteúdos e resolução das actividades.

LICÃO Nº 1: ESTUDO DO MERCADO

- Definição do mercado;
- Significado do estudo do mercado; e
- Importância do estudo do mercado.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

Nesta lição vamos abordar sobre significado do mercado e de estudo de mercado. Vamos também falar da importância do estudo do mercado.

Para o melhor desempenho, apelamos sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução das atividades da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Definir o conceito de mercado;
- Explicar significado de estudo de mercado; e
- Explicar a importância do estudo do mercado.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta unidade temática você precisa de 3 horas para leituras dos conteúdos e resolução das atividades.

4.1.1. Definição de mercado

Mercado é o conjunto formado pela relação entre concorrente, fornecedor e consumidor para atender, de maneira adequada, às necessidades do consumidor (cliente). Mercado é um espaço, físico ou virtual, onde vendedores e compradores se encontram para a troca de bens e serviços.

4.1.2. Estudo de mercado

É o conjunto de atividades orientadas para prever as vendas e os preços de certo produto com a finalidade de estimar as receitas futuras e examinar as possibilidades de obter resultados compensadores nos investimentos feito.

Resumindo, o estudo de mercado consiste no levantamento de uma série de informações que permitam conhecer as características dos clientes, fornecedores e concorrentes, com objetivo de melhor posicionar seu negócio no mercado. Em seguida vamos descrever os passos a seguir no estudo do mercado.

4.1.3. Importância do estudo de mercado

O estudo de mercado é muito importante, pois, permite que tenha uma visão realística sobre o mercado, isto é, conhecer os seus consumidores, onde eles vivem, o que eles gostam ou procuram nos bens e serviços, idade e sexo, entre outras características. Permite também conhecer os concorrentes do seu negócio, onde eles se encontram, suas melhores e práticas e limitações, os preços por eles praticados, entre outros elementos. E por fim permite conhecer os seus fornecedores, sua localização, os preços praticados nos seus produtos, entre outros elementos. O conhecimento dessas todas informações vai lhe auxiliar na definição do seu negócio, seus, clientes, fornecedores e estratégias para vencer a concorrência.

O estudo do mercado é também importante, porque permite que você conheça as mudanças que estão a acontecer no mercado, de modo a preparar e organizar-se para enfrenta-las a hora vão chegar.

O estudo de mercado aumenta o seu conhecimento sobre o mercado, seus clientes, concorrentes, fornecedores, parceiros, ajudando-lhe assim a tomar melhores decisões sobre o seu negócio. Mesmo depois de o seu negócio estar a funcionar, você precisa de realizar estudos de mercado de forma periódica para que acompanhe o que está acontecimento no mercado.

Em suma, o estudo de mercado é muitíssimo importante tanto para quem quer iniciar um negócio, tanto para quem já tem um negócio em funcionamento, pois, permite que você conheça os clientes, sua localização e suas necessidades e desejos. Permite que você conheça os seus concorrentes, assim como os fornecedores. E isso, vai ajudar a tomar melhor decisão sobre o presente e o futuro do seu negócio.



ATIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por estudo de mercado?
2. Qual é a importância do estudo de mercado?



CHAVE DA CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta, o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre o significado do estudo de mercado e formular uma resposta com esta: o estudo de mercado é o levantamento de uma série de informações sobre as características dos clientes, fornecedores e concorrentes, com objectivo de melhor posicionar seu negócio no mercado.
2. Aqui, o estudante devia socorrer-se dos conteúdos aprendidos nesta lição sobre importância do plano de negócio e elaborar uma resposta mais ou menos como esta: estudo de mercado é muitíssimo importante tanto para quem quer iniciar um negocio, tanto para quem já tem um negócio em funcionamento, pois, permite que você conheça os clientes, sua localização e suas necessidades e desejos. Permite que você conheça os seus concorrentes, assim como os fornecedores. E isso, vai ajudar a tomar melhor decisão sobre o presente e o futuro do seu negócio.

LICÇÃO Nº 2: PASSOS A SEGUIR PARA O ESTUDO DO MERCADO

- Descrever os passos a seguir para o estudo de mercado;
- Identificar a informação que deve constar do relatório de pesquisa do mercado.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Na lição anterior, você aprendeu sobre o significado do estudo de mercado e sua importância. Nesta lição vamos descrever os passos que deve seguir para realizar um estudo de mercado, assim como identificar a informação que deve constar do relatório de pesquisa de mercado. Chamamos a sua atenção e dedicação para leitura dos conteúdos e na resolução das actividades da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Descrever os passos a seguir para realização de um estudo de mercado;
- Identificar a informação a constar do relatório de estudo de mercado;
- Realizar um estudo de mercado; e
- Elaborar o relatório do estudo de mercado.



TEMPO DE ESTUDO

Para logra sucessos no estudo desta lição precisa de 3 horas de tempo, dedicando-se a leitura dos conteúdos e resolução das actividades.

4.2.1. Passos a seguir no estudo do mercado

O estudo do mercado comporta três principais passos, a saber:

4.2.1.1. 1º Passo: estudo dos consumidores

Um dos primeiros elementos em que deve pensar quando pretende criar um negócio são os consumidores. Consumidores são potenciais clientes do seu negócio. É preciso, antes de implementar a sua ideia de negócio, conhecer quem serão os seus clientes (são pessoas singulares ou empresas), sua idade, sexo, onde eles residem, o que eles gostam, o nível de educação deles, nível de rendimentos deles (baixo, médio ou alto), entre outros aspectos.

Para conhecer estas características você precisa de elaborar um questionário, com uma série de perguntas, administrá-lo, como forma de colher estas informações. Segue em baixo um exemplo de um questionário.

1. Características gerais dos consumidores (clientes)

- Qual é a idade dos seus consumidores?
- Na sua maioria, são homens ou mulheres?
- Têm família grande ou pequena?
- Qual é o seu trabalho?
- Qual é o rendimento deles?
- Qual é a sua escolaridade?
- Onde moram?

Se são pessoas empresas

- Em que ramo de actividade actuam?
- Que tipo de produtos ou serviços oferecem?
- Quantos empregados possuem?
- Há quanto tempo estão no mercado?
- Possuem sucursais? Onde?
- Qual é a sua capacidade de pagamento?
- Têm uma boa imagem no mercado?

2. Interesse e comportamento dos consumidores

- Que quantidade e com qual frequência compram esse tipo de produto ou serviço?
- Onde costumam comprar?
- Que preços pagam actualmente para comprar produtos ou serviços similares?

3. Identificar o que lhe leva a comprar ou a usar aqueles produtos e serviços

- O preço?
- A qualidade dos produtos e/ou serviços?
- A marca?
- O prazo de entrega?
- O prazo de pagamento?
- O atendimento da empresa?

4. Identificar o tamanho do mercado

- É apenas sua rua?
- O seu bairro?
- Sua cidade?
- Na sua província?
- País todo?

Se você já administrou este inquérito, e já conhece as características dos consumidores, é hora de definir os produtos e serviços do seu negócio, em termos de qualidade e quantidade, lugares onde eles serão vendidos e estratégia de venda, o preço a ser aplicado. Segue um exemplo para definição dos clientes de um negócio.

Perfil dos consumidores:

4.2.1.2. 2º Passo: Estudo dos concorrentes

O segundo passo consiste no conhecimento dos concorrentes e suas características. Concorrentes são pessoas ou empresas que oferecem ou prestam os mesmos produtos e serviços que você pretende oferecer ou prestar.

O estudo dos concorrentes é importante, pois permite conhecer as suas boas práticas e deficiências. E isso, vai-lhe ajudar a definir melhores práticas para o seu negócio. Ao fazer o estudo dos concorrentes você pretende conhecer os seguintes aspectos:

- Localização dos seus concorrentes: saber onde os seus concorrentes se encontram (se estão perto do seu negocio ou não);
- A qualidade dos materiais usados pelos seus concorrentes (embalagem, cores, tamanhos);
- Preço aplicado pelos concorrentes;
- Condições de pagamento (venda a prazos, descontos praticados);
- Atendimento prestado;
- Serviços disponibilizados - horário de funcionamento, entrega ao domiciliário;
- Garantias oferecidas.

Depois de conhecer estes elementos, todos vocês precisam estabelecer comparações com o seu negócio e tirar conclusões sobre:

Se seu negócio reúne requisitos para competir em pé de igualdade com os seus concorrentes.

Se existe algo que precisa melhorar como forma de aumentar a qualidade e vantagem ao seu negócio.

Para elaborar o relatório do estudo dos concorrentes precisa preencher a tabela que se segue:

Tabela 1: Relatório do estudo dos concorrentes

	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviços ao cliente	Garantias oferecidas
Seu negócio							
Concorrente 1							
Concorrente 2							
Concorrente 3							

4.2.1.3. 3º Passo: Estudo dos fornecedores

O terceiro passo consiste no levantamento dos fornecedores e suas características. Os fornecedores são todas as pessoas e empresas que irão fornecer, ao seu negócio, as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços.

Você precisa saber onde os fornecedores dos diferentes equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços se encontram, seus contactos telefônicos e *e-mails*. Precisa também saber o preço, qualidade, condições de pagamento e o prazo médio de entrega que eles praticam.

Depois de fazer o levante dos dados dos fornecedores precisa de organizar a informação, obedecendo a tabela que segue:

Tabela 2: Exemplo de um relatório do estudo dos Fornecedores

Nome do fornecedor	Descrição produtos a serem adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Preços (Mt)	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
Fornecedor 1:					
Fornecedor 2					
Fornecedor 3					
Fornecedor 4					



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Mencione os passos a seguir para fazer o estudo de mercado.
2. Explique o que entende por estudo de consumidores, de concorrentes e de fornecedores.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Os passos a seguir para fazer um estudo de mercados são: estudo dos consumidores, estudos dos concorrentes e estudos dos fornecedores.
2. O estudo de consumidores consiste no levantamento do perfil dos consumidores em termos de sexo, idade, religião, hábitos de consumo, residência, poder de compra, entre outras características.

O estudo de concorrentes refere-se ao conhecimento dos concorrentes, onde eles se encontram, o que vendem, os preços que aplicam e as melhores práticas e más deles.

O estudo dos fornecedores tem a ver com o levantamento dos diferentes fornecedores de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços se encontram, seus contactos telefónicos e *e-mails*, assim como os preços, qualidade, condições de pagamento e o prazo médio de entrega que eles praticam.



ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. O que entende por estudo de mercado?
2. Qual é a importância do estudo de mercado?
3. Mencione os passos a seguir para fazer o estudo de mercado.
4. Explique o que entende por estudo de consumidores, de concorrentes e de fornecedores.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta, o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre o significado do estudo de mercado e formular uma resposta com esta: o estudo de mercado é o levantamento de uma série de informações sobre as características dos clientes, fornecedores e concorrentes, com objetivo de melhor posicionar seu negócio no mercado.

2. Aqui, o estudante devia socorrer-se dos conteúdos aprendidos nesta lição sobre importância do plano de negócio e elaborar uma resposta mais ou menos como esta: estudo de mercado é muitíssimo importante tanto para quem quer iniciar um negocio, tanto para quem já tem um negócio em funcionamento, pois, permite que você conheça os clientes, sua localização e suas necessidades e desejos. Permite que você conheça os seus concorrentes, assim como os fornecedores. E isso, vai ajudar a tomar melhor decisão sobre o presente e o futuro do seu negócio.

3. Os passos a seguir para fazer um estudo de mercados são: estudo dos consumidores, estudos dos concorrentes e estudos dos fornecedores.

4. O estudo de consumidores consiste no levantamento do perfil dos consumidores em termos de sexo, idade, religião, hábitos de consumo, residência, poder de compra, entre outras características.

O estudo de concorrentes refere-se ao conhecimento dos concorrentes, onde eles se encontram, o que vendem, os preços que aplicam e as melhores práticas e más deles.

O estudo dos fornecedores tem a ver com o levantamento dos diferentes fornecedores de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços se encontram, seus contactos telefónicos e *e-mails*, assim como os preços, qualidade, condições de pagamento e o prazo médio de entrega que eles praticam.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante;

Nesta unidade vamos introdução o conceito de empresa. Nela, vamos explicar o significado de empresa, faremos também da classificação das empresas, assim como do associativismo empresarial e sua importância. Abordaremos também sobre associativismo empresarial e sua importância, assim como da relação existente entre a empresa, sociedade e meio ambiente.

Convidamo-lo a prestar atenção e dedicação na leitura os conteúdos e resolução das actividades das lições.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No fim desta unidade espera-se que o estudante seja capaz de:

- Explicar o significado de empresa;
- Descrever as diferentes classificações das empresas;
- Explicar o significado do associativismo empresarial e sua importância;
- Identificar os passos a seguir para legalização das empresas; e
- Estabelecer a relação entre empresa, sociedade e meio ambiente.



RESULTADOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No fim desta unidade, o estudante realiza com sucesso as seguintes actividades:

- Explica o significado de empresas;
- Descrever as diferentes classificações de empresas;
- Explica o significado do associativismo empresarial e sua importância;
- Identifica os passos a seguir para legalização de uma empresa; e
- Estabelece a relação entre empresa, sociedade e meio ambiente.



TEMPO DE ESTUDO

Para o estudo dos conteúdos e resolução de actividades desta unidade precisa de 6 horas.

LICÃO Nº 1: EMPRESA

- Significado de empresa, e;
- Classificação das empresas.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

Certamente que já ouviu falar sobre empresa. E se calhar conhece alguma empresa. Nesta lição, vamos explicar o significado de empresa assim como a classificação de empresas.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição o estudante deve ser capaz de:

- Explicar o significado de empresa; e
- Descrever a classificação de empresas.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição precisa de 2 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução de actividades.

5.1.1. Significado de empresa

A empresa é, com certeza, umas das grandes invenções do homem e uma das organizações mais importante da nossa sociedade. É nas empresas onde maior parte das pessoas passa maior parte do seu tempo. É nelas onde as pessoas trabalham e consegue dinheiro para sua sobrevivência. Afinal o que é uma empresa?

Empresa é uma organização económica formada por recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos que se dedicam a produção e venda de bens e serviços com uma orientação para o lucro.

5.1.2. Importância das empresas

As empresas desempenham um papel importante nas nossas vidas, pois, elas fornecem-nos bens e serviços para satisfação das nossas necessidades.

Para além dos bens e serviços, as empresas são muitíssimo importante para a sociedade e para o país, por diversas razões, nomeadamente:

- São uma fonte de rendimento para os seus proprietários;
- Dão emprego às pessoas;
- Produzem bens e serviços de que as pessoas necessitam;
- Trazem os bens e serviços para mais perto das pessoas;
- Utilizam os recursos locais;
- Acrescentam valor aos produtos e recursos locais;
- Contribuem para programas de desenvolvimento social e económico da comunidade;
- Pagam impostos ao governo que são usados para prestar serviços sociais às pessoas; e
- Utilizam coisas que de outra forma seriam inúteis ou prejudiciais ao homem e ao ambiente^{vi};

5.1.3. Classificação das empresas

Existe vários critérios usados para classificação de empresas. Cabe aqui mencionar os seguintes: critério de sector de actividade, critério de forma jurídica, critério da dimensão das empresas, critério da propriedade dos capitais. Segue em baixo a descrição detalhada de cada critério.

5.1.3.1. Critério de sector de actividades

Este critério procura agrupar as empresas segundo a natureza e origem dos bens e serviços produzidos e prestado pelas empresas. Segundo este critério as empresas apresentam três tipos a saber:

- **Empresas do sector primário ou extrativo:** são aquelas empresas em que suas actividades derivam directamente da natureza. Agricultura, criação de gado, caca, pesca, extração de área, águas, carvão, petróleo, entre outras actividades.
- **Empresas do sector secundário ou industrial:** são aquelas empresas que se dedicam a transformação de matérias-primas, isto é, produtos produzidos no sector primário, com objectivos de produzir bens e serviços. São exemplos destas empresas, as oficinas de carpintaria, olarias, fabrico de esteiras e cestos, alfaiatarias, etc.

Empresas do sector terciário ou de prestação de serviços: são as empresas que usam a sua capacidade física e intelectual para prestar serviços aos clientes. Bacos, transporte, educação, cabeleireiros, hotéis, seguradoras, restaurantes, comércio, entre outras.

5.1.3.2. Segundo critério de dimensão das empresas

As empresas apresentam diferenças quanto às dimensões, isto é, o dinheiro investido, número de funcionários, e tecnologia empregue. Neste caso, as empresas podem ser: micro-empresas, pequenas empresas, médias empresas, e grandes empresas. Esta classificação tem a ver com o número de funcionários cada tipo de empresa emprega e o volume de negócio.

- **Micro-empresa:** é aquela empresa em que o número de funcionários situa-se entre 1 a 4 trabalhadores, e o volume de negócio não excede 1.200.000MT (um milhão e duzentos mil meticais). São exemplos as barbarias, pequenas mercearias, pequenas oficinas de carpintaria.
- **Pequena empresa:** é aquela em que o número de trabalhadores varia entre 5 a 49, e com um volume de negócio entre 1.200.000,00MT e 14.700.000,00MT, isto é, o valor movimentado pela empresa não deve ser inferior a 1.200.000,00MT (um milhão e

duzentos mil meticais) e superior a 14.700.000,00MT (catorze milhões e setecentos mil meticais).

- **Média empresa:** aquela em o número de funcionários não deve estar abaixo de 50 e nem superior a 99, e o volume de negócio está entre 14.700.000.00M (catorze milhões e setecentos mil meticais) e 29.900.000.00MT (vinte e nove milhões e novecentos mil meticais).
- **Empresa grande:** este tipo de empresa apresenta um número de trabalhadores que começa de 100 funcionários a mais adiante e o volume de negócio deve ser a partir de 29.900.000.MT (vinte e nove milhões e novecentos mil meticais) para cima. Segue em baixo uma tabela que mostra as diferenças entre os diferentes tipos de empresas segundo a sua dimensão:

Tipo ou categoria da empresa	Nº de trabalhadores	Volume de negócio
Micro-empresa	1-4	Até 1.200.000,00MT
Pequena empresa	5-49	1.200.000 a 14.700.000MT
Média empresa	50-99	14.700.000 a 29.900.000 MT
Grande empresa	100 para cima	29.900.000MT para cima

5.1.3.4. Segundo o critério de propriedade do capital da empresa

Neste critério, as empresas são classificadas segundo a proveniência do dinheiro investido. Para tal, as empresas podem apresentar-se em três tipos: privadas, públicas e mistas.

- **Empresa privada:** é uma empresa em que o dinheiro usado para abrir a empresa pertence a uma ou um grupo de pessoas e não ao Estado. Exemplo: as oficinas de carpintarias, barbearias, mercearias, entre outras.
- **Empresa pública:** são aquelas empresas em que o dinheiro usado para a abertura do mesmo pertence ao Estado. Por exemplo, escolas públicas, empresas de transporte público, entre outras.
- **Empresas mistas ou de capitais mistos:** são aquelas empresas em que o capital pertence tanto ao Estado tanto a indivíduos particulares. No nosso país, estas empresas são chamadas de empresas participadas pelo Estado. Exemplo: Moçambique celular (Mcel), Empresa de Seguros de Moçambique (EMOSE), entre outras.

5.1.3.4. Segundo o critério jurídico

De acordo com o critério jurídico as empresas podem ser: empresas em individual e sociedades em nome colectivo.

- **Empresa em nome individual:** é aquela empresa cujo dinheiro usado para sua abertura pertence a uma única pessoa. O património do dono da empresa é constituído por bens particulares e bens afectos á empresa. A responsabilidade é ilimitada, ou seja, o património individual também responde pelas consequências da empresa.
- **Sociedade em nome colectivo:** neste tipo de empresa, o capital usado para a abertura pertence a diferentes indivíduos designados por sócios. Os sócios respondem solidariamente por todas consequências da empresa, pois, este pertence a todos eles. Se a empresa contrai uma dívida com um banco por exemplo, e não conseguir pagar, o banco tem a prerrogativa de exigir o seu dinheiro a todos os sócios.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por empresa?
2. Fale da importância das empresas.
3. Indique os critérios usados para classificação e apresente os tipos das empresas para cada critério.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta o estudante devia dizer que empresa é uma organização económica formada por recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos que se dedicam a produção e venda de bens e serviços com uma orientação para o lucro.

2. Nesta questão, o estudante devia referir-se a importância das empresas, aprestando a seguinte resposta: as empresas são importantes, pois, constituem fonte de geração de riqueza e emprego para o dono da empresa e para comunidade, utilizam os recursos locais, pagam impostos para o estado, produzem bens e serviços que necessitamos para suprir as nossas necessidades.

3. Os critérios usados para classificação das empresas são:

Critério de sector de actividades: aqui encontra-se três tipos de empresa: empresas do sector primário ou extrativo, empresas do sector secundário ou industriais e empresas do sector terciário ou de prestação de serviços;

Critério de dimensão das empresas: micro-empresas, pequenas empresas, médias empresas e grandes empresas;

Critério de propriedade dos capitais: empresas privadas, empresas públicas e empresas mistas ou participadas pelo estado;

Critério jurídico: empresas em nome individual e empresas em nome colectivo ou sociedades.

LICÇÃO Nº 2: PROCESSO DE LEGALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA

- Legislação sobre empresas;
- Formalidades para legalização de empresas; e
- Licenciamento de actividade das empresas.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Para que a empresa funcione e usufrua de todas vantagens que o Estado oferece, assim como cumprir os seus dever e obrigações é necessário que esteja legalmente criada e reconhecida como tal.

Nesta lição vamos falar sobre o processo de legalização de empresas. Nela, vamos apresentar as leis e instituições que regulam a criação, registo e licenciamento de empresas.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e na resolução das actividades da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

Identificar a principal legislação que regula o funcionamento das empresas;

Descrever os passos para formalização de uma empresa;

Identificar as instituições de registo das empresas;

Descrever os tipos de licenças das empresas; e

Identificar as instituições de registo licenciamento das empresas.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta unidade temática você precisa de 2 horas para leituras dos conteúdos e resolução das actividades.

5.2.1. Legislação sobre actividade empresarial

A actividade empresarial em Moçambique é regulada pelo Código Comercial. O Código Comercial foi aprovado pelo decreto n° 2/2005, de 27 de Dezembro.

Para além do Código Comercial, existe outros instrumentos regulamentares da actividade empresarial em Moçambique, tais como:

- Lei 3/93, de 24 de Junho, lei de investimento que regulamenta os processos de investimento nacionais e estrangeiros no país.
- Regulamentos de licenciamento de actividade comercial e da actividade industrial, aprovados pelos Decretos n° 49/2004, de 17 de Novembro e N° 39/2003, de 26 de Novembro.

Estes instrumentos legais, estão a venda na Imprensa Nacional, assim podem ser encontrados na *internet*.

5.2.2. Passos para formalização de uma empresa

A tabela abaixo mostra os passos a seguir para formalizar ou legalizar uma empresa:

1º	Escolha da forma jurídica.
2º	Reserva de nome. Requer uma certidão de reserva de nome. O nome escolhido deve ser único.
3º	Abertura de conta bancária. Abrir conta em nome da futura empresa num banco da praça.
4º	Estatuto de sociedade. Apresentar o projecto de estatuto de sociedade
5º	Escritura pública, em caso de sociedades.
6º	Registo Provisório.
7º	Publicação de estatuto no Bolteim da Republica (BR)
8º	Registo Definitivo: depois da publicação no BR
9º	Obtenção do NUIT – Número Único de Identificação Tributária
10º	Vistoria (se for o caso) das instalações
11º	Obtenção do alvará ou licença
12º	Declaração de início de actividade
13º	Inscrição no Instituto de Segurança Social dos trabalhadores
14º	Inscrição no regime tributário no Ministério da Economia e Finanças

5.2.3. Registo da actividade empresarial

Tal como acontece com os seres humanos, as empresas também devem ser registadas. O registo das empresas é denominado de registo Comercial e tem a finalidade de dar a conhecer que pessoas singulares e colectivas são praticantes de actividade empresarial. Este registo é obrigatório para a constituição de sociedades. A falta de registo comercial das empresas dá direito a multa.

Em Moçambique, as instituições responsáveis por fazer o registo comercial das empresas, são as Conservatórias de Registo Comercial. Na tabela que se seguem, são indicadas as instituições e os serviços por elas prestados ao empresário.

Instituição	Assistência
Conservatório de registo comercial	1. Reserva de nome. constitui o comprovativo de que não existe nenhuma empresa com o mesmo nome ou semelhante. 2. Registo comercial definitivo. Documentos a juntar: 1) Requerimento com minuta disponível no local (provisório e definitivo) e 2) Cópia do BR onde vem a publicação dos estatutos.
Notário	1. Reconhecimento e autenticação de documentos 2. Escritura pública. Documentos a juntar: 1) Certidão de reserva do nome; 2) Cópias de identificação dos sócios; 3) Prova do depósito do capital social inicial e 4) Estatutos.
Imprensa Nacional	Publicação dos estatutos no Boletim da república (BR). Documentos a juntar: Extracto da escritura pública da sociedade.
Banco ou instituições financeiras	Abertura da conta em nome da empresa. É feito num banco ou instituições financeiras existentes no país em nome da futura empresa.

vii

5.2.4. Registo fiscal e segurança social

Para além do registo comercial, as empresas precisam fazer o registo fiscal e na segurança social.

Instituição	Assistência
Finanças - Bairro Fiscal	1. Obtenção do NUIT 2. Declaração de início de actividade. Enquadramento no regime tributário (de imposto) - IRPC: Imposto de Rendimento de Pessoas Colectivas: recai sobre os lucros da empresa. - IRPS: Imposto de rendimento de pessoas singulares para os trabalhadores. A empresa é responsável de canalizar os impostos dos trabalhadores - ISPC: Imposto Simplificado para Pequenos Contribuintes. 3. Legalização de livros obrigatórios: Inventário, balanço, razão, diário e livro de actas
Instituto Nacional de Segurança Social (INSS)	Inscrição dos trabalhadores na Segurança Social.

Fonte: www.portaldogoverno

O registo das empresas pode também ser feito nos Balcões Únicos, que são gabinetes de apoio à implementação de novos empreendimentos, prestando serviços de fornecimento de informações e assistência técnica, assim como de tramitação de processos de registo e licenciamento das actividades comerciais.

5.2.5. Licenciamento de empresas

O licenciamento de empresa consiste na atribuição de licenças, por parte dos órgãos do Estado, à pessoas singulares e colectivas para exercer actividades comerciais ou empresariais. Em Moçambique, as instituições de licenciamento das actividades empresariais são apresentadas na tabela abaixo:

Órgão Competente	Tipo de Actividade que compete licenciar
Ministro da Indústria e Comércio	Filiais, delegações, agências ou outras formas de representação de entidades estrangeiras. Nota: a renovação da licença para as entidades aqui referidas é da competência do Director Nacional do Comércio.
Governador Provincial	Agente comercial, agente de comercialização agrícola, banca, barraca, cantina, comércio ambulante, comércio cumulativo, comércio geral, comércio por grosso, comércio a retalho, comércio rural, exportação, importação, loja, prestação de serviços, tenda e outras actividades comerciais não reguladas por legislação específica e registo de operadores de comércio externo. <ul style="list-style-type: none">Entidades e pessoas singulares estrangeiras que pretendam prestar serviços, ao abrigo de contratos de empresas nacionais, por período não superior a 6 (seis) meses.
Administrador Distrital	<ul style="list-style-type: none">Actividades comerciais desenvolvidas em barracas, tendas ou bancas e comércio ambulante, quando praticadas nas zonas rurais,As actividades referidas no ponto acima, praticadas em quaisquer espaço urbano, desde que não abrangidas pelos órgãos acima referidos.

Fonte: www.portaldogoverno.gov.mz, 2009

Em Moçambique, existe dois tipos de licenciamento para actividades empresariais, nomeadamente: Licenciamento Industrial e Licenciamento Simplificado.

5.2.5.1. Licenciamento Industrial

Para iniciar uma actividade industrial precisa de ter uma autorização do governo. Em Moçambique, o licenciamento industrial é requerido ao Ministro da Indústria e Comércio. E o Ministro da Indústria e Comércio pode delegar o Governador de Província a competência de licenciar os estabelecimentos de média dimensão;

O licenciamento industrial pode ser solicitado também junto dos Balcões Únicos.

5.2.5.2. Licenciamento Simplificado

O licenciamento simplificado é atribuído para micro-empresas que não requer instalações grandes e sem grandes impactos ambientais. Este licenciamento é solicitado junto das seguintes instituições: Balcão de Atendimento Único, Conselho Municipal ou Administrações distritais, mediante a apresentação dos seguintes documentos:

- Reserva de nome na Conservatória de Registo Comercial
- Bilhete de Identidade (BI)
- Cartão de NUIT; e
- Preencher um formulário.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas
 - 1.1. A actividade comercial em Moçambique é regulada pelos seguintes instrumentos:
 - a) Código comercial, lei de investimentos e regulamento de licenciamento comercial e industrial;
 - b) Constituição da República, lei da terra e lei de empresas.
2. Indique os passos a seguir para legalizar uma empresa.
3. Que tipo de licenciamento se aplica para pequenos negócios, sem grandes impactos ambientais?
4. Em que consiste o licenciamento simplificado?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. a): V; b): F
2. os passos para a seguir para legalizar um empresa são:

1º	Escolha da forma jurídica.
2º	Reserva de nome. Requer uma certidão de reserva de nome. O nome escolhido deve ser único.
3º	Abertura de conta bancária. Abrir conta em nome da futura empresa num banco da praça.
4º	Estatuto de sociedade. Apresentar o projecto de estatuto de sociedade
5º	Escritura pública, em caso de sociedades.
6º	Registo Provisório.
7º	Publicação de estatuto no Bolteim da Republica (BR)
8º	Registo Definitivo: depois da publicação no BR
9º	Obtenção do NUIT – Número Único de Identificação Tributária
10º	Vistoria (se for o caso) das instalações
11º	Obtenção do alvará ou licença
12º	Declaração de início de actividade
13º	Inscrição no Instituto de Segurança Social dos trabalhadores
14º	Inscrição no regime tributário no Ministério da Economia e Finanças

3. O tipo de licenciamento aplicado para pequenos negócios é o licenciamento simplificado.
4. Os passos para fazer o licenciamento simplificado são:
Reserva do nome na Conservatória de Registo Comercial;
BI e NUIT e ir ao BAU preencher um formulário.

LICÇÃO Nº 3: ASSOCIATIVISMO EMPRESARIAL

- Significado de associativismo empresarial;
- Importância do associativismo empresarial.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Na lição passada abordamos sobre empresa, sua importância e classificação. Nesta lição vamos falar sobre associativos empresariais e da sua importância para a actividade empresarial.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e na resolução das actividades da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição espera-se que o estudante seja capaz de:

Explicar o significado de associativismo empresarial;

Explicar a importância do associativismo para a actividade empresarial;



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição precisa de 2 horas de tempo para leitura e resolução das actividades.

5.3.1. Associativismo empresarial

Certamente que você já ouviu falar de associação. E talvez conhece alguma associação no teu bairro de residência. Será que já parou para se perguntar o significado de uma associação?

Associação é um conjunto de pessoas singulares e coletivas (empresas), sem fins lucrativas, que se unem de forma intencional, a fim de atingirem objectivos comuns. Para que se considere uma associação, deve a existir, no mínimo, duas pessoas ou mais que propositadamente se juntaram para, em comum agirem em prol de objectivos comuns.

As associações não visam o alcance de lucro, mas sim procuram se unirem para poderem ganhar voz, assegurar o crescimento dos seus membros em comunidade.

Por exemplo, nas escolas existem associação dos estudantes cujo objectivo é representar os estudantes perante a direcção da escola e defender os interesses dos estudantes.

As empresas não fogem a regra. Elas também constituem-se em associações como forma de defender os seus interesses perante o governo. A esta união de duas empresas ou mais com a finalidade de defender os seus interesses em comum, chama-se associativismo empresarial.

Associativismo empresarial: é quando duas empresas ou mais, de forma livre e propositada, se unem, para em comum, defenderem e representarem interesses dos seus membros perante o governo e outras organizações.

Em Moçambique, por exemplo, existem várias associações empresariais, podemos aqui citar a Associação Industrial de Moçambique (AIMO), Associação Comercial de Moçambique, a Câmara de Comércio, União Nacional dos Camponeses, e entre tantas outras.

As associações não têm o objectivo de fazer lucros. Elas vivem com base nas contribuições dos seus membros e são independentes do governo.

5.3.2. Quadro legal das associações em Moçambique

Para que as associações sejam reconhecidas pelo Estado devem estar legalmente criadas e registadas. No nosso país, a criação, registo e funcionamento de associações é regulado pela Lei 8/91, de 18 de Julho, lei do associativismo em Moçambique.

Esta lei estabelece que, para as associações adquirirem personalidade jurídica pelo reconhecimento deve cumulativamente reunir os seguintes requisitos:

- a) Sejam constituídas por um número de fundadores não inferior a dez;
- b) Os respectivos estatutos observem o disposto na presente lei e na lei geral; e
- c) Comproven a existência de meios necessários para o seu funcionamento de acordo com os respectivos estatutos.

Reunindo os requisitos indicados acima, as associações devem requerer o seu reconhecimento ao Governo. E depois de serem reconhecidas devem ser registadas na Conservadora de Registo Civil ou Comercial.

5.3.3. Importância do associativismo empresarial

O associativismo empresarial é importante, pois, promovem atividades económicas, defendem os interesses dos associados e, ainda, cooperam com entidades públicas, visando potenciar o negócio e desenvolver as suas estratégias competitivas dos seus membros. As associações empresariais procuram:

- Garantir ou conseguir mercados locais e estrangeiros para os produtos dos seus membros;
- Procurar e obter matérias-primas para as empresas dos seus membros;
- Conseguir melhor tecnologia de produção para as suas empresas;
- Conseguir e fornecer programas e meios de formação para os seus membros;
- Conseguir apoio financeiro e técnico dos bancos e de outras instituições de apoio e do governo;
- Apoiar cada membro em momentos de necessidade;
- Desenvolver e divulgar melhores sistemas de produção e gestão entre os seus membros;
- Defender em nome dos seus membros e perante o governo um ambiente melhor que promova as operações empresariais como incentivos ao investimento, políticas fiscais favoráveis, políticas monetárias e gerais, estabilidade política e ordem social.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Explique o significado de associativismo empresarial.
2. Fale da importância do associativismo empresarial.
3. Conhece alguma lei do associativismo em Moçambique?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre associativismo empresarial para afirmar que: associativismo empresarial é quando duas empresas ou mais, de forma livre e propositada, se unem, para em comum, defenderem e representarem interesses dos seus membros perante o governo e outras organizações.
2. Aqui, o estudante devia formular uma resposta com esta: o associativismo empresarial é importante, pois, procura conseguir mercados locais e estrangeiros para os produtos dos seus membros; procurar obter matérias-primas para as empresas dos seus membros; conseguir melhor tecnologia de produção para as suas empresas; conseguir e fornecer programas e meios de formação para os seus membros; conseguir apoio financeiro e técnico dos bancos e de outras instituições de apoio e do governo; apoiar cada membro em momentos de necessidade; desenvolver e divulgar melhores sistemas de produção e gestão entre os seus membros;
3. Nesta questão, o estudante, devia afirmar que sim conhece e indicar a Lei 8/91, de 18 de Julho, lei do associativismo em Moçambique.



ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. O que entende por empresa?
2. Fale da importância das empresas.
3. Indique os critérios usados para classificação e apresente os tipos das empresas para cada critério.
4. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas
- 4.1. A actividade comercial é Moçambique é regulada pelos seguintes instrumentos:
 - a) Código comercial, lei de investimentos e regulamento de licenciamento comercial e industrial;
 - b) Constituição da República, lei da terra e lei de empresas.
5. Indique os passos a seguir para legalizar uma empresa.
6. Que tipo de licenciamento se aplica para pequenos negócios, sem grandes impactos ambientais?
7. Em que consiste o licenciamento simplificado?
8. Explique o significado de associativismo empresarial.
9. Fale da importância do associativismo empresarial.
10. Conhece alguma lei do associativismo em Moçambique?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta o estudante devia dizer que empresa é uma organização económica formada por recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos que se dedicam a produção e venda de bens e serviços com uma orientação para o lucro.

2. Nesta questão, o estudante devia referir-se a importância das empresas, aprestando a seguinte resposta: as empresas são importantes, pois, constituem fonte de geração de riqueza e emprego para o dono da empresa e para comunidade, utilizam os recursos locais, pagam impostos para o estado, produzem bens e serviços que necessitamos para suprir as nossas necessidades.

3. Os critérios usados para classificação das empresas são:

Critério de sector de actividades: aqui encontra-se três tipos de empresa: empresas do sector primário ou extrativo, empresas do sector secundário ou industriais e empresas do sector terciário ou de prestação de serviços;

Critério de dimensão das empresas: micro-empresas, pequenas empresas, médias empresas e grandes empresas;

Critério de propriedade dos capitais: empresas privadas, empresas públicas e empresas mistas ou participadas pelo estado;

Critério jurídico: empresas em nome individual e empresas em nome coletivo ou sociedades.

4. a): V; b): F

5. os passos para a seguir para legalizar uma empresa são:

1º	Escolha da forma jurídica.
2º	Reserva de nome. Requer uma certidão de reserva de nome. O nome escolhido deve ser único.
3º	Abertura de conta bancária. Abrir conta em nome da futura empresa num banco da praça.
4º	Estatuto de sociedade. Apresentar o projecto de estatuto de sociedade
5º	Escritura pública, em caso de sociedades.
6º	Registo Provisório.
7º	Publicação de estatuto no Bolteim da Republica (BR)
8º	Registo Definitivo: depois da publicação no BR
9º	Obtenção do NUIIT – Número Único de Identificação Tributária
10º	Vistoria (se for o caso) das instalações
11º	Obtenção do alvará ou licença
12º	Declaração de início de actividade
13º	Inscrição no Instituto de Segurança Social dos trabalhadores
14º	Inscrição no regime tributário no Ministério da Economia e Finanças

6. O tipo de licenciamento aplicado para pequenos negócios é o licenciamento simplificado.
7. Os passos para fazer o licenciamento simplificado são: Reserva do nome na Conservatória de Registo Comercial; BI e NUIT e ir ao BAU preencher um formulário.
8. Associativismo empresarial é quando duas empresas ou mais, de forma livre e propositada, se unem, para em comum, defenderem e representarem interesses dos seus membros perante o governo e outras organizações.
9. O associativismo empresarial é importante, pois, procura conseguir mercados locais e estrangeiros para os produtos dos seus membros; procurar obter matérias-primas para as empresas dos seus membros; conseguir melhor tecnologia de produção para as suas empresas; conseguir e fornecer programas e meios de formação para os seus membros; conseguir apoio financeiro e técnico dos bancos e de outras instituições de apoio e do governo; apoiar cada membro em momentos de necessidade; desenvolver e divulgar melhores sistemas de produção e gestão entre os seus membros;
10. Nesta questão, o estudante, devia afirmar que sim conhece e indicar a Lei 8/91, de 18 de Julho, lei do associativismo em Moçambique.

INTRODUÇÃO

Caríssimo estudante,

Na unidade anterior aprendeu sobre identificação de ideias de negócios, sua avaliação, visando torna-las oportunidades de negócios. Nesta unidade temática você vai aprender sobre como elaborar um plano de negócio da oportunidade que você usou os conhecimentos da unidade anterior para identificar e avaliar.

Para o efeito, aprendera nesta unidade temática o significado do plano de negócio e sua importância. Por último, aprendera os passos a seguir na elaboração do plano de negócio.

Apelamos a sua atenção de dedicação na leitura e resolução das actividades da unidade.

**OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE**

No fim desta unidade, o estudante deve ser capaz de:

- Definir o plano de negócio;
- Explicar a importância de um plano de negócio;
- Descrever as fases da elaboração de um plano de negócio; e
- Elaborar um plano de negócio.

**RESULTADOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE**

Ao terminar a unidade temática o estudante realiza com sucesso as seguintes acções:

- Define o plano de negócio;
- Explica a importância de um plano de negócio;
- Descreve fases da elaboração de um plano de negócio; e
- Elabora o seu plano de negócio.

**TEMPO DE ESTUDO**

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta unidade temática você precisa de 8 horas para leituras dos conteúdos e resolução das actividades.

LICÃO Nº 1: PLANO DE NEGÓCIO

- Definição de plano de negócio; e
- Importância do plano de negócio.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante,

Nesta lição vamos introduzir o plano de negócio. Sobre esta matéria vamos aprender o que deve ser um plano de negócio, falaremos também da importância do plano de negócio.

Apelamos sua especial atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução das actividades, anotando as suas duvidas, caso existam, no seu caderno para apresentar ao seu tutor e/ou colegas.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIAÇÃO

No fim desta lição o estudante deve ser capaz de:

- Definir o plano de negócio; e
- Explicar a importância de um plano de negócio.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhorar apreensão dos conteúdos desta lição precisa de 3 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução das actividades.

6.1.1. Plano

Muitas vezes falamos da palavra plano, contudo, sem sabermos o verdadeiro significado de plano. Por essa razão, é comum usar a palavra plano, quando na verdade queremos dizer ideia. A questão é que, plano e ideia são duas coisas diferentes, mas muito próximos. Ora vejamos. Ideia é uma representação mental, aquilo que pensamos ou temos em mente. Por exemplo, alguém pode ter uma ideia de ir passar as férias em casa da sua avó. Isto, ainda não é plano, mas sim uma ideia.

Plano provém da palavra planejar que significa pensar antes de fazer o que você deseja fazer, visando preparar-se e organizar-se para que o que você deseja fazer saia da melhor forma possível.

O plano é a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de coisas que, bem-feitos, vão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende. O Plano é um caminho definido com antecedência sobre uma coisa que se deseja fazer dentro de um período tempo e proporciona respostas às seguintes questões: procurando responder as seguintes perguntas: O que você quer fazer? Quando é que quer fazer? O que vai precisar para fazer? Como vai fazer? E onde?!

Voltando a ideia de ir passar as férias em casa da avó! Vamos desenhar um plano, respondendo as 4 perguntas:

O que você deseja fazer? Viajar para casa da minha avó para passar férias.

Quando é que quer viajar e quando volta? Dia de 20 de Dezembro dia de partida e 20 de Janeiro de Regresso.

O que você vai precisar para realizar a sua viagem e ficar lá durante o tempo de férias: Dinheiro para viajar: Quanto? 3.000,00MT, para ida e volta; Roupas para vestir.

Como vai fazer: avisar os meus pais que quero passar férias em casa da minha; pedir dinheiro de viagem; e preparar minha roupa. No dia 20 acordar cedo, tomar banho, matabichar e ir a

Este seria, o exemplo de um plano de alguém que quer ir passar as férias em casa da sua avó na Beira, Província de Sofala. Se fossemos para dar nome a este plano, chamaríamos plano de viagem.

Caro estudante, tal como você viu no exemplo da viagem para passar férias, que um plano exige que detalhe tudo, como e quando vai fazer uma determinada coisa. Para os negócios é assim também, você precisa detalhar tudo sobre o seu negócio. Contudo, quando se trata de negócio, chama-se plano de negócio.

6.1.2. Plano de Negócio

Quando você tem uma ideia de negócio precisa de elaborar um plano sobre como o seu negócio vai ser. Esse plano chama-se plano de negócio. O plano de negócio um documento escrito que descreve com detalhes o negócio e como vai ser desenvolvido. Neste documento, você deve descrever o objectivo do seu negócio, o que pretende oferecer como produtos, quem serão os seus clientes, os seus fornecedores, e seus concorrentes, as estratégias a seguir, entre outros aspectos inerente ao seu negócio.

6.1.3. Importância do plano de negócio ou empresarial

O plano de negócio é um documento muitíssimo importante para as pessoas que desejam ou estão a desenvolver negócios, pois, permite:

Arrolar todas as ideias sobre como o negócio será conduzido no papel.

Avaliar a viabilidade dos negócios em vários aspectos tais como, se terá clientes, haverá matéria-prima para produção de bens e serviços que a empresa se propõe a desenvolver, o negócio vai trazer rendimentos.

Obter financiamento. Geralmente, pessoas que têm ideias de negócios, mas sem dinheiro para por em prática as suas ideias de negócios, recorrem aos empresários para pedir financiamento. E para tal, a pessoa precisa de o seu plano de negócio em mão para mostrar ao empresário.

As pessoas que estão em frente do negócio ou da empresa façam uma melhor gestão, pois, como já tem tudo escrito no papel, será fácil comparar o que está escrito (plano) e o que estará a acontecer.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por plano negócio ou empresarial?
2. Descreve a importância do plano de negócio ou empresarial.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta, o estudante devia elaborar uma resposta mais ou menos como esta: o plano de negócio ou empresarial é um documento escrito, que descreve com detalhes o negócio e como vai ser desenvolvido.

2. Aqui, o estudante devia mostrar a importância do plano de negócio ou empresarial, formulando uma resposta como esta: o plano de negócio ou empresarial é importante porque permite: Arrolar todas as ideias sobre como o negócio será conduzido no papel.

Avaliar a viabilidade dos negócios em vários aspectos tais como, se terá clientes, haverá matéria-prima para produção de bens e serviços que a empresa se propõe a desenvolver, o negócio vai trazer rendimentos.

Obter financiamento. Geralmente, pessoas que têm ideias de negócios, mas sem dinheiro para por em prática as suas ideias de negócios, recorrem aos empresários para pedir financiamento. E para tal, a pessoa precisa de o seu plano de negócio em mão para mostrar ao empresário.

As pessoas que estão em frente do negócio ou da empresa façam uma melhor gestão, pois, como já tem tudo escrito no papel, será fácil comparar o que está escrito (plano) e o que estará a acontecer.

LICÇÃO Nº 2: PASSOS DE ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

- Passos de elaboração do plano de negócio;



INTRODUÇÃO

Estimado estudante,

Nesta lição vamos os passos a seguir para elaborar de um plano de negócio. Apresentamos também exemplo para cada passo como forma de facilitar a sua compreensão.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura os conteúdos e na resolução das actividades da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Indicar os passos para elaboração de um plano de negócio;
- Descrever os passos para elaboração de um plano empresarial; e
- Elaborar um plano de negócio.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem, precisa de 3 hora de tempo para leitura e resolução das actividades.

6.2.1. Passos para elaboração de um plano de negócio

Elaborar um plano de negócio ou empresarial exige tempo e recursos. Todavia, vale a pena gastar esse tempo e recursos na sua elaboração, pois, será seu mapa de vigam no seu negócio. E sem ele, as possibilidades de se perder serão tantas.

Existe vários modelos e passos para elaboração de um plano de negócio ou empresarial. Contudo, aqui procuramos trazer um modelo simples e com passos simplificados, visando facilitar a sua compreensão. Seguem abaixo os passos a seguir para elaboração de um plano de empresarial simples.

6.2.1.1. Título do plano de negócio ou empresarial

O título de um plano de negócio deve ser curto e simples, traduzindo o que você pretende fazer como negócio. Por exemplo, a ideia da Júlia é vender roupas femininas no seu bairro. Para tal ela escolheu como título do seu plano empresarial o seguinte:

Júlia's Fashion

6.2.1.2. Apresentação do proponente do plano empresarial

O segundo passo consiste na apresentação do dono do plano de negócio ou empresarial. Neste passo, o indica o seu nome, idade, estado civil, nível acadêmico, sua experiência e conhecimentos sobre o negócio que propõe a desenvolver, e a sua função no negócio. Deve apresentar os dados dos sócios, caso existam. Seguindo o exemplo da Júlia, elaborou a sua apresentação da seguinte forma:

Júlia Arlindo, de 25 anos de idade, solteira, natural e residente da cidade de Chimoio. Possui o nível acadêmico de 12^a classe do ensino secundário geral. Trabalhou 4 anos como vendedora de roupas femininas em calamidade no mercado da cidade de Chimoio. A Júlia vai ocupar o cargo de gestora da loja.

6.2.1.3. Descrição do plano de negócio ou empresarial

Neste passo você precisa dizer o que pretende fazer como negócio, seu objectivo, sua localização, produtos ou serviços a produzir ou prestar, os benefícios que seu negócio vai trazer para si e para comunidade local. Deve indicar também as forças e as oportunidades para seu negócio com base na análise FOFA.

O negócio da Júlia consiste em abrir uma loja para venda de roupas feminais na periferia da cidade de Chimoio. A loja terá o nome de *Júlias' Fashion* com o objectivo de oferecer uma diversidade de roupas femininas, com alta qualidade, a população que vive nos bairros periféricos da cidade de Chimoio.

Os bairros periféricos da cidade de Chimoio não possui lojas que oferecem roupas de alta qualidade, sendo que maior parte dos moradores deslocam a cidade para comprar roupas.

6.2.1.4. Descrição de Mercado

Neste passo, você deve caracterizar os consumidores dos bens e serviços que seu negócio vai oferecer em termos de idade, sexo, nível de educação, hábitos de consumo, nível de rendimento, residência. Deve também indicar os seus concorrentes, se existirem, suas forças e fraquezas. É também importante descrever os fornecedores, sua localização, produtos que cada um oferece assim como os preços aplicados.

A Júlia, depois de fazer o estudo do mercado, definiu o seu mercado da seguinte forma:

Os clientes da loja *Júlias' Fashion* são compostos por pessoas de rendimento alto, na sua maioria residentes nos bairros periféricos da cidade Chimoio. São pessoas que seguem as tendências de moda. Perto do local onde será instalada a loja da Júlia não existe outras lojas com características similares a sua loja. Os fornecedores da Júlia encontram-se na cidade de Maputo, e os preços por eles praticados são razoáveis e com capacidade de entrega dos produtos estimados em uma semana.

6.2.1.5. Plano de produção ou de operação

No plano de produção ou de operação você precisa de indicar a estrutura da sua empresa em termos departamentos, repartições e secções, descrevendo a função deles. Deve também mostrar a capacidade de produção da empresa durante um período de tempo e a capacidade dos armazéns.

A loja terá uma área de 30 m^2 , sendo que vai possuir um armazém, dois vestuários para experimentar roupas, uma sala de vendas e um espaço para servir de montra. A Júlia vai adquirir dos seus fornecedores quantidades elevadas de roupas, sendo que algumas estarão na sala de venda e outras no armazém. A medida que vai vendendo as roupas, ele vai solicitar que os fornecedores lhe mandem mais artigos para reforçar o seu *stock* e garantir que a loja tenha sempre roupas. Para minimizar os custos das operações, a Júlia vai combinar com os fornecedores dela para que lhe mandem as roupas via correios de Moçambique.

6.2.1.6. Plano de Marketing

No plano de marketing deve descrever quatro elementos importantes denominados de 4P de marketing, nomeadamente: produto, praça, promoção e preço. Os 4P de marketing são também chamados de marketing mix.

O primeiro P diz respeito ao produto. O produto é que a empresa ou negócio pretende oferecer ou vender aos clientes. Aqui, deve mostrar as características dos produtos que a empresa pretende vender em termos de qualidade e benefícios que vão proporcionar aos clientes.

O segundo P refere a praça. Praça é o local onde o produto será vendido. Interessa aqui, indicar onde e como os produtos da sua empresa serão vendidos. Localização da loja, entrega ao domicílio.

O terceiro P é de promoção. Este, diz respeito a como vai fazer para que os consumidores saibam que existe o seu negócio ou empresa. Aqui, descreve-se os canais de divulgação dos seus produtos, tais como, publicidade, organização de eventos para venda dos produtos.

O quarto e último P é inerente ao preço. Aqui, o empreendedor deve indicar o preço que vai aplicar nos seus produtos e serviços.

Produto	A Júlia vai oferecer aos seus consumidores diversas roupas femininas. São roupas que podem ser usadas para ocasiões diferentes. Roupas formais para quem trabalha, roupas para festas particulares, roupas para o verão e inverno. As roupas, variam entre saias, blusas, calças, sapatos, chinelos e bolsas. Todos artigos são de alta qualidade, e estarão disponíveis em quase todos os tamanhos.
Praça	A loja estará localizada no bairro de
Promoção	Para a divulgação dos produtos, a Júlia vai usar as redes sociais (<i>facebook, twitter, instagram</i>). Ela vai criar contas nas redes sociais, onde vai postar fotografias dos artigos vendidos na sua loja. Vai usar organizar algumas campanhas promocionais, sobretudo, no meio do mês. As campanhas promocionais vão consistir no estabelecimento de dias onde os produtos estão a preços promocionais, isto é, com um desconto.
Preço	Os preços dos artigos da loja da Júlia variam entre 800 a 2500 meticais. A loja oferece possibilidade de pagamento em prestações. A loja possui um sistema de pagamento eletrónico (POS).

6.2.1.7. Plano Financeiro

O plano financeiro diz respeito ao planeamento financeiro. Aqui, deve descrever todo o valor necessário para que a sua empresa ou negócio funcione. Inclui também a previsão do rendimento dentro um período de tempo, podendo ser diário, semanal, mensal ou anual.

O valor necessário para que a empresa ou negócio exista e funcione, pode tomar duas designações, nomeadamente: capital fixo, capital circulante. Em seguida vamos definir e demonstrar como se determina cada um destes capitais.

Capital fixo

O capital fixo representa os bens duradouros que a sua empresa vai precisar para sua criação e funcionar. Os bens duradouros são aqueles que podem ser usados durante muito tempo, isto é, 1 ano ou mais que um ano. Exemplo: computador, telefone, terreno, casa, máquinas, entre outros. Neste contexto, é importante que o empreendedor liste todos bens duradouros que vai precisar na sua empresa e as quantidades necessárias, assim como fazer o levantamento dos preços de cada um. Em baixo, veja o exemplo de cálculo do capital fixo da loja da Júlia

Ordem	Designação do bem/serviço	Quantidade	Preço por produto	Preço total
1	Concessão de espaço	1	7000,00	7.000,00
2	Construção da loja	1	50.000,00	50.000,00
3	Computador	1	15.000,00	15.000,00
4	Manequins	10	500,00	5.000,00
6	Espelhos	3	100,00	300,00
7	Duas cadeiras de tipo sofá	2	1.000,00	2.000,00
8	Custos de licenciamento	1	3.000,00	3.000,00
9	Custos de instalação dos equipamentos e experimental	1	2.000,00	2.000,00
Total do capital fixo necessário				84.300,00

O capital fixo da Júlia é de 84.300,00 MT (oitenta e quatro mil e trezentos meticais) que deverá ser pela compra e contratação de bens e serviços duradouros.

Capital circulante

Em qualquer negócio ou empresa há sempre uma série de despesas frequentes ou rotineiras. Por exemplo, se for uma fábrica ou uma prestação de serviços, você precisa comprar matérias-primas antes de iniciar a venda dos produtos. Se for comércio, tem que comprar stocks antes de começar a vender. Muitas empresas gastam dinheiro e tempo em publicidade antes de obter clientes. Gastam em salários e rendas durante certo período antes de começar a vender.

Por esta razão, depois de adquirir e instalar os bens de capital fixo, você precisa imediatamente dum capital circulante para custear as despesas rotineiras do seu negócio.

Capital circulante: é no valor necessário para custear as despesas do dia-a-dia do negócio ou empresa.

Para determinação do capital circulante você precisa de listar as despesas rotineiras do seu negócio, incluindo os preços por cada despesa. São exemplos de despesas rotineiras as seguintes: salário de trabalhadores, despesas com telefone, combustível, reparação e manutenção de equipamentos, manutenção de stocks, entre outras. Mostramos a baixo, o exemplo do capital circulante necessário para o funcionamento da loja da Júlia durante um mês.

Ordem	Designação de bens/serviços	Quantidade	Preço por unidade	Preço total
1	Gerente da loja	1	6.000,00	6.000,00
2	Trabalhadores (vendedoras)	2	3.000,00	6.000,00
3	Compra das roupas	1	15.000,00	15.000,00
4	Manutenção de stock	1	7.500,00	7.500,00
5	Água, energia e telefone	1	800,00	800,00
6	Produtos de limpeza	1	200,00	200,00
7	Reparação de manutenção de equipamentos	1	1.000,00	1.000,00
Total do capital circulante necessário para um mês				36.500,00

O capital circulante necessário para a loja da Júlia funcionar durante um mês é 36.500,00 MT (trinta e seis mil e quinhentos meticais).

A proprietária da loja *Júlias Fashion* prevê conseguir rendimentos suficientes para cobrir as despesas rotineiras do seu negócio em dois meses. Para tal, é preciso ter um capital circulante capaz de cobrir os dois meses em que o negócio ainda não será capaz de produzir rendimentos suficientes para cobrir as despesas de funcionamento.

Sendo assim, é preciso calcular o capital circulante para o período de espera. Ou seja, para todo o período em que o negócio estará a funcionar, sem que ainda produza rendimentos suficientes para custear as despesas rotineiras.

Usando a fórmula indicada abaixo:

$$\text{Capital circulante Total} = \text{Capital Circulante do 1º mês} * \text{Nº de meses necessários para gerar rendimentos suficientes capazes de custear as despesas rotineiras}$$

Para o caso da Júlia, o capital circulante total necessário será:

$$36.500,00 \text{ MT} * 2 = 73.000,00 \text{ MT}$$

Assim, o capital circulante necessário para o funcionamento da loja da Júlia até que começa a produzir rendimento suficiente para custear as despesas de funcionamento é de 73.000,00MT (setenta e três mil meticais).

Capital total necessário para o negócio

O capital total refere a todo dinheiro necessário para custear as despesas fixas e rotineiras do negócio ou empresa. Isto é, é representado pela soma do capital fixo e capital circulante.

$$\text{Capital total} = \text{capital fixo} + \text{capital circulante}$$

Olhando para o caso da Júlia, o capital total para o seu negócio fica:

Designação	Valor em MT
Capital fixo	84.300,00
Capital circulante	61.000,00
Capital total = capital fixo + capital circulante	145.300,00

Assim, o capital total para instalação e funcionamento do negócio da Júlia é de 142.500,00 MT (cento e quarenta e dois mil, quinhentos meticais).



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

Indique os passos para elaboração de um plano de negocio e explique o que os elementos contidos em cada passo.



CHAVE DE CORRECÇÃO

Nesta questão, o estudante deveria usar os seus conhecimentos para construir uma resposta mais ou menos como esta:

Elementos dum plano empresarial simples	
1. Título do projecto	É o nome que você atribui ao seu projecto.
2. Apresentação de proponente	É o espaço reservado para você se apresentar, dizendo seus dados pessoais, nível académico, experiência e conhecimentos na área do seu negócio, bens que possui para o projecto, etc.
3. Descrição do projecto	Descreve a ideia do projecto, localização, os objectivos a alcançar e os benefícios para si e para comunidade local. Demonstra também as forças e oportunidades com base na Análise FOFA.
4. Descrição do mercado	Descreve os tipos de clientes, suas necessidades e preferências; identifica os concorrentes, se houver, suas forças e fraquezas.
5. Capacidade de produção	Indique a quantidade máxima de produtos ou serviços a prestar num determinado período assim como a capacidade de produção dos equipamentos principais. Se for comércio, indique a capacidade da loja e dos armazéns.
Plano de Marketing	Descrição dos quatro elementos importantes denominados de 4P de marketing, nomeadamente: produto, praça, promoção e preço.
Plano financeiro	Apresentação da lista de investimentos ou bens duradouros que vai precisar na sua empresa e quanto custam, assim como a lista das necessidades do dia-a-dia da empresa. Faz-se também o cálculo do valor total para instalar e fazer o negocio funcionar.
12. Capa do projecto	A capa é a primeira folha, serve de rosto do projecto e deve conter algumas informações importantes: a) título do projecto; b) valor do custo do projecto, c) valor dos fundos próprios; d) valor dos fundos alheios (empréstimo), se existir; nomes dos donos; local do projecto e data de início do projecto.

LICÇÃO Nº 3: FONTES DE FINANCIAMENTO DE PLANOS DE NEGÓCIOS OU EMPRESARIAIS

- Fundos próprios;
- Doações;
- Empréstimos; e
- Vantagens e desvantagens.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Nas duas lições anteriores sobre plano de negócio e passos para sua elaboração. Todavia, o plano de negócio precisa de ser implementado. E a sua implementação exige dinheiro e outros recursos. Nesta lição, vamos abordar sobre onde e como encontrar dinheiro para implementar o seu plano empresarial. Faremos uma breve alusão às vantagens e desvantagens das fontes de financiamento.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição espera-se que o estudante seja capaz de:

- Descrever as diversas fontes de financiamento de planos de negócios e empresariais;
- Explicar as vantagens e desvantagens de cada fonte de financiamento; e
- Escolher a melhor fonte para financiar o seu plano empresarial.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, precisa de 2 horas de tempo para leitura e resolução de actividades.

6.3.1. Fontes de Financiamento

Fontes de financiamento refere a proveniência do dinheiro necessário para instalar e arrancar com o seu negócio. Isto é, donde vira o dinheiro que precisa para montar e fazer o seu negócio funcionar. O dinheiro para instalar e fazer funcionar o seu negócio pode vir de diversas fontes, sendo as mais comuns, as seguintes: fundos próprios, familiares e amigos, empréstimos. Mais adiante descrevamos o que é cada fonte, como funciona e suas vantagens e desvantagens.

6.3.1.1. Fundos próprios

Fundo próprio refere-se ao dinheiro que pertence a si mesmo como dono do negócio. Este dinheiro resulta do seu rendimento mensal ou da sua poupança.

É importante notar que, para qualquer projecto que pretender implementar, você deve contribuir com os fundos próprios. Ao aplicar fundos próprios no seu projecto, você prova de que tem confiança no sucesso do mesmo.

6.3.1.2. Doações do Governo e outras organizações não-governamentais

Em Moçambique, o Governo e outras instituições não-governamentais de caris social, incentivam o empreendedorismo no seio dos jovens. Por isso mesmo, tem disponibilizado pequenos fundos para os jovens que tem planos e projectos de negócio, mas que não tem dinheiro para financiá-los. Estes fundos disponibilizados pelo governo e pelas instituições não-governamentais de caris sociais para apoiar pequenos empreendedores com planos e projectos de negócios são considerados doações.

O objectivo principal das doações é contribuir para a criação de emprego e bem-estar para a população, dando lhes ferramentas que precisam para serem donos dos seus negócios. as doações aqui referidas, pode tomar a forma de dinheiro, kits de auto-emprego, subsídios, isenção ou redução de pagamentos de impostos e direitos aduaneiros.

6.3.1.3. Empréstimos ou crédito

Empréstimo ou crédito é um dinheiro que você pode ir pedir ao banco ou uma instituição financeira qualquer a título de empréstimo, a fim de, futuramente pagar com as receitas provenientes do negócio. Geralmente, as instituições financeiras quando concedem empréstimo, cobram juros, sendo que, ao pedir empréstimo você a obrigação de pagar o dinheiro emprestado e com o respectivo juro, dentro de período de tempo combinado.

6.3.2. Vantagens e desvantagem

Designação	Vantagens	Desvantagens
Fundos próprios	<p>O fundo próprio torna o projecto menos arriscado;</p> <p>Em caso de sucesso, os lucros são todos seus.</p> <p>Você tem liberdade de planejar e usar o dinheiro sem interferência externa;</p> <p>Não fica pressionado por ter que pagar juros e dívidas em datas fixas;</p> <p>Tem maior possibilidade de ter sucesso no projecto porque você está aplicar um dinheiro que resultou do seu esforço</p>	<p>Em caso de fracasso todo prejuízo recai sobre si. Isto significa que você não partilha o seu risco com ninguém;</p> <p>Você fica privado de usar parte desse dinheiro investido para outras aplicações</p> <p>Pode ficar acomodado por que o dinheiro é seu e ninguém exerce pressão sobre si.</p> <p>Pode não ser possível ter uma avaliação sincera e independente da viabilidade do projecto.</p>

Doações	<p>Tem o dinheiro ou equipamentos que você precisa para iniciar o seu negócio;</p> <p>Vai ter apoio na avaliação da viabilidade do seu negócio;</p>	<p>A instituição ou pessoa que lhe concedeu doação controla o que você faz no seu negócio;</p> <p>Você tem a obrigação de prestar contas ao seu doador através de relatórios</p>
Empréstimos	<p>Tem a disposição hoje um dinheiro que você levaria mais tempo para acumular.</p> <p>Há partilha de riscos com quem lhe cede o crédito.</p> <p>Vai ter apoio, avaliação realística e independente de quem lhe cede o crédito</p>	<p>Tem que pagar a dívida com juros mesmo que não esteja a ter sucessos.</p> <p>Sofre pressão por causa da dívida e dos juros que tem que ser pagos em datas fixas;</p> <p>Em caso de fracasso você perde os bens de garantia e fica na falência;</p> <p>Tem alguém a lhe controlar aquilo que você faz;</p> <p>Tem que apresentar garantias que podem ser penhorados se você não conseguir cumprir com os pagamentos.</p>



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Mencione as fontes de financiamento que aprendeu.
2. Indique e defina a primeira fonte de financiamento.
3. Indique as vantagens da primeira fonte de financiamento.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta questão, o estudante devia referir-se às seguintes fontes de financiamento: Fundos próprios, doações e empréstimos.
2. Aqui, pretendia-se que o estudante indicasse a primeira fonte de financiamento, sua definição. Para tal, o estudante devia elaborar uma resposta tal com esta: a primeira fonte de financiamento chama-se fundos próprios. E é o dinheiro proveniente dos rendimentos do dono do negócio ou da sua poupança.
3. As vantagens de uso de fundos próprios: reduz riscos no projecto ou plano empresarial, em caso de sucesso, os lucros são todos do dono do negócio; permite maior liberdade de planear e usar o dinheiro sem interferência de outras pessoas; não fica pressionado por ter que pagar juros e dívidas em datas fixas; tem maior possibilidade de ter sucesso no projecto porque você está a aplicar um dinheiro que resultou do seu esforço.



ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. O que entende por plano de negócio ou empresarial?
2. Descreve a importância do plano de negócio ou empresarial.
3. Indique os passos para elaboração de um plano de negócio e explique o que os elementos contidos em cada passo.
4. Mencione as fontes de financiamento que aprendeu.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta, o estudante devia elaborar uma resposta mais ou menos como esta: o plano de negócio ou empresarial é um documento escrito, que descreve com detalhes o negócio e como vai ser desenvolvido.

2. Aqui, o estudante devia mostrar a importância do plano de negócio ou empresarial, formulando uma resposta como esta: o plano de negócio ou empresarial é importante porque permite: Arrolar todas as ideias sobre como o negócio será conduzido no papel.

Avaliar a viabilidade dos negócios em vários aspectos tais como, se terá clientes, haverá matéria-prima para produção de bens e serviços que a empresa se propõe a desenvolver, o negócio vai trazer rendimentos.

Obter financiamento. Geralmente, pessoas que têm ideias de negócios, mas sem dinheiro para por em prática as suas ideias de negócios, recorrem aos empresários para pedir financiamento. E para tal, a pessoa precisa de o seu plano de negócio em mão para mostrar ao empresário.

As pessoas que estão em frente do negócio ou da empresa façam uma melhor gestão, pois, como já tem tudo escrito no papel, será fácil comparar o que está escrito (plano) e o que estará a acontecer.

4. Nesta questão, o estudante deveria usar os seus conhecimentos para construir uma resposta mais ou menos como a seguinte:

Elementos dum plano empresarial simples	
1. Título do projecto	É o nome que você atribui ao seu projecto.
2. Apresentação de proponente	É o espaço reservado para você se apresentar, dizendo seus dados pessoais, nível académico, experiência e conhecimentos na área do seu negócio, bens que possui para o projecto, etc.
3. Descrição do projecto	Descreve a ideia do projecto, localização, os objectivos a alcançar e os benefícios para si e para comunidade local. Demonstra também as forças e oportunidades com base na Análise FOFA.

4. Descrição do mercado	Descreve os tipos de clientes, suas necessidades e preferências; identifica os concorrentes, se houver, suas forças e fraquezas.
5. Capacidade de produção	Indique a quantidade máxima de produtos ou serviços a prestar num determinado período assim como a capacidade de produção dos equipamentos principais. Se for comércio, indique a capacidade da loja e dos armazéns.
Plano de Marketing	Descrição dos quatro elementos importantes denominados de 4P de marketing, nomeadamente: produto, praça, promoção e preço.
Plano financeiro	Apresentação da lista de investimentos ou bens duradouros que vai precisar na sua empresa e quanto custam, assim como a lista das necessidades do dia-a-dia da empresa. Faz-se também o cálculo do valor total para instalar e fazer o negócio funcionar.
12.Capa do projecto	A capa é a primeira folha, serve de rosto do projecto e deve conter algumas informações importantes: a) título do projecto; b) valor do custo do projecto, c) valor dos fundos próprios; d) valor dos fundos alheios (empréstimo), se existir; nomes dos donos; local do projecto e data de início do projecto.

5. Nesta questão, o estudante devia referir-se às seguintes fontes de financiamento: Fundos próprios, doações e empréstimos.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Na unidade temática anterior abordamos sobre plano empresarial. E vimos que, para a nossa empresa ter sucesso é necessário que tenhamos um plano empresarial. Todavia, a falta de sucesso das empresas não se resume apenas a falta de plano empresarial. Existe outros factores que influenciam o fracasso ou sucesso das empresas. Esses factores estão ligados a gestão. A má gestão da actividade empresarial tem levado muitas empresas a falência. Nesta unidade temática abordaremos sobre como gerir uma pequena empresa. Especificamente, falaremos sobre gestão de uma pequena empresa, noções de organização e controlo de produção, noções de marketing, noções de gestão de recursos humanos e noções de contabilidade. Faremos também de riscos nos negócios e sobre as formas de gestão de ricos. Vamos abordar sobre seguros nos negócios, tipos de seguros e sua importância. Procuramos igualmente falar de comunicação e ética empresarial.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No fim desta unidade o estudante será capaz de:

- Compreender o processo de gestão de uma pequena empresa;
- Organizar e controlar a produção de uma pequena empresa;
- Elaborar um plano de marketing para a sua empresa;
- Conhecer o processo de gestão de recursos humanos;
- Fazer demonstrações e análises contabilísticas de uma empresa;
- Fazer a gestão de riscos nos negócios;
- Desenvolver uma comunicação empresarial eficaz e eficiente;
- Adoptar uma postura de ética empresarial.



RESULTADOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE

No fim desta unidade, o estudante executa com sucesso as seguintes acções:

- Compreende o processo de gestão de uma pequena empresa;
- Organiza e controla a produção de uma pequena empresa;
- Elabora um plano de marketing para a sua empresa;
- Conhece o processo de gestão de recursos humanos;
- Faz demonstrações e análises contabilísticas de uma empresa;
- Gere os riscos dos seus negócios;
- Desenvolve uma comunicação empresarial de forma eficaz e eficiente; e
- Respeita a ética empresarial.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta unidade você precisa de 32 horas de tempo para leitura dos conteúdos e realização de actividades.

LICÃO Nº 1: INTRODUÇÃO À GESTÃO DE PEQUENA EMPRESA

- Significado de gestão;
- Funções de gestão;
- Tarefas de um gestor de empresa;
- Importância de gestão; e
- Indicadores de sucesso de uma pequena empresa.



INTRODUÇÃO

Prezado estudante;

Certamente que você conhece muitas empresas que existe quer no seu bairro, quer na sua província. De entre essas empresas, algumas tem maior projecção e desempenho em relação as outras. Esta diferença pode ser causada pelas falhas na gestão.

Nesta lição, vamos abordar sobre o significado de gestão, funções de gestão, tarefas de gestor e importância de gestão. Vamos abordar também sobre os indicadores de sucesso de uma pequena empresa.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Explicar o significado de gestão;
- Descrever as funções de gestão;
- Descrever as tarefas e aptidões de um gestor;
- Explicar a importância da gestão; e
- Descrever os indicadores de sucesso de uma pequena empresa.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta lição você precisa de, no mínimo duas 3 horas de tempo.

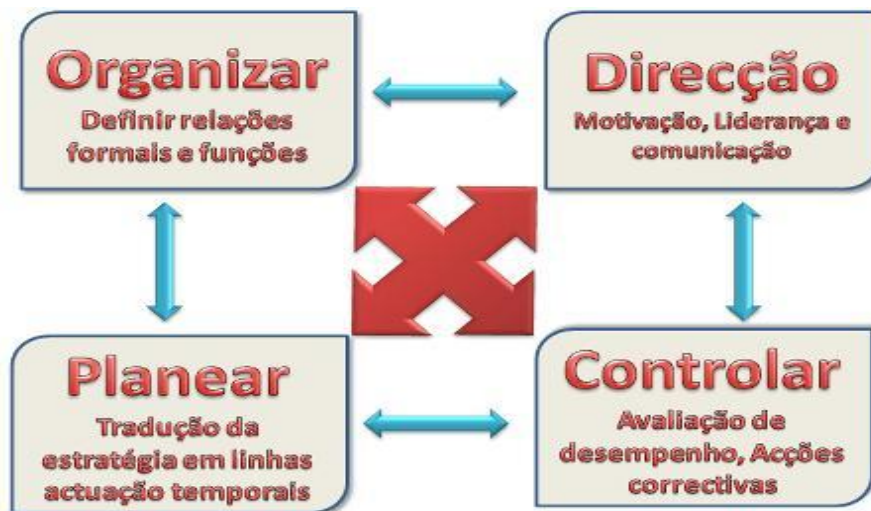
7.1.1. Significado de gestão

A gestão é o processo de conseguir resultados (bens e serviços) através da utilização dos recursos existentes na empresa. Gestão também pode ser definida como o processo de organizar e controlar os recursos humanos, materiais e financeiros para que sejam produzidos bens e serviços dentro do tempo e qualidade desejada pela empresa.

7.1.2. Funções de gestão

A função principal de gestão é interpretar os objectivos da empresa e transformá-los em actividades visando produzir bens e serviços. Para tal, cabe ao gestor da empresa exercer as seguintes funções: planeamento, organização, direcção e controlo.

- **Planeamento:** é o processo de definir antecipadamente o que deve ser feito e como deve ser feito. Planear consiste em estabelecer o que a empresa vai fazer, quem vai fazer o quê, quais com que meios, que actividades e funções cada pessoa vai desenvolver e quando vai desenvolver.
- **Organização:** esta função consiste em relações formais entre todos recursos (materiais, financeiros e humanos) para atingir os objectivos da empresa. Esta função é responsável por assegurar que pessoa certa, com qualificações certas, está no local e no tempo certos, com o material e matéria-prima necessários para que melhor sejam cumpridos os objectivos e as metas da empresa.
- **Direcção:** esta função consiste em influenciar o comportamento dos outros. O gestor de uma empresa deve ser capaz de motivar, liderar e comunicar com os outros trabalhadores da empresa.
- **Controlo:** processo de comparar o actual desempenho da empresa com aquilo que havia planeado antes. Esta função consiste em verificar se os planos da empresa estão sendo cumpridos dentro do período e recursos planeados ou não. Caso não estejam, o gestor deve tomar medidas visando corrigir algumas falhas.



7.1.3. Tarefas e aptidões de um gestor de uma pequena empresa

O gestor de uma pequena empresa tem duas tarefas principais, a saber: garantir a eficiência e eficácia dentro da empresa.

- **Eficiência:** relação entre a quantidade e qualidade dos meios usados para produção e qualidade e quantidade dos produtos produzidos. Assim, quanto maior for a quantidade e qualidade dos produtos conseguido com poucos recursos de produção, maior será o grau de eficiência do gestor.

Um bom gestor é aquele maior que, com poucos recursos (pessoas, materiais, dinheiro) que a empresa dispõe consegue produzir maior número de produtos com qualidade.

- **Eficácia:** é a relação entre o planeado com o conseguido. Neste caso, eficácia é quando os resultados conseguidos por um gestor de uma pequena empresa estiverem de acordo com os objectivos da empresa. Quanto menor for a diferença entre o planeado e o realizado, maior é o grau de eficácia do gestor de uma pequena empresa.

Em geral, o gestor de uma pequena empresa é avaliado pelo grau de eficiência e eficácia. Todavia, para que um gestor seja eficiente e eficaz ele deve possuir e procurar desenvolver três aptidões principais: aptidão conceptual, aptidão técnica e aptidão em relações humanas.

- **Aptidão conceptual:** é a capacidade de transformar ideias em coisas concretas. Inclui também a capacidade de olhar para empresa na sua totalidade, procurando ver como é que as diversas áreas da mesma se complementam, e como é que a empresa se relaciona com o ambiente. Um gestor de uma pequena empresa, deve ser capaz de transformar as suas ideias e dos outros trabalhadores em coisas concretas, bem como olhar a empresa na sua totalidade.
- **Aptidão técnica:** é a capacidade que o gestor de uma empresa deve ter para usar conhecimentos, métodos ou técnicas específicas do seu trabalho concreto. Para ser um bom gestor de uma pequena empresa, você precisa também de saber fazer.
- **Aptidão em relações humanas:** é a capacidade de compreender e motivar os outros. Um gestor de uma pequena empresa deve ser capaz de ouvir a opinião dos outros trabalhadores, e saber lhes motivar para trabalhar.

7.1.4. Importância de gestão

O processo de gestão é bastante importante para a vida de uma empresa, pois, visa a organização da rotina, definição de objetivos e metas, planeamento e execução das actividades, redução de custos, prestação de contas em relação às metas traçadas e desenvolvimento das lideranças.

- De forma resumida, uma boa gestão proporciona a empresa:
- Estimula a motivação dos trabalhadores;
- Adequação dos processos e das funções;
- Redução dos custos de produção;
- Aumento nas vendas; e
- Melhores resultados.

7.1.5. Indicadores de sucesso de uma pequena empresa

Para que o gestor de uma pequena empresa tenha sucesso no seu trabalho é necessário conhecer os indicadores de sucesso de uma pequena empresa. O conhecimento desses indicadores, vai-lhe permitir acompanhá-los adequadamente para melhor gerir a empresa. Em geral, os indicadores de sucesso de uma empresa são: qualidade dos produtos, satisfação dos clientes, aumento de vendas e lucro.

- **Qualidade dos produtos:** refere-se aos atributos dos produtos que a empresa produz. Quanto maior forem os atributos, maior é a qualidade dos produtos. O gestor da empresa deve garantir que os produtos da empresa tenham a máxima qualidade possível.
- **Satisfação dos clientes:** o sucesso de uma empresa pode ser medido pela satisfação dos clientes. Quanto maior for a satisfação dos clientes, maior será o sucesso da sua empresa, pois, estes sempre virão comprar os bens e serviços da empresa.
- **Aumento nas vendas:** refere-se ao número de produtos que uma empresa venda num determinado período de tempo. Quanto maior for o número de produtos vendidos, maior é o sucesso de uma empresa. Para tal, o gestor deve procurar saber se as vendas estão a aumentar ou a baixar. E se baixar, deve procurar adoptar medidas para aumentar.
- **Lucro:** o lucro representa a diferença entre o dinheiro gasto com as despesas de produção e o dinheiro ganho pelas vendas. Quanto maior for o valor ganho pelas vendas em relação ao das despesas, maior será o sucesso da empresa.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Explique o significado de gestão.
2. Indique as funções de gestão.
3. Descreva as tarefas de gestão;
4. Indique as aptidões de gestão;
5. Explique a importância de gestão; e
6. Mencione os indicadores de sucesso de uma pequena empresa.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta questão o estudante tinha que definir gestão como sendo o processo de conseguir resultados (bens e serviços) através da utilização dos recursos existentes na empresa.
2. Aqui, o estudante devia indicar as seguintes funções de gestão: planeamento, organização, direcção e controlo.
3. Nesta pergunta, o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos, indicando e descrevendo as seguintes tarefas de gestão: **Eficiência:** relação entre a quantidade e qualidade dos meios usados para produção e qualidade e quantidade dos produtos produzidos. **Eficácia:** é a relação entre o planeado com o conseguido. Neste caso, eficácia é quando os resultados conseguidos por um gestor de uma pequena empresa estiverem de acordo com os objectivos da empresa.
4. Aqui, o estudante devia indicar as seguintes aptidões do gestor: aptidão conceptual, aptidão técnica, aptidão em relações humanas.
5. A importância da gestão é de estimular a motivação dos trabalhadores; adequar os processos e as funções; reduzir os custos de produção; aumentar as vendas da empresa; conseguir melhores resultados.
6. Os indicadores de sucesso de uma pequena empresa são: qualidade dos produtos, satisfação dos clientes, aumento das vendas da empresa e lucro.

LICÃO Nº 2: PROCESSO DE PRODUÇÃO

- Processo de produção;
- Etapas do processo de produção;
- Organização e dimensionamento do processo de trabalho; e
- Qualidade do produto.



INTRODUÇÃO

Qualquer bem ou serviço que consumimos passou por um processo de produção. O livro que lemos, a esferográfica, o celular que usamos passou também por um processo de produção. Nesta lição, vamos abordar sobre o significado de produção e do processo de produção. Falaremos também sobre etapas do processo de produção, como organizar e determinar a sua dimensão. Por fim, abordaremos sobre qualidade do produto.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e na realização das actividades da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Explicar o significado do processo de produção;
- Indicar as etapas do processo de produção;
- Organizar e dimensionar o processo de produção; e
- Assegurar a qualidade dos produtos.



TEMPO DE ESTUDO

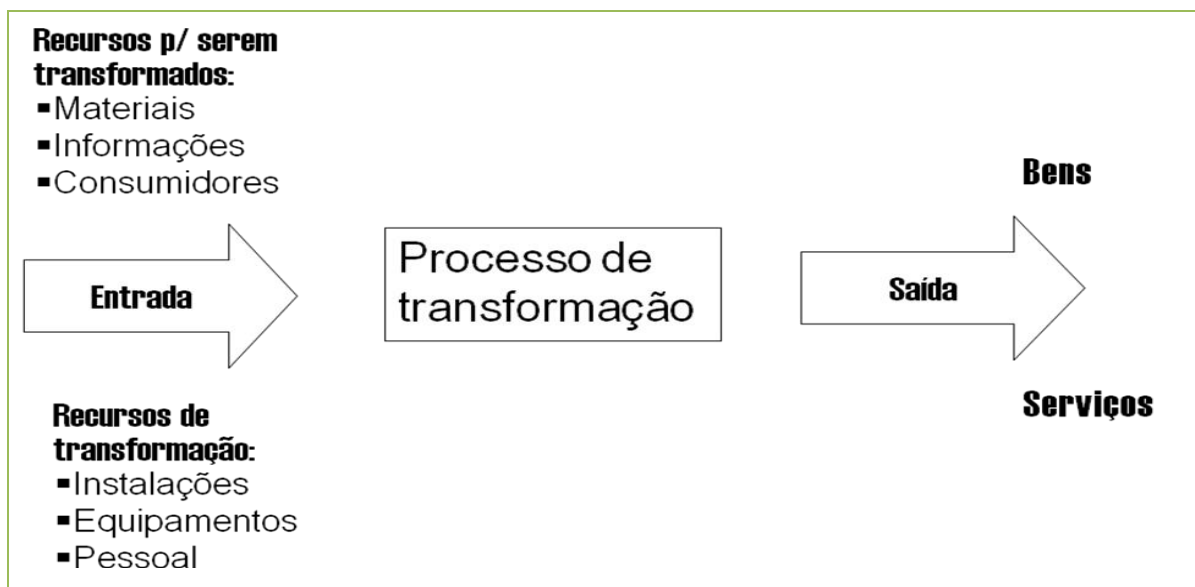
Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, precisa de 3 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução das actividades.

7.2.1. Significado de processo de produção

Processo de produção é a transformação de matéria-prima em bens e serviços. Entende-se por processo de produção o conjunto de passos ou etapas necessários para transformação de matéria-prima em bens e serviços.

7.2.2. Etapa do processo de produção

O processo de produção obedece várias etapas, desde a entrada das matérias-primas, passando pela transformação ate a saída dos produtos finais a serem vendidos ao cliente, conforme mostra a figura abaixo.



Fonte: Adaptado de Slack N, *Administração da produção*¹

A figura acima mostra 3 etapas principais do processo de produção.

A 1ª etapa referente a **Entrada** e consiste na aquisição de matéria-prima, e todos recursos a serem transformados (matérias-primas, informações, características e expectativas do consumidor).

Recursos de transformação: Instalações, equipamentos e pessoal (recursos humanos).

¹ INDE (2009: 12)

A 2ª etapa: **Transformação**. Esta etapa consiste na alteração ou modificação do estado ou condição dos recursos a serem transformados (materiais, informações ou consumidores) para em bens e serviços.

A 3ª etapa: **Saída** – é a obtenção do bem ou serviço.

Agora veja a seguir, exemplos de como ocorre o processo de produção em três áreas de actividades diferentes: Comércio (loja), Indústria (Fábrica de alimentos congelados) e Serviços (linhas aéreas).

Exemplo de etapas de processos de produção

Operação	Entrada	Transformação	Saída
Loja	Mercadoria Vendedores Caixa registradora Consumidores	Exposição de produtos Orientação de vendedores Venda de produtos	Produtos ajustados as necessidades de dos consumidores
Fabrica de alimentos congelados	Alimentos frescos Operadores Equipto process. Frigoríficos	Preparação dos alimentos Congelamento	Alimentos congelados
Linha aérea	Aeronave Piloto Equipa de bordo Equipa de terra. Passageiros e carga	Transporte de passageiros e carga	Passageiros e carga transportada

Fonte: INDE (2009)

7.2.3. Organização e dimensionamento dum processo de produção

A organização e dimensionamento do processo de produção é muito importante para a vida das empresas, pois, permite que as empresas se organizem em termos de materiais, equipamentos e pessoal necessário para a produção de bens e serviços em quantidade e qualidade necessárias para atender as necessidades dos clientes.

Para você poder responder adequadamente a procura dos clientes, o processo de produção da sua empresa deve ter um certo tamanho e estar organizado de modo a que a sua empresa produza quantidades de produtos, com qualidade e dentro de tempo. Ao fazer isso, estará a organizar e dimensionar o processo de produção da sua empresa.

Para isso, você precisa decidir sobre três elementos principais:

1º Escolha da capacidade de produção: Neste elemento você deve definir a quantidade máxima de produtos ou serviços que sua empresa pode produzir num determinado intervalo de tempo.

2º Escolha da tecnologia (técnicas de produção) – Normalmente, você vai encontrar diversas soluções técnicas para converter as matérias-primas ou insumos em produtos acabados. Você pode trabalhar com pessoas auxiliadas com ferramentas manuais ou usar equipamento ou máquinas.

3º Arrumação (“layout”) – Depois de escolher a capacidade de produção e a tecnologia a utilizar, você deve estudar como e onde estarão localizados cada etapa do processo de produção e qual vai ser a sequência.

O layout cobre o planeamento da localização das máquinas, dos empregados, das áreas de serviço para clientes, armazéns, áreas e passadeiras para circulação de materiais, pessoas ou máquinas, das entradas e saídas das instalações.

Uma boa arrumação permite que os materiais, pessoas e equipamentos circulem ou fluem com facilidade o que aumenta a eficiência do processo de produção.

7.2.4. Qualidade de produto

Todos nós queremos produtos de qualidade. Por isso, se você deseja iniciar seu negócio deve apostar em oferecer produtos de qualidade como uma forma de poder ter sucesso.

Assim, qualidade do produto significa:

Adequação das características dos produtos às planeadas, assim como a capacidade de um produto responder adequadamente as necessidades do cliente.

Em cada país existe uma instituição responsável pela certificação e avaliação da de qualidade dos produtos. Em Moçambique, O Instituto Nacional de Normalização e Qualidade (INNOQ), um organismo governamental tutelado pelo Ministério de Indústria e Comércio (MIC), é a entidade responsável pelo estabelecimento de normas (padrões de qualidade) dos produtos nacionais. Compete também ao INNOQ, fazer a avaliação e certificação de qualidade de produtos e serviços.

Em geral, para garantia de qualidade dos bens e serviços dentro da sua empresa, você deve ter em conta os seguintes passos:

7.2.5. Desenho de produto ou serviço

Quando quer produzir um determinado produto deve, antes, pensar nas características e atributos que o produto deve apresentar. Também é preciso adequar as características dos seus produtos às necessidades e expectativas dos clientes.

Por isso, ao desenhar o seu produto ou serviço deve tomar em conta dois grupos de factores de qualidade:

Em relação ao produto: os factores de qualidade relacionados com o próprio produto são:

- Desenvolver um produto em resposta ao que os consumidores querem.
- Usar a forma, cor, embalagem, marca, quantidade e qualidade que os consumidores desejam
- Decidir se o seu produto será igual ou melhor a dos seus concorrentes.
- Determinar a disponibilidade de materiais para fazer o produto a um preço que permita à empresa obter lucros.

Relação com os produtos concorrentes: antes de começar a produzir um produto novo é essencial analisar a concorrência directa (de produtos semelhantes) e indirecta (de substitutos) no mercado. Isto implica a identificação de potenciais concorrentes, descobrir as suas forças, estratégias e como vai afectar o seu produto.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que é processo de produção?
2. Quais são as etapas de produção?
3. Quais são os elementos a ter em conta no processo de organização e dimensionamento do processo de produção?
4. O que entende por qualidade?
5. Qual é o nome da instituição que faz o reconhecimento e fiscalização de qualidade de produtos e serviços em Moçambique?
5. Quais são os elementos a ter em conta no desenho de produtos ou serviços?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Processo de produção é o conjunto de passos ou etapas necessários para transformação de matéria-prima em bens e serviços.
2. As etapas do processo de produção são: entrada de matéria-prima, transformação de matéria-prima e saída de bens e serviços.
3. Os elementos a ter em conta na organização e dimensionamento do processo de produção são: escolha de capacidade de produção, escolha da tecnologia de produção, e arrumação (layout).
4. Qualidade é adequação das características dos produtos às planeadas, assim como a capacidade de um produto responder adequadamente as necessidades do cliente.
5. O nome da instituição que faz o reconhecimento e fiscalização de qualidade de produtos e serviços em Moçambique é o instituto Nacional de Normalização de Qualidade (INNOQ)
6. No desenho de produtos e serviços deve pensar nas necessidades dos clientes, nas características e atributos que os produtos devem ter, como forma, cor, embalagem, qualidade e qualidade. É preciso também saber o que os seus concorrentes estão oferecendo.

LICÇÃO Nº 3: CONTROLO DE QUALIDADE NO PROCESSO DE PRODUÇÃO

Elementos a verificar no controlo de qualidade do processo de produção;

- Embalagem e sua importância;
- Indicadores de desempenho do processo de produção;
- Higiene e segurança no trabalho;



INTRODUÇÃO

Caro estudante;

Na lição anterior falamos sobre processo de produção. Nesta lição vamos abordar sobre controlo de qualidade no processo de produção. De forma específica, vamos descrever os elementos a ter em conta na fiscalização da qualidade do processo de produção, falaremos também sobre embalagem e sua importância, assim como também de higiene e segurança no trabalho.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

Indicar os elementos a ter em conta no controlo de qualidade do processo de produção;

Explicar a importância de embalagem;

Descrever os indicadores de desempenho no processo de produção; e

Observar as regras de higiene e segurança no ambiente de trabalho.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhorar apreensão dos conteúdos desta lição precisa de 3 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução das actividades.

7.3.1. Elementos a ter em conta no controlo da qualidade

Para que a qualidade dum produto ou serviço possa ser verificada e confirmada por diferentes pessoas, são estabelecidos padrões ou especificações.

Assim, no controlo de qualidade de seus produtos, você deverá verificar regularmente, através de inspecções, o seguinte:

- A qualidade de todas as matérias-primas e outros factores de produção como máquinas, equipamento e mão-de-obra qualificada;
- Controlar regularmente os produtos antes de os enviar aos clientes; e
- Procurar fazer alguns controlos pessoalmente.

Para melhorar a qualidade de seus produtos ou serviços, exige tanto a você como aos empregados um total compromisso e envolvimento.

7.3.2. Embalagem

A embalagem é um factor de qualidade que você deve tomar em consideração no desenho do produto.

Embalar refere-se a embrulhar, acondicionar, encher ou comprimir os artigos para evitar que sejam estragados, partidos, tenham fugas, sejam roubados, contaminados, etc. no processo de transporte, armazenagem e utilização. Embalar também ajuda a tornar os artigos fáceis de manusear e também os torna mais atractivos para o cliente.

7.3.2.1. Importância da embalagem

A importância das embalagens compreende:

- Protecção e preservação dos produtos;
- Permitir fácil transporte e manuseamento;
- Permitir a promoção e propagando do produto;
- Facilitar a venda dos produtos por tamanhos e facilitar a entrega; e
- Permitir escrever instruções ou fixar rótulos.

7.3.3. Indicadores de desempenho do processo de produção

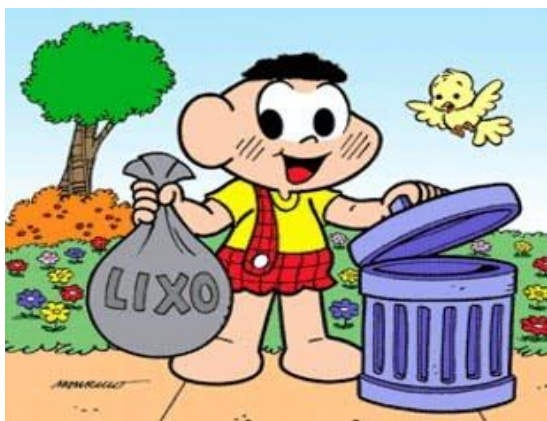
Você pode avaliar o desempenho do processo de produção da sua empresa verificando o seguinte:

- Grau de utilização da capacidade instalada em termos de terreno, construções de edifícios, equipamentos e a mão-de-obra empregue;
- Grau de eficiência ou produtividade de equipamentos, empregados e mesmo as instalações comparado com aquilo que se considera normal ou padrão;
- Grau de realização de padrões de qualidade estabelecidos. Exemplos, menos reclamações de clientes, devolução de produtos, produtos defeituoso; e
- Grau de desperdício produzido pela empresa. Neste caso quando menos for a produção de desperdício, melhor desempenho tem o processo de produção

7.3.4. Higiene e segurança no trabalho

7.3.4.1. Higiene no trabalho

Higiene no trabalho é um conjunto de normas e procedimentos que visam à proteção da integridade física e mental do trabalhador, preservando-o dos riscos de saúde inerentes às tarefas e ao ambiente físico onde são executadas.



A figura mostra que o lixo deve ser depositado no balde de lixo.

Dentro da empresa é preciso colocar baldes para o depósito de lixo e aconselhar os trabalhadores para não

Fonte: ^{viii}

A higiene no trabalho tem carácter eminentemente preventivo, pois objetiva a saúde e o conforto do trabalhador, evitando que os trabalhadores contraíam doenças. Para tal, é preciso:

- Manter as instalações e todo equipamento da sua empresa sempre limpo;
- Lavar ou exigir que os trabalhadores lavem o fardamento regularmente; e
- Ter casas de banhos limpos e locais para os trabalhadores passar refeições;

7.3.4.2. Segurança no trabalho

A segurança do trabalho é o conjunto de medidas técnicas, administrativas, educacionais, médicas e psicológicas, empregadas para prevenir acidentes, seja pela eliminação de condições inseguras do ambiente, seja pela instrução ou pelo convencimento das pessoas para a implementação de práticas preventivas.

Por exemplo, os pedreiros, engenheiros e outras pessoas que trabalham na construção de casas devem estar devidamente fardados, com luvas, botas, chapéu de proteção, cintos de segurança, entre outros equipamentos. Em alguns ambientes de trabalhos é obrigatório a existência de extintores para combater incêndios, assim como criar sinalizações nos diversos compartimentos da empresa. Estas, são algumas medidas que visam garantir a segurança no trabalho.

Os trabalhadores são obrigados a usar um equipamento de protecção individual em conformidade com os riscos associados com o trabalho que estiver a realizar.





ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Quais são os elementos a ter em conta no controlo de qualidade?
2. Qual é a importância de embalagem?
3. Indique os indicadores de desempenho do processo de produção.
4. Quais são as regras a observar para garantir higiene e segurança no ambiente de trabalho?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Os elementos a ter em conta no processo de controlo de qualidade são: verificar a qualidade de todas as matérias-primas e outros factores de produção como máquinas, equipamento e mão-de-obra qualificada; controlar regularmente os produtos antes de os enviar aos clientes; procurar fazer alguns controlos pessoalmente.
2. A importância de embalagem é de proteger e preservar os produtos, permitir fácil transporte e manuseamento dos produtos, permitir a promoção e propagando do produto; facilitar a venda dos produtos por tamanhos e facilitar a entrega; permitir a inscrição e fixação de instruções.
3. Os indicadores de desempenho do processo de produção são:
 - Grau de eficiência ou produtividade de equipamentos, empregados e mesmo as instalações comparado com aquilo que se considera normal ou padrão.
 - Grau de realização de padrões de qualidade estabelecidos. Exemplos, menos reclamações de clientes, devolução de produtos, produtos defeituoso.
 - Grau de desperdício produzido pela empresa. Neste caso quando menos for a produção de desperdício, melhor desempenho tem o processo de produção
4. As regras a observar para garantir higiene e segurança no ambiente de trabalho são:
 - Manter as instalações e todo equipamento da sua empresa sempre limpo;
 - Lavar ou exigir que os trabalhadores lavem o fardamento regularmente;
 - Ter casas de banhos limpos e locais para os trabalhadores passar refeições;
 - Dar e orientar os trabalhadores para por botas, chapéus, luvas e fardamento no local de trabalho;
- Sinalizar os compartimentos da empresa, indicando a zona de produção, de circulação de máquinas, entre outros espaços.

LIÇÃO Nº 4: NOÇÕES SOBRE MARKETING

- Definição de marketing;
- Importância de marketing;
- Principais elementos de marketing; e
- Atendimento ao cliente.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Você já notou que, quase todos os dias surgem novos negócios ou empresas no mundo. Estas empresas oferecem quase o mesmo tipo de bens e serviços. Ou seja, visam atender as necessidades dos mesmos clientes, fato que aumenta a concorrência. Mediante esta situação, as empresas ou negócios precisam de aprimorar as suas relações com os clientes, ou seja, atender da melhor forma possível as necessidades dos clientes para que estes, se sintam satisfeitos e comprem sempre os seus produtos e serviços.

Nesta lição, vamos aprender sobre o conceito de marketing, sua importância e elementos que o compõem. Por fim abordaremos sobre como atender o cliente.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta aula, o estudante deve ser capaz de:

- Definir o conceito de marketing;
- Explicar a importância de marketing;
- Descrever os elementos de marketing; e
- Explicar como atender o cliente.



TEMPO DE ESTUDO

Para o estudo desta lição você vai precisar de duas 3 horas de tempo. Estas horas devem ser divididas em leituras dos conteúdos das lições e em resoluções das atividades práticas.

7.4.1. Definição de marketing

Marketing é um processo que consiste em procurar saber quem são os seus clientes, quais são as suas necessidades e preferências e como atraí-los e deixá-los satisfeitos.

Em suma os profissionais de marketing duma empresa procuram saber, quais são os clientes da empresa; o que eles gostam; em que quantidades eles consomem o que gostam; onde residem; o valor que eles estão dispostos a pagar por determinado bem ou serviço. Ao conhecer todos estes aspectos, irão orientar a empresa a produzir um produto certo para a pessoa certa e a hora e locais certos.

7.4.2. Importância de marketing

O marketing é muitíssimo importante para o sucesso das empresas e negócios, pois, permite que as empresas satisfaçam as necessidades e os desejos dos clientes e ao mesmo tempo que satisfazem os objectivos da empresa.

Quando os clientes ficam satisfeitos com os bens e serviços da empresa, sempre regressam e compram na sua empresa. Falam aos amigos e a outras pessoas sobre os produtos que você vende e a sua empresa ganha mais clientes e consequentemente aumenta os lucros da empresa.

7.4.3. Elementos de marketing

No marketing existe 4 elementos a ter em conta. Estes elementos são também chamados de marketing mix. São eles: o produto, a praça, o preço e a promoção. Repara que, todos elementos começam com a letra “P”, razão pela qual são também chamados de 4P de marketing. A tabela a seguir, descreve os elementos de marketing.

Produto	<p>Produto refere-se as características do produto em termos de qualidade, marca, embalagem, garantias, assistência técnica, benefícios, entre outros.</p> <p>Para desenvolver os produtos da sua empresa, você deve saber antes, que será seu cliente, seus gostos e preferências, que quantidades e qualidades compra. Assim, vai ser fácil definir as características dos produtos para satisfazer os consumidores.</p>
Praça	<p>Praça tem a ver com os canais de distribuição dos produtos da empresa, cobertura geográfica, pontos de venda, quantidade de stock, e transporte.</p> <p>Para tal, é preciso, saber onde os seus clientes se encontram ou quais são os lugares que mais frequentam. Ao conhecer estes elementos, vai ser fácil definir os canais de distribuição dos produtos, levando sempre para onde os clientes se encontram.</p>
Preço	<p>O preço refere ao dinheiro que o cliente tem que pagar para, em troca receber bens e serviços. É preciso que define o preço para os seus bens e serviços, descontos ou reduções, condições de pagamento.</p> <p>Para a definição de preço, é preciso tomar em consideração, o valor que os clientes estão dispostos a pagar e os custos de produção.</p>
Promoção	<p>Promoção tem a ver em como vai fazer para que os seus produtos sejam conhecidos no mercado. Geralmente a promoção consiste em publicidade, anúncios na radio, televisão e jornal, cartazes, e organização de eventos de vendas nos lugares de maior concentração populacional.</p> <p>Para definir que tipo de meio deve usar para promover os seus produtos, precisa saber onde o seu cliente costuma frequentar, se assiste ou escuta televisão ou radio, se lê jornal.</p>

7.4.4. Atendimento ao cliente

O atendimento ao cliente é elemento importante e vital dos negócios. Um cliente bem atendido, sempre volta e pode trazer outros clientes. Enquanto um cliente mal atendido não volta, e pode fazer com outros clientes não venham comprar os seus produtos.

Para melhor atender os seus clientes, precisa prestar atenção nos seguintes elementos:

- Cumprimentar os clientes e, tratá-los pelos seus nomes, sempre que possível;
- Procurar ouvir ou escutar o que o cliente quer ou está dizendo;
- Aconselhar e oferecer produtos e serviços adequados;
- Quando já estiver a atender um cliente e chegarem outros, cumprimente os clientes que estão à espera e diga-lhes que vai atendê-los a seguir;
- Seja educado para com os clientes. Isto faz com que os clientes se sintam bem-vindos e gostem de visitar a seu empreendimento. O sorriso e a amabilidade não custam nada mas granjeiam simpatia;
- Apresente-se limpo e apresentável;
- Seja paciente, dê aos clientes tempo para fazer perguntas e decidir o que querem comprar;
- Não discuta com os clientes. Permita-lhes que digam não, se não quiserem o produto e pergunte-lhes o que querem;
- Agradeça aos clientes por virem à sua empresa mesmo se não compraram os seus produtos; e
- Conhecer os produtos e como vendê-los. Os clientes podem fazer muitas perguntas sobre como funcionam os produtos ou como podem ser usados.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Explique o significado de marketing.
2. Fale da importância de marketing para as empresas.
3. Indique os elementos de marketing.
4. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas;
 - a) Para a definição das características dos produtos é preciso procurar saber, quem será seu cliente, seus gostos e preferências, que quantidades e qualidades costumam comprar.
 - b) Para a definição das características dos produtos não é necessário saber quem será seu cliente, o que ele gosta e prefere e que quantidades e qualidades costumam comprar.
 - c) Para definir que tipo de meio deve usar para promover os seus produtos, precisa saber onde o seu cliente costuma frequentar, se assiste ou escuta televisão ou rádio, se lê jornal.
 - d) Pessoas impacientes são melhores para área de atendimento ao cliente.
 - e) Pessoas educadas, pacientes, sorridentes, simpáticas e alegres são melhores pessoas para as áreas de atendimento.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta questão o estudante devia responder que marketing é um processo que consiste em procurar saber quem são os seus clientes, quais são as suas necessidades e preferências e como atraí-los e deixá-los satisfeitos.
2. Aqui, o estudante devia recorrer aos conhecimentos apreendidos na lição, elaborando uma resposta mais ou menos como esta: o marketing é muitíssimo importante para o sucesso das empresas e negócios, pois, permite que as empresas satisfaçam as necessidades e os desejos dos clientes. E isso, faz com que a empresa tenha mais clientes, aumente as vendas e os lucros.
3. Nesta pergunta, o estudante tenha que referir os seguintes elementos de marketing: produto, praça, preço e promoção.
4. a): V; b): F; c): V; d): F; e): V.

LICÇÃO Nº 5: NOÇÕES DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

- Definição de gestão de recursos humanos;
- Importância da gestão de recursos humanos;
- Princípios para dimensionamento, recrutamento, organização, seleção e motivação de recursos humanos; e
- HIV no ambiente de trabalho.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Para o seu negócio andar você precisa de ajuda de outras pessoas. Isto é, você precisa de pessoas para trabalhar consigo. Para tal, é importante que encontre pessoas certas para fazer parte da equipa dos seus trabalhadores. Contudo, mais do que encontrar pessoas certas, você precisa de orientar essas pessoas para a direcção certa e motivá-los para trabalhar em prol do alcance dos objectivos da empresa.

Nesta lição, vamos abordar sobre a definição de recursos humanos e sua importância. Falaremos também dos princípios de dimensionamento, recrutamento, organização, seleção e motivação de recursos humanos, assim como HIV no ambiente de trabalho.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Definir o conceito de gestão de recursos humanos;
- Explicar a importância de recursos humanos;
- Descrever os princípios para dimensionamento, recrutamento, seleção, integração e motivação de recursos humanos; e
- Motivar as pessoas com HIV no ambiente de trabalho.



TEMPO DE ESTUDO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta lição você precisa de, no mínimo 3 horas de tempo. Estas 3 horas devem ser divididas em leituras dos conteúdos da lição e em resoluções das actividades práticas.

7.5.1. Definição de gestão de recursos humanos

Gestão de recursos humanos é o conjunto de actividade que consiste em procurar, organizar e motivar, pessoas com qualificações profissionais e académicas certas para a realização do trabalho da empresa.

É responsabilidade do gestor dos recursos humanos procurar pessoas com qualificações profissionais e académicas, organiza-los de forma que sejam eficientes e eficazes dentro da empresa, e crie medidas para lhes motivar a se engajar cada vez mais nos objectivos da empresa.

7.5.2. Importância da gestão de recursos humanos

A gestão de recurso humano é importante para o crescimento das empresas, pois, permite:

- Encontrar pessoas com qualificações certas para realizarem as tarefas da empresa;
- Organizar da melhor forma as pessoas existentes na empresa, visando torna-las mais produtivas e eficientes;
- Motivar os trabalhadores, visando criar um bom relacionamento entre eles e com os gestores da empresa; e
- Fazer com os trabalhadores não saiam da empresa.

7.5.3. Princípios de dimensionamento, recrutamento, seleção, integração e motivação de recursos humanos

7.5.3.1. Dimensionamento de recursos humanos

Dimensionamento é o primeiro passo dentro da gestão de recursos humanos e consiste em determinar o número, as habilidades, as competências e o nível académico dos trabalhadores necessários para a empresa. Para melhor determinar o número e o perfil dos trabalhadores da empresa é preciso ter em conta os seguintes elementos:

- Conhecer os objectivos da organização;
- Conhecer as áreas de trabalho da empresa;
- Número de trabalhadores e qualificações necessárias para cada área;

- Conhecer o dinheiro a ser pago para cada trabalhador tendo em conta as suas qualificações e o trabalho que vai fazer na empresa; e
- Disponibilidade de dinheiro para pagar os trabalhadores a serem contratados.

Depois de fazer o levantamento destes elementos, passa para a fase de recrutamento.

7.5.3.2. Recrutamento de recursos humanos

Recrutamento de recursos humanos consiste em procurar, dentro ou fora da empresa, pessoas com qualificações necessárias para ocupar as áreas de trabalhos existentes na empresa.

Para realizar o processo de recrutamento envolve os seguintes elementos:

- Definição do número de trabalhadores necessários por cada área;
- Definição das actividades e responsabilidades para cada área de trabalho existente;
- Lançamento de anúncios;

NB: O anúncio pode ser feito através de comunicar aos amigos, parentes, pessoas próximas do seu convívio social que existem vagas a serem preenchidas; Fixar cartazes ou panfletos em locais apropriados; Fazer anúncios em rádios, jornais, revistas; ou utilizar *sites* na internet que oferecem serviços de recrutamento;

7.5.3.3. Seleção de recurso humanos

Depois de lançar o anúncio de que a sua empresa está precisando de trabalhadores, as pessoas vão aparecendo como cãndidos para a vaga de trabalho que você esta oferecendo. Agora, precisa de seleccionar o melhor candidato para ocupar as áreas de trabalhos que existe na sua empresa.

Seleção de recursos humanos consiste em comparar as qualificações desejadas pela empresa para ocupar as áreas de trabalhos com as qualificações dos candidatos. A ideia é escolher o candidato cujas qualificações estão mais próximas às desejadas pela empresa.

O processo de seleção é feito através de análise de currículo e/ou entrevista dos candidatos. Mediante a análise quer do currículo, quer da entrevista, o selecionador ou gestor dos recursos humanos procura verificar os seguintes elementos:

- Se o candidato está estudando ou possui algum curso de formação numa das áreas de actividades da empresa;
- Se o candidato possui alguma experiência anterior; e
- Os dados pessoais, nacionalidade e local de residência.

Importa saber que alguns gestores de recursos humanos, quando querem seleccionar um candidato, analisam o currículo e fazem a entrevista. Assim, depois de análise do currículo, as pessoas que são seleccionadas passam para a entrevista.

A entrevista consiste em uma conversa entre o gestor de recursos humanos e o candidato, na qual o gestor solicita ao candidato para falar da sua experiência, se tiver, ou das suas habilidades e competências sobre as actividades que se pretende na empresa.

Depois de seleccionar o candidato com qualificações adequadas ao tipo de trabalho que se pretende na empresa, passa para a fase de integração.

7.5.3.4. Integração de recursos humanos

Integração é fazer com que o candidato da seleccionado passe a fazer parte e seja conhecida pelos outros trabalhadores empresa. Para tal, você precisa apresentar o novo aos trabalhadores aos antigos, explicando em que área de actividade ele vai ajudar.

Você precisa também apresentar a empresa ao novo trabalhador, mostrando a ele as diversas áreas de actividades da empresa e seus responsáveis. Findo este exercício, precisa de indicar as tarefas que o novo trabalhador vai fazer, e deixa-lo trabalhar.

7.5.3.5. Motivação de recursos humanos

A motivação dos recursos humanos tem a ver com o reconhecimento da contribuição que os trabalhadores dão para empresa. Este processo caracteriza-se pelos seguintes elementos:

- Criar melhores condições de trabalho;
- Dar bônus, assistência médica, seguros, segurança social, transporte, etc;
- Tratá-los com cortesia e humildade e ser amigo e conselheiro de seus empregados e não agir emocionalmente em caso de problemas;
- Avaliar periodicamente o desempenho de cada um, elogiar ou premiar os que se distinguem;
- Seguir uma carreira de progressão profissional dos trabalhadores com melhoria de benefícios a medida que vai subindo; e
- Aumento de salário ou remuneração com base no desempenho do empregado.

7.5.4. HIV/SIDA no local de trabalho

Certamente que você já ouviu falar sobre HIV/SIDA. E possivelmente conhece algumas pessoas que vivem com a doença. De facto, as pessoas com HIV/SIDA vivem connosco quer nas nossas famílias, quer no nosso local de trabalho.

Quando o HIV/SIDA afecta os trabalhadores da empresa pode trazer consequências negativas, como as seguintes:

- Perda da capacidade de produção e experiência;
- Perda de trabalhadores;
- Aumento das despesas com os recursos humanos;
- Decrescimento da eficiência e produtividade; e
- Redução dos lucros.

Visando prevenir-se das consequências negativas de HIV/SIDA, as empresas são chamadas a contribuir com programas de aconselhamento para os trabalhadores aderirem aos métodos de prevenção e luta contra a doença no local do trabalho. Para tal, você deve:

- Promover campanhas sensibilização e educação sobre HIV-SIDA por meio de palestras, debates, organização e exibição de teatro, videos, etc.
- Permitir a entrada de activistas de HIV-SIDA, distribuição gratuita de preservativos e fixação de panfletos, cartazes;
- Reconhecer os direitos humanos básicos de todos os trabalhadores especialmente daqueles que vivem com o HIV/SIDA;
- Promover a solidariedade entre trabalhadores, protecção e apoio aos que vivem com o HIV/SIDA para permanecer produtivos tanto quanto possível.

A Lei 8/98, Cap. VI, artigo 216, número 7 estabelece como obrigação das empresas, promover a prevenção, combater o estigma e discriminação das pessoas infectadas como HIV/SIDA no local de trabalho.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por gestão de recursos humanos?
2. Explique a importância da gestão de recursos humanos.
3. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas.
 - a) Recrutamento como é um processo através do qual o gestor de recursos humanos procura pessoas para trabalhar na minha empresa;
 - b) O processo de seleção consiste em comunicar para o mercado que minha empresa possui vagas disponíveis;
 - c) A selecção das pessoas para trabalhar na empresa é feita através da avaliação do carro ou dinheiro que a pessoa tem;
 - d) Depois de seleccionar a pessoa certa para trabalhar na empresa temos que integrá-lo, apresentado aos colegas e a empresa, assim como as tarefas que ele deve fazer.
4. Que medidas você como empreendedor precisa tomar para prevenir e lutar contra o HIV/SIDA no ambiente de trabalho?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta, o estudante devia responder o seguinte: gestão de recursos humanos é o conjunto de actividade que consiste em procurar, organizar e motivar, pessoas com qualificações profissionais e académicas certas para a realização do trabalho da empresa.
2. Aqui, o estudante podia recorrer aos conhecimentos aprendidos na lição, formulando uma resposta como esta: a gestão de recursos humanos é importante porque permite encontrar pessoas com qualificações certas para realizarem as tarefas da empresa; organizar da melhor forma as pessoas existentes na empresa, visando torna-las mais produtivas e eficientes; motivar os trabalhadores, visando criar um bom relacionamento entre eles e com os gestores da empresa e fazer com os trabalhadores não saiam da empresa.
3. **a): V; b): F; c): F; d): V.**
4. Nesta pergunta o estudante devia formular a seguinte resposta: para prevenir e lutar contra o HIV/SIDA no local de empresa preciso de tomar as seguintes acções:
 - Promover campanhas sensibilização e educação sobre HIV-SIDA por meio de palestras, debates, organização e exibição de teatro, videos, etc.
 - Permitir a entrada de activistas de HIV-SIDA, distribuição gratuita de preservativos e fixação de panfletos, cartazes;
 - Reconhecer os direitos humanos básicos de todos os trabalhadores especialmente daqueles que vivem com o HIV/SIDA;
 - Promover a solidariedade entre trabalhadores, protecção e apoio aos que vivem com o HIV/SIDA para permanecer produtivos tanto quanto possível.

LICÇÃO Nº 6: NOÇÕES DE CONTABILIDADE

- Definição de contabilidade;
- Registos básicos (registo de caixa, registo de custo e registo de *sotck*).



INTRODUÇÃO

No dia-a-dia do seu negócio você vai movimentar dinheiro. Seja para compra de materiais necessários para a empresa, seja para pagamento de salários ou mesmo um dinheiro a receber dos seus clientes. Esta informação que envolve dinheiro, você precisa de registá-la como forma de assegurar melhor controlo e gestão.

Nesta lição, vamos abordar sobre definição de contabilidade. Abordaremos também sobre registos básicos, onde falaremos de registo de caixa, registo de custos e registos de stock.

Apelamos a sua atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução dos exercícios da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Definir o conceito de contabilidade;
- Descrever os registos básicos (registo de caixa, registo de custo e registo de *sotck*); e
- Fazer registos básicos (registo de caixa, registo de custo e registo de *sotck*).



TEMPO DE ESTUDO

Para melhorar apreensão dos conteúdos desta lição precisa de 3 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução das actividades.

7.6.1. Definição de contabilidade

Dentro de uma empresa há sempre movimentos de dinheiro. A empresa pode tirar dinheiro para comprar matéria-prima, pagar os trabalhadores, ou pode receber dinheiro de clientes que compram os produtos da empresa. Esta informação toda precisa de ser classificado, registada e demonstrada para facilitar a tomada de decisão dentro da empresa. O registo da informação de entrada e saída duma empresa chama-se contabilidade.

Contabilidade é o registo das transações e operações que envolvem dinheiro duma empresa.

7.6.2. Registos básicos

Para que a sua pequena empresa tenha melhor controlo do dinheiro que é movimentado, é preciso fazer registo ou anotações de todos movimentos que envolvem dinheiro. Os registos irão ajudá-lo a ter melhor controlo da empresa que significa saber a qualquer momento o que se passa com ela. Por exemplo:

- Quanto dinheiro a empresa tinha, tem ou terá num determinado momento;
- Quanto dinheiro a empresa gastava e ganhava por dia, quanto gasta e ganha hoje, quanto gastará e ganhará amanhã;
- Quantos materiais a empresa têm no seu armazém e no espaço de venda; e
- Quantos equipamentos a empresa tem e quanto custou cada.

Esta informação sobre materiais e equipamentos, dinheiros e pessoas tem que estar registados para ajudar a si na tomada de decisão.

7.6.3. Registo de caixa

O registo de caixa é conjunto de anotações de todas saídas e entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo. Permite saber quanto dinheiro entrou e saiu num dado momento, assim como saber donde veio ou para onde foi o dinheiro. Por exemplo, na venda dum bem, entra dinheiro. Na compra dum material, sai dinheiro. O registo de caixa é feito no **livro de caixa**, ta como mostra a tabela abaixo:

Data	Descrição	Ref.	Entrada	Saída	Saldo
01 Fevereiro de 2017	Saldo inicial (dinheiro que havia)		-	-	500
02 Janeiro de 2017	Compra de matéria-prima no valor de 200 MT			200	300
03 Janeiro de 2017	Venda de duas cadeiras no valor 450		450		750
4 Janeiro	Balaço		450	200	750

Repara que, no registo de caixa, temos o seguinte: no dia 1 de Fevereiro a empresa tinha um saldo inicial de 500 MT. No dia 02 do mesmo mês, a empresa tirou 200 MT para compra de matéria-prima, e por conta disso, ficou com saldo de 300 MT. Já no dia 03 de Janeiro, a empresa conseguiu vender duas cadeiras, tendo por isso, entrado dentro da empresa o valor de 450 MT. Este valor foi somado ao saldo que havia restado no dia anterior e totalizou 750MT.

Assim fazendo o balaço de entradas e saídas de dinheiro dentro da empresa, temos: entrada é de 450 MT, saída é 200 MT e saldo é 750 MT.

7.6.4. Registo de custos

O registo de custos são as anotações diárias dos pagamentos efectuados pela empresa por categoria de despesas. Este tipo de registo permite saber o dinheiro gasto num dado momento por categoria de despesas. Por exemplo quanto gastou na compra de matérias-primas, pagamento de renda, salários. O registo de caixa é feito no livro de custos.

Data	Descrição	Dinheiro gasto
Fevereiro	Matéria-prima	200
	Renda	500
	Transporte	100
	Salários	1000
28 Fevereiro		1800

7.6.5. Registo de stocks

O registo de stock é conjunto de anotações de entrada e saída de matéria-prima ou mercadoria dentro duma empresa.

Na sua empresa você adquirir matéria-prima necessária para a produção de bens e serviços ou mercadoria para vender na sua empresa. Assim, você precisa saber a quantidade de matéria-prima ou mercadoria que comprou e entrou na sua empresa.

Para melhor, controlo e gestão da sua empresa, ao trazer novas matérias-primas ou mercadorias, canalize-as para o seu armazém, onde será registado. Já do armazém pode tirar a quantidade de matéria-prima ou mercadoria necessária para área de produção ou de venda.

Contudo, sempre que entrar ou tirar alguma matéria-prima ou mercadoria no seu armazém, você precisa registar, a quantidade que entrou ou tirada, o dia em que entrou ou foi tirada e de onde veio ou para onde foi.

O registo de entradas e saídas do seu stock, permite saber por exemplos quantos artigos entraram e saíram do armazém ou loja num certo período de tempo. Também permite saber quem são os maiores fornecedores ou clientes. Quais são os artigos com maior movimento, quando pode fazer novas compras. O ideal é não deixar que tudo se esgote no armazém até ao ponto de ficar sem matéria-prima ou mercadoria.

Para tal, deve estabelecer uma quantidade de mercadoria ou matéria-prima que deve servir de meta para fazer novas compras.

Por exemplo, imagine que o seu negócio é venda de bicicletas. Você, compra bicicletas com outro fornecedor e vem vender na sua loja. Quando as bicicletas chegam a sua loja deve entrar no armazém e serem registadas. Depois é que pode sair do armazém para área de venda. Para tal, você vai fazer uma tabela como a que aparece em seguida:

Nome do artigo: Bicicleta Preço de venda: 700 MT Custo de compra: 500 MT			Meta para novas compras: 10 unidades		
Data	Descrição	Ref.	entrada	Saída	Existência
01 Fevereiro	Compra na empresa 1	VD 01	20	-	20
02 Fevereiro	Venda de bicicletas	Fact 1	-	5	15
03 Fevereiro	Venda de bicicletas	Fact 2	-	5	1

Na tabela, você tem o seguinte: no 01 de Fevereiro você comprou 20 bicicletas num fornecedor para serem vendidas na sua loja. Portanto, no seu armazém entrou 20 bicicletas. O dia 02 de Fevereiro sai do seu armazém 5 bicicletas para área de vendas, e todas foram vendidas no mesmo dia. No dia seguinte, também tirou do seu armazém para área de vendas 5 bicicletas para área de vendas, e todas foram vendidas. E como você, estabeleceu que o seu armazém não pode ficar com menos de 10 bicicletas, no dia seguinte precisa de encomendar novas bicicletas do seu fornecedor.

Acabou de aprender sobre registos básicos. Agora é hora de exercitar os seus conhecimentos, resolvendo as actividades que se seguem.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas.
 - a) Contabilidade é o registo das transações e operações que envolvem dinheiro numa empresa.
 - b) O registo de caixa é conjunto de anotações de todas saídas e entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo.
 - c) O registo de caixa é conjunto de anotações de todas entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo;
 - d) O registo de stock é conjunto de anotações de matéria-prima ou mercadoria que sai dentro numa empresa.
2. Faça o registo de caixa e custos e stock de um pequeno negócio a sua escolha.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. a): V; b): V; c): F; d): F.

2. Na segunda pergunta o estudante devia escolher um pequeno negócio qualquer por ele conhecido e fazer as demonstrações de registos de caixa, de custos e de stock, podendo obter tabelas como estas:

Registo de caixa					
Data	Descrição	Ref.	Entrada	Saída	Saldo
01 Fevereiro de 2017	Saldo inicial (dinheiro que havia)		-	-	200
02 Janeiro de 2017	Compra de um saco de batata reino			100	100
	Transporte			20	80
03 Janeiro de 2017	Venda 6 dez quilos de batata		150		230
4 Janeiro	Balaço		150	120	230

Registo de custos		
Data	Descrição	Dinheiro gasto
Fevereiro	Compra de um saco de batata reino	100
	Transporte de pessoa e batata	20
28 Fevereiro		120

Registo de stock					
Nome do artigo: Batata Preço de venda por Kg: 25 MT Custo de compra de 1 saco de 10 Kg: 100 MT			Meta para novas compras: 4 Kg		
Data	Descrição	Ref.	Entrada	Saída	Existência
01 Fevereiro	Compra de 1 saco de batata		10 Kg	-	10 Kg
02 Fevereiro	Venda de 6	Fact 1	-	6 Kg	4 Kg

LICÇÃO Nº 7: CUSTO, PREÇO E LUCRO

- Definição de custo;
- Cálculo de custo total;
- Definição e determinação de preço; e
- Definição e determinação de lucro;
- Orçamento.



INTRODUÇÃO

Na lição anterior falamos sobre contabilidade, registo de caixa, custo e stock. Nesta lição, abordaremos sobre como calcular o custo duma empresa, como determinar o preço dos bens e serviços, como a determinar o lucro, assim como elaborar um orçamento.

Convidámo-lo a prestar atenção e se dedicar o máximo possível na leitura dos conteúdos e na resolução dos exercícios da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta aula, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Definir e calcular o custo;
- Definir e determinar o preço;
- Definir e calcular o lucro; e
- Definir e elaborar um orçamento.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, precisa de 2 horas de tempo.

7.7.1. Custos e preços

Custos: é o dinheiro usado para compra da matéria-prima, pagamento de mão-de-obra, energia, água, entre outros bens que representam despesas para a empresa, necessário para produção de bens e serviços.

No exemplo da loja de bicicletas. Você compra as bicicletas com no seu fornecedor, paga transporte, paga energia, água e salários. Todas estas despesas representam os seus custos dentro da empresa. Contudo, você precisa calcular o custo total da empresa. Para tal, você tem listar todas as suas despesas e somar o dinheiro gasto com o pagamento das mesmas durante um período de tempo.

Período	Descrição	Custos
Mês de Fevereiro	Compra de 4 bicicletas	2000
	Transporte de 4 bicicletas	500
	Energia durante o mês	100
	Água durante o mês	50
	Salário mensal	1200
		3.750

Assim, a sua empresa teve o custo total de 3.750 (três mil e setecentos meticais).

7.7.2. Determinação de preço e lucro

Preço é o dinheiro que você determina para os clientes pagarem como forma de comprar os seus bens ou serviços. O preço é determinado com a soma entre custo de produção e margem de lucro.

$$\text{Preço} = \text{Custo do produto} + \text{Margem de lucro}$$

A margem de lucro é fixada mediante os os custos de produção e a percentagem do lucro que se espera obter. Por exemplo:

- Custo de compra e transporte de uma bicicleta, = 500 MT
- Margem de lucro esperada é de 20% =25 MT
- Preço de venda: $200 + 25$ = 225 MT

Lucro é dinheiro que sobra depois vender um produto e subtrair os custos de produção. O lucro é determinado pela seguinte fórmula:

$$\text{Lucro} = \text{Preço} - \text{custos}$$

Se você gastou 500 MT, com a compra e transporte de uma bicicleta, e vende a bicicleta a 700 MT, pode calcular o seu lucro.

$$\text{Lucro} = 700 - 500$$

$$\text{Lucro} = 200$$

Isso significa que o seu lucro é de 200 MT.

7.7.3. Orçamentação

Um orçamento é um plano que mostra o que você pretende comprar e a quanto vai comprar ou pagar um determinado bem ou serviço. Assim, você como gerente deve orçar os materiais, a mão-de-obra direta, as despesas gerais de produção, entre outras despesas.

Exemplo dum orçamento numa loja de bicicletas

Descrição	Quantidade	Preço por unidade	Preço total
Compra de bicicletas	10	500	10.000
Transporte de bicicletas	10	50	500
Água	1 Fatura	100	100
Energia	1 Fatura	200	200
Salários	2	1.400	2.400
Total			13.200

Assim, o orçamento total para loja de bicicletas é 13.200 (treze mil e duzentos meticais).



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas.

- a) Custo é o dinheiro usado para pagamento o salario dos trabalhadores apenas.
- b) Custo é o dinheiro usado para compra da matéria-prima, pagamento de mão-de-obra, energia, água, entre outros bens que representam despesas para a empresa, necessário para produção de bens e serviços.
- c) Preço é o dinheiro que você determina para os clientes pagarem como forma de comprar os seus bens ou serviços.
- d) Um orçamento é o dinheiro que você usa.

2. A senhora Jona é vendedora de peixe no bairro de Namikopo, na província de cidade de Nampula. Ela vai comprar uma caixa de peixe no mercado do peixe a 400 MT, e gasta com transporte 50 MT. Sabe-se que a margem de lucro aceitável neste negócio é 15%.

- a) Apresente o custo total do negócio da senhora Joana;
- a) Calcule a margem de lucro que ela ganha com a venda de uma caixa de peixe.
- b) Elabora o orçamento de compra e transporte do peixe.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. a): F; b): V; c): V; d): F.

2. Nesta questão, o estudante devia recorrer aos seus conhecimentos sobre custos, preço, lucro e orçamento, para formular respostas como estas:

a)

	Descrição	Custos
	Compra de uma caixa de peixe	400
	Transporte	50
Custo Total		450

O custo total da dona Joana é 450 MT.

b)

Gastos da dona joana	= 450
Percentagem de margem do lucro	= 15%
Margem de lucro	= $450 \times 15\%$
Margem de lucro	= 67.5
Preço	= Custos de producao + lucro
Preço	= $450 + 67.5$
Preço	= 517,5
Lucro	= Preço – custos de produção
Lucro	= $517.5 - 450$
Lucro	= 67.5
A dona Joana deve vender o peixe a 517.5 MT (quinhentos e desasseste meticais e cinquenta centavos) a caixa de peixe e terá o lucro de 67.5.	

c) Orçamento da dona Joana para compra e transporte de peixe.

Descrição	Quantidade	Preço por unidade	Preço total
Peixe	1 Caixa	400	400
Transporte	2 Bilhetes (ida-volta)	25	50
Total			450

LICÃO Nº 8: RISCOS NOS NEGÓCIOS

- Significado de riscos;
- Tipos de riscos; e
- Formas de gestão de riscos.



INTRODUÇÃO

Na vida existe a possibilidades de estar bem ou mal. Existe também a possibilidade, de um dia você a ficar doente ou sofrer acidente. Se for empresa, existe a possibilidade de a sua empresa ter maior sucesso como também a possibilidade de falir.

Nesta lição, vamos abordar sobre riscos nos negócios. Vamos explicar o significado de risco, descrever os tipos de riscos e falar sobre como pode gerir os riscos.

Apelamos a sua atenção e dedicação a leitura dos conteúdos e na resolução dos exercícios da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição espera-se que o estudante seja capaz de:

- Explicar o significado de risco;
- Descrever os diferentes tipos de riscos; e
- Explicar a forma de gestão de riscos.



TEMPO DE ESTUDO

Nesta lição, você precisa de 2 horas de tempo para se dedicar a leitura dos conteúdos e resolução de actividades.

7.8.1. Significado de risco

Risco é uma incerteza ou situação, positiva ou negativa, que pode ocorrer na sua vida ou da empresa em que você não esperava.

Tal como dissemos na introdução, há sempre duas possibilidades na vida, estar bem ou estar doente. Se for uma empresa, pode ter sucesso ou pode fracassar ou falir.

No caso dos negócios ou empresas, quando uma determinada situação acontece e não favorece a sua empresa ou negócio, dissemos que é uma ameaça. Contudo, quando favorece a sua empresa ou seu negócio, dissemos que é uma oportunidade.

O importante, é sempre ter em mente de que um dia pode acontecer algo que não esperávamos. E esse, algo representa risco quer para nós como pessoas quer para empresa.

7.8.2. Tipo de riscos nos negócios

As empresas ou negócios estão expostos a diversos tipos de riscos, aqui vamos descrever alguns:

Risco de mercado: este risco resulta das perdas que sua empresa pode ou negócio pode vir a sofrer por causa das mudanças no comportamento dos clientes, aumento de custos de matéria-prima e mudanças das taxas de câmbios e juros. Por exemplo, se você estiver a vender arroz Xirico, e de repente os clientes deixar de comprar esta marca de arroz, passarem a comprar arroz Feliz Família.

Riscos de liquidez: este risco resulta da incapacidade de pagar um determinado bem que pretendia comprar num determinado momento, quer por falta de tempo para ir pagar, quer por falta de dinheiro. Imagina, que você tenha uma dívida com um seu fornecedor, e tinham combinado um determinado dia para você pagar o dinheiro e não consegue por falta de tempo ou por falta de dinheiro. Você corre o risco de perder credibilidade perante o seu fornecedor.

Risco de crédito: é a possibilidade de não conseguir recuperar um dinheiro que um cliente está a dever-lhe. Se você estiver a vender os seus produtos a créditos, isto é, o cliente levar os produtos para pagar num outro dia combinado. Pode acontecer que o cliente não consiga dinheiro para vir pagar no dia combinado. Por essa razão, você está exposto ao risco onde receber ou não receber esse dinheiro.

Risco operacional: nas operações de produção da sua empresa pode ocorrer algumas falhas, resultados em produtos com defeitos de fabricos ou má qualidade dos serviços prestados. Por exemplo, você querer produzir 5 chapéus de palha e acontecer que dois destes chapéus não apresentam qualidade desejada devida a erros de fabrico.

Risco legal: é a possibilidade de, durante a sua actividade empresarial, as entidades do governo lhe aplicar uma multa por não ter observado adequadamente alguma ordem. Ou podem acontecer, ter que indemnizar um trabalho.

7.8.3. Formas de gestão de riscos

Como já sabe que em qualquer negócio sempre haverá riscos. Como forma de se precaver dos riscos, sobretudo aqueles que não são favoráveis a empresa, você precisa de adoptar forma de gerir os riscos. Para tal, é necessário seguir os seguintes passos:

- Identificar os possíveis riscos que podem afectar o seu negócio;
- Fazer uma avaliação qualitativa dos riscos;
- Preparar alternativas de combater os riscos;
- Controlar e avaliar a eficiência e eficácia das alternativas implementa como forma e combater os riscos.

Por exemplo, porque você sabe que um dia poder, acontecer um acidente no local de trabalho ou mesmo roubo, você prepara-se para combater esses riscos, procurando sinalizar os espaços que representam perigo para os trabalhadores e contratar os serviços de segurança.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Explique o significado de risco.
2. **Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas.**
 - a) Na vida, apenas as pessoas é que pode correr riscos.
 - b) Na vida, quer as pessoas como as empresas pode correr riscos.
 - c) Se eu estiver a vender arroz Xirico, e de repente os clientes deixar de comprar esta marca de arroz, passarem a comprar arroz Feliz Família. Isto representa um risco de liquidez para mim.
 - d) Se na sua empresa aceita que os clientes levem os produtos para pagar num outro dia, isso representa o risco de crédito.
 - e) As falhas de produção que resultam em produtos com defeitos dentro da sua empresa, constituem um risco legal.
3. Explique como pode gerir o risco dentro da sua empresa.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Risco é uma incerteza ou situação, positiva ou negativa, que pode ocorrer na sua vida ou da empresa em que você não esperava.
2. a): F; b): V; c): F; d): V; e) F.
3. Nesta pergunta o estudante devia explicar a firma de gestão de risco, podendo elaborar a seguinte resposta: para gerir risco na minha empresa, primeiro ia fazer a identificação de possíveis riscos que a minha empresa pode vir a sofrer; segundo desenhar possíveis alternativas de como superar esses riscos; em terceiro lugar ia implementar as estratégias de combate aos riscos e controlar a situação.

LICÃO Nº 9: SEGUROS NOS NEGÓCIOS

- Definição de seguro;
- Importância de seguro;
- Tipos de seguro.



INTRODUÇÃO

Para quem vive ou para tudo que existe no mundo há sempre existe algum risco. Por exemplo, você pode ficar doente e não ou pode sofrer acidente e contrair ferimentos e não ter dinheiro para ir ao hospital. Os negócios também correm riscos, pois, um dia podem não ter dinheiro suficiente para custear as suas despesas de funcionamento. Para minimizar os riscos que uma empresa ou pessoa podem correr é preciso serem assegurados.

Nesta lição, vamos falar sobre seguros nos negócios. Vamos definir o que é seguro, sua importância e os tipos de seguros.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição, o estudante deve ser capaz de:

- Definir seguro;
- Explicar a importância de seguros; e
- Descrever os tipos de seguros.



TEMPO DE ESTUDO

Nesta lição você precisa de 3 horas de tempo para leitura de conteúdos da lição e resolução de actividades.

7.9.1. Definição de seguro

Refere-se é a forma de substituir um risco que você ou sua empresa pode vir a ter, transferindo-o para uma entidade chamada seguradora que se encarrega de reparar os prejuízos resultantes do risco sofrido.

O seguro baseia-se na associação de riscos enfrentados por pessoas, empresas, entre outros. As pessoas e empresas por estarem cientes de que um dia podem sofrer riscos e não ter dinheiro na hora para custear as despesas, optam em transferir as despesas que resultarão do risco para uma entidade chamada seguradora.

A transferência de despesas resultantes de riscos para uma seguradora é feita mediante a assinatura de um contrato de seguro, no qual a pessoa ou empresa se obriga-se a pagar uma quantia de valor à seguradora e esta obriga-se a custear as despesas do indivíduo ou instituição em causa, em caso de sofrer risco.

Em Moçambique existe várias seguradoras. Contudo, podemos destacar a EMOSE e IMPAR.

7.9.2. Importância de seguro

O seguro é importante tanto para pessoas como para empresas. Por exemplo, se você ou sua empresa tiver contraído uma dívida com um banco, e o prazo em que se espera que pague a sua dívida chegue antes de conseguir dinheiro suficiente para pagar. Se você ou sua empresa tiver um contrato com uma seguradora, esta, vai pagar o banco. Mas se você, não tiver um contrato com a seguradora, o banco vem arrancar os seus bens ou da empresa.

O seguro cria estabilidade na sua vida financeira e económica e da empresa, pois, por mais que aconteça um risco qualquer na sua vida ou da empresa, a seguradora sempre vai ressarcir os danos causados pelo risco. O seguro ajuda na reparação dos danos pessoais e materiais causados pelos riscos.

Em caso de doença ou acidente, se você tiver um contrato de seguro, a seguradora vai pagar todas as despesas de receitas médicas.

7.9.3. Tipos de seguros

Na vida social e económica das pessoas e empresa existe vários riscos que podem acontecer. Por conta da diversidade de riscos, também existe diversos tipos de seguro.

Seguro pessoal ou de vida

Este tipo de seguro é destinado para pessoas e visa assegurar que em caso de doenças e acidentes, a seguradora pague todas as suas despesas de hospital. Ao assinar um contrato deste tipo de seguro, você se obriga a pagar, de forma periódica, uma quantia de dinheiro a seguradora. E esta, por sua vez vai custear as suas despesas de hospital em caso de doença e acidentes.

Seguro contra incêndios

Este tipo de seguro visa proteger os seus bens em caso de incêndio. Se você optar por este tipo de seguro, a seguradora vai repor os seus bens em caso de incêndios nas suas instalações.

Seguro contra roubo e assalto

Neste tipo de seguro, você se protege contra os prejuízos resultantes de roubo de mercadorias, bens, e outros bens. Isto significa que, em caso de prejuízos resultantes de roubo ou assalto a companhia de seguros vai pagar os bens roubados.

Perda de lucros

Você pode fazer um seguro contra perdas de lucros. Se você fizer este seguro, será compensado numa percentagem combinada das perdas sofridas.

Seguro automóvel

Este seguro é feito para assegurar os veículos contra todos os riscos. Este cobre os riscos de incêndio, roubo, acidentes, etc. O seguro contra todos os riscos, é muito bom para assegurar carros pessoais ou da empresa, pois, oferece protecção abrangente.

Seguro contra transporte de valores

O dinheiro a ser transportado dum lugar para outro por uma empresa pode ser segurado contra perdas em trânsito. Este seguro também pode ser feito para as instalações onde o dinheiro é guardado.

Seguro contra acidentes de trabalho

Um empreendedor pode efectuar um seguro contra os acidentes sofridos pelos trabalhadores no local de trabalho.

Avarias de máquinas e prejuízos indirectos

Você pode fazer um seguro contra os prejuízos resultantes de avarias de máquinas e prejuízos indirectos.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por seguro?
2. Qual é a importância do seguro para si e para sua empresa?
3. Indique os tipos de seguro que aprendeu.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Seguro é a forma de substituir um risco que você ou sua empresa pode vir a ter, transferindo-o para uma entidade chamada seguradora que se encarrega de reparar os prejuízos resultantes do risco sofrido.

2. O seguro é importante para mim e para minha empresa porque garante estabilidade financeira e económica, pois, por mais que aconteça um risco qualquer na minha vida ou da empresa, a seguradora sempre vai ressarcir os danos causados pelo risco. Em caso de doença ou acidente, o seguro vai pagar todas as despesas de receitas médicas, seguro contra roubos e assaltos, seguro contra perda de lucros,

Os tipos de seguro que aprendi são: seguro pessoal ou de vida, seguro contra incêndio, seguro de móveis, seguro contra o transporte de valores; seguro contra acidentes no trabalho e seguro contra avaria de máquinas.

LICÇÃO Nº 10: IMPOSTOS

- Significado de imposto;
- Tipos de impostos; e
- Importância socioeconómica dos impostos.



INTRODUÇÃO

Em Moçambique, como em outros países do mundo sempre as pessoas e empresas são obrigadas a contribuírem com algum para o Estado. E esse dinheiro que o Estado usa para pagar o salário dos professores, comprar os livros da escola, construir escolas e hospitais, entre outras infra-estruturas públicas.

Nesta lição vamos aprender sobre imposto, abordando de forma específica o significado de imposto, tipos de impostos e importância social e económica de imposto.

Convidámo-lo a prestar atenção e dedicação na leitura dos conteúdos e resolução de actividades práticas da lição.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição o estudante seja capaz de:

- Explicar o significado de imposto;
- Descrever os diferentes tipos de impostos; e
- Explicar a importância social e económica do imposto.



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição, você precisa de duas 3 horas de tempo para leitura dos conteúdos e resolução das actividades.

7.10.1. Significado de imposto

Imposto é um dinheiro obrigatório e não reembolsável que pessoas e empresas pagam ao governo para garantir a construção e o funcionamento das instituições públicas.

7.10.2. Tipos de impostos

Os impostos são vários e a sua designação pode variar de um país para o outro. Em Moçambique os impostos mais conhecidos e aplicados às pessoas e empresas são:

7.10.2.1. Impostos sobre o Rendimento de Pessoas Colectivas (IRPC)

É um imposto que é pago pelas empresas. Este imposto incide sobre os lucros da empresa, mesmo quando vem de actos ilícitos, isto é, a empresa tem por obrigação deduzir uma parte dos seus lucros dar ao Estado. Neste tipo de imposto, as empresas são obrigadas a deduzir uma taxa de 32% dos seus lucros e canalizarem para o Estado. Em Moçambique, é pago em três períodos diferentes, nos meses de Maio, Junho e Setembro de cada ano.

7.10.2.2. Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares (IRPS)

É um dinheiro que pessoas que vive no território nacional devem, por obrigação pagar ao Estado. Este imposto também é pago por aquelas pessoas que não vivem em Moçambique, mas trabalham ou trabalharam em Moçambique e por conta disso ganharam algum dinheiro.

Este imposto, é deduzido a partir dos rendimentos obtidos em Moçambique. A taxa a deduzir depende dos rendimentos em causa, conforme mostra a tabela a baixo.

Rendimentos colectáveis anuais	Taxas	Parcela a pagar ao Estado
Até 28.000,00 MT	10%	-
De 28.000,00 a 112.000,00	15%	1.400,00
De 112.000,00 a 336.000,00	20%	7.000,00
De 336.000,00 a 1.008.000,00	25%	23.800,00
Além de 1.008.000,00	32%	94.360,00

7.10.2.3. Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA)

O IVA é um imposto sobre o consumo final de bens e serviços que é colectado a cada fase do processo de produção e distribuição. Do ponto de vista do comprador, o IVA é um imposto sobre o preço de compra. Em cada compra de produtos ou pagamento de serviços, sempre há uma taxa de 17% do valor de compra do bem ou de pagamento do serviço que é deduzido e canalizado para o Estado.

7.10.2.4. Segurança social

Este imposto consiste numa obrigação que as empresas têm de inscrever os trabalhadores no Sistema Nacional de Segurança Social para passarem a canalizar uma parte do salário destes para ao Instituto Nacional de Segurança Social. Este dinheiro, é guardado no Sistema Nacional de Segurança Social, para em caso de reforma, acidentes ou doenças que resultem na incapacidade do trabalhador voltar a trabalhar, receba pensão por parte do estado.

As contribuições de segurança social são mensais, e tem como base o salario do trabalhador onde descontam:

- 3% com encargo do trabalhador;
- 4% com encargo da entidade patronal.

As entregas são feitas até ao dia 10 do mês seguinte ao que respeita o pagamento.

7.10.3. Importância socioeconómica dos impostos

Os impostos são importantes para a vida social e económica, pois, é através deles que o governo consegue reunir dinheiro necessário para financiar os serviços sociais para os seus cidadãos como educação, saúde, segurança e defesa, entre outros serviços. É traves dos impostos conseguem financiar os programas de desenvolvimento económico como pesquisa e desenvolvimento agrícola, construção e manutenção de estradas, abastecimento de água, etc. Ao pagar os impostos, as pessoas e as empresas contribuem para que os professores, médicos e enfermeiros, os polícias e bombeiros tenham salário.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. O que entende por imposto?
2. Fale da importância dos impostos.
3. Indique os tipos de impostos.



CHAVES DE CORRECÇÃO

1. Imposto é um dinheiro obrigatório e não reembolsável que pessoas e empresas pagam ao governo para garantir a construção e o funcionamento das instituições públicas.
2. A importância dos impostos é de permitir que o governo consiga dinheiro para financiar a construção e funcionamento de infra-estruturas sócias, como escolas, estradas, hospitais.
3. Os tipos de impostos são: Imposto Sobre o Rendimento de Pessoas Colectivas (IRPC), Imposto Sobre Rendimentos de Pessoas Singulares (IRPS), Imposto sobre Valor Acrescentado (IVA) e Segurança Social.

LICÃO Nº 11: COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

- Significado de comunicação;
- Tipos de comunicação; e
- Importância de comunicação.



INTRODUÇÃO

Caro estudante;

Na nossa vida diária, precisamos de comunicar, seja para transmitir as nossas ideias, desejos ou mesmo para receber informações de uma outra pessoa. Portanto, a comunicação é muito importante na nossa vida, assim como para as empresas. Dentro de empresa você vai precisar comunicar com os trabalhadores, clientes, fornecedores, entre outras pessoas.

Nesta lição, vamos abordar sobre comunicação empresarial. Concretamente, vamos definir o que entende-se por comunicação empresarial, descrever os tipos de comunicação e por fim falaremos da importância da comunicação empresarial.

Apelamos a sua atenção e empenho na leitura dos conteúdos e na resolução das actividades.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição espera-se que o estudante seja capaz de:

- Explicar o significado de comunicação empresarial;
- Descrever os tipos de comunicação; e
- Explicar a importância da comunicação empresarial.

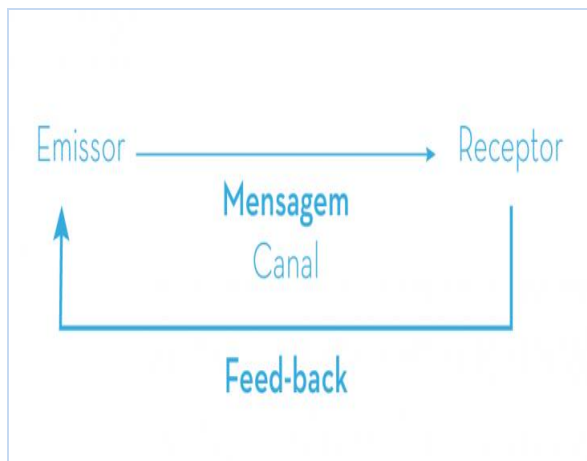


TEMPO DE ESTUDO

Nesta lição você precisa de 2 horas de tempo para se dedicar a leitura e resolução das actividades da lição.

7.11.1. Significado de comunicação empresarial

De forma geral comunicar é dar e receber informação. É um processo usado por duas ou mais pessoas para trocar ideias, transmitir conhecimento e compartilhar pensamentos e desejos.



O processo de comunicação é constituído por emissor, mensagem e receptor.

Emissor é aquele que emite a mensagem.

A mensagem é aquilo que é dito pelo emissor.

O receptor é aquele que recebe a mensagem.

Canal é o meio usado para transmitir a informação.

Feed-back: é a resposta que o receptor dá depois de receber a informação transmitida pelo emissor.

Fonte:^{ix}

Agora que você já sabe definir comunicação e conhece os seus elementos constituintes, vamos passar a definir comunicação empresarial.

Comunicação empresarial: é o conjunto de métodos e técnicas usadas pelas empresas para dar e receber informações com os trabalhadores, clientes, fornecedores, e outras pessoas.

Na sua empresa você precisa comunicar com várias, e certamente que vai comunicar. Contudo, nem sempre a comunicação é eficaz e eficiente devido a vários factores.

Imagine, que você pretende comunicar com os seus clientes, informando a eles que a sua empresa acaba de lançar um produto novo. E de repente você usa mensagem telefónica. Se eles não saberem ler, você terá gasto seu tempo e mensagens em vão, pois, eles não terão percebido nada.

Mas, se você tivesse pensado antes que os seus clientes não sabem ler, deveria ter usado outra forma de comunicar com eles, por exemplo, através anúncio na rádio ou televisão, ou mesmo através de uma chamada telefónica e não mensagem.

Para assegurar que a sua comunicação seja eficiente e eficaz, é necessário pensar na pessoa para qual pretende transmitir a informação. Saber, onde ele se encontra, qual é o canal adequado para fazer a informação chegar até a ele, o tipo de linguagem que deve usar.

7.11.2. Tipos de comunicado

A comunicação assume dois tipos a saber: comunicação verbal e não-verbal.

7.11.2.1. Comunicação Verbal

A comunicação verbal é aquela que acontece através da utilização da escrita e da fala, por exemplo, as cartas, livros, cartazes, radio, televisão, telefone.



Exemplo de pessoas a comunicar verbalmente.

As empresas, enviam e recebem cartas, quer para os trabalhadores quer para os clientes e fornecedores. Como também usam a televisão, rádio, jornal para divulgar os seus produtos.

7.11.2.2. Comunicação não-verbal

Este tipo de comunicação é feito através da utilização de sinais e gestos. Em algumas, vezes as pessoas usam sinais e gestos para se comunicar.



Este é um sinal usado para dizer que é proibido fumar e fazer lume.

Dentro das empresas podemos encontrar sinais que dão orientações as pessoas que circulam dentro das

As empresas e as pessoas usam essas duas formas de comunicação para trocar informações com os trabalhadores, clientes, fornecedores e parceiros. A escolha de cada tipo de comunicação depende do objectivo que a empresa quer atingir e do receptor para quem se destina a mensagem.

7.11.3. Importância da comunicação empresarial

A comunicação empresarial é muito importante para a vida das empresas, pois, permite:

- A troca de informações entre a empresa e a sociedade em que está inserida;
- Troca de informações entre a empresa e o governo;
- A troca de informações entre a empresa e os trabalhadores, dando orientações e recebendo sugestões;
- A divulgação dos objectivos da empresa e dos seus produtos;
- Troca de informações entre fornecedores e parceiros; e
- Manter boas relações entre trabalhadores e gestores, entre clientes e a empresa, entre o governo e a empresa.

Em suma, uma boa comunicação empresarial é a chave do sucesso para sua empresa ou negócio.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Defina comunicação empresarial.
2. Explique o que deve fazer para assegurar que a comunicação seja eficiente e eficaz.
3. Indique os tipos de comunicação e dê exemplos para cada tipo.
4. Fale da importância da comunicação empresarial.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Nesta pergunta o estudante devia responder que comunicação empresarial é o conjunto de métodos e técnicas usadas pelas empresas para dar e receber informações com os trabalhadores, clientes, fornecedores, e outras pessoas.
2. Para assegurar que a comunicação seja eficaz e eficiente é necessário pensar na pessoa para qual pretende transmitir a informação. Saber, onde ele se encontra, qual é o canal adequado para fazer a informação chegar até a ele, o tipo de linguagem que deve usar.
3. Os tipos de comunicação são: comunicação verbal acontece através da utilização de fala e escrita, por exemplo, reunião com os trabalhadores, cartas para os fornecedores, publicidade na rádio ou na televisão. Comunicação não-verbal, aquela que acontece mediante o uso de sinais e gestos, por exemplo, os sinais que encontramos dentro da empresa.
4. A importância de comunicação empresarial é de permitir que a empresa envie e receba informações para trabalhadores, clientes, governo, fornecedores e comunidade em geral.

LICÃO Nº 12: ÉTICA EMPRESARIAL

- Definição da ética empresarial;
- Importância da ética empresarial; e
- Princípios éticos com trabalhadores, clientes, governo e comunidade.



INTRODUÇÃO

Caro estudante,

Na vida existe certas regras que regem o funcionamento da comunidade. Quando alguém não segue as regras que regem o funcionamento da sociedade, diz-se que a pessoa está a agir incorrectamente. Em qualquer actividade que você for desenvolver existe certas a serem obedecidas. Ou seja, existe o bom e o errado, o correcto e o incorrecto. Na vida empresarial também há certas regras que você enquanto empreendedor deve seguir.

Nesta lição, vamos abordar sobre ética empresarial. Procuraremos definir ética empresarial, falar da importância da ética empresarial e descrever os princípios da ética empresarial.

Convidamo-lo a prestar atenção e dar o seu máximo na leitura dos conteúdos da lição e resolução das actividades.



OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM DA LIÇÃO

No fim desta lição espera-se que o estudante seja capaz de:

- Definir ética empresarial;
- Descrever os princípios da ética empresarial; e
- Explicar a importância da ética empresarial.
-



TEMPO DE ESTUDO

Para o sucesso da sua aprendizagem nesta lição você precisa de 2 horas de tempo para se dedicar a leitura e resolução de actividades.

7.12.1. Definição da ética empresarial

A ética tem a ver como comportamento das pessoas, procurando distinguir o bem e do mal. Para uma pessoa ser boa pessoa precisa ter um bom comportamento na sociedade, assim como, para uma empresa ser boa deve respeitar as pessoas com as quais se relaciona.

Ética empresarial é a forma como as empresas devem se comportar perante seus clientes, trabalhadores, fornecedores, governo, entre outras pessoas.

Uma empresa que respeita a ética é aquela que reconhece a existência dos trabalhadores, clientes, fornecedores, governos e a sociedade em geral, sendo que o seu negócio não prejudique qualquer uma das partes, mas sim ofereça benefícios.

7.12.2. Princípios da ética empresarial

A empresa estabelece relações com várias pessoas. Trabalhadores, clientes, fornecedores, governos, sociedade. Neste sentido, a empresa precisa desenvolver seu negócio sem prejudicar nenhum destes indivíduos. Por exemplo:

Com os trabalhadores: a empresa precisa criar melhor ambiente de trabalho, oferecendo todas condições necessárias para estes façam o seu trabalho. Deve tratar os trabalhadores com dignidade, recompensá-los de forma justa. Para tal: a empresa deve seguir os seguintes princípios éticos:

- Igualdade: a empresa deve respeitar todos trabalhadores, independentemente do seu grau acadêmico, sexo, raça, religião, filiação política e presença ou não de deficiência.
- Criar melhores condições de trabalho: a empresa deve garantir que o trabalhador tenha todo material e equipamento necessário para ele fazer o seu trabalho;
- Segurança e higiene no trabalho: a empresa deve garantir segurança no local de trabalho, oferecendo todos materiais e equipamentos necessários para evitar acidentes e contaminação de doenças; e
- Pagamento justo: a empresa deve pagar de forma justa os trabalhadores.

Com os clientes: a empresa deve respeitar os clientes e transmitindo confiança. Para tal, a empresa deve oferecer produtos de qualidade, saber atender bem os clientes, saber ouvir o cliente. Para tal a empresa precisa respeitar o seguinte:

- Honestidade: oferecer o que prometeu oferecer em termos de qualidade e quantidade;
- Cortesia: respeitar os clientes, ser pacientes com eles e trata-los com a educação.

Com fornecedores: a empresa precisa demonstrar respeito com os seus fornecedores, honrando com os seus compromissos, e mostrar transparência e responsabilidade nos negócios.

Com o governo: a empresa deve prestar contas ao governo, pagar impostos e respeitar as leis e as orientações do governo. Aqui, a empresa precisa de cumprir com o seguinte:

- Cumprir as leis empresariais;
- Pagar os impostos segundo a lei;
- Cumprir com os padrões de produção em termos de qualidade e de peso;
- Cumprir também as regras de higiene no ambiente do trabalho e para o meio ambiente.

Com sociedade: a empresa precisa garantir que a sua actuação não cria nenhum prejuízo a sociedade: para tal, a empresa deve seguir os seguintes princípios:

- Não poluir o meio ambiente;
- Participar e contribuir para a satisfação da comunidade;
- Criar oportunidades de emprego para os membros da comunidade; e
- Ajudar a sociedade em situação de emergência.

7.12.3. Importância da ética empresarial

A importância da ética empresarial é de permitir a construção de uma relação saudável e duradoura entre a empresa com os clientes, trabalhadores, fornecedores, governo e sociedade. Se a sua empresa ser eticamente responsável para com os trabalhadores, estes vão ficar felizes. E com os trabalhadores felizes, a empresa vai aumentar a sua produção e qualidade

nos seus produtos. E se os clientes estiverem satisfeitos com a empresa, eles vão comprar sempre, e a empresa vai aumentar lucros.

Uma empresa que respeita a ética empresarial, contribui para o bem-estar social, oferecendo produtos de qualidade à sociedade, respeitando a preservação do meio ambiente, dos recursos naturais por meio de uma actuação responsável, honesta que reconhece igualdade para todos.

No respeito ao meio externo, uma empresa que actua segundo mandam os princípios da ética empresarial, assegura uma relação saudável com o governo, assim como com as outras empresas, contribuindo com os impostos para o desenvolvimento económico de um país.



ACTIVIDADES DA LIÇÃO

1. Define ética empresarial.
2. O que faz uma empresa que respeita a ética empresarial?
3. Mencione alguns princípios éticos por si estudados.
4. Explique a importância da ética empresarial.



CHAVE DA CORRECÇÃO

1. Ética empresarial é a forma como as empresas devem se comportar perante seus clientes, trabalhadores, fornecedores, governo, entre outras pessoas.
2. Uma empresa que respeita a ética empresarial é aquela que reconhece a existência dos trabalhadores, clientes, fornecedores, governos e a sociedade em geral, e faz de tudo para que o seu negócio não prejudique qualquer uma das partes, mas sim ofereça benefícios.
3. Os princípios da ética empresarial são: honestidade e responsabilidade na prestação de serviços, respeito pelas leis, cumprimento no pagamento de impostos, criação de oportunidades de emprego para a sociedade, não poluir o meio ambiente, tratar os trabalhadores com dignidade e igualdade.
4. A importância da ética empresarial é de permitir a construção de uma relação saudável e duradoura com os trabalhadores, clientes, governo, fornecedores e comunidade, oferecendo produtos e serviços que a sociedade precisa para satisfazer as suas necessidades. Contribuir para o desenvolvimento social económico de um país através de criação de emprego e pagamento de impostos.



ACTIVIDADES DA UNIDADE/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas:
 - a) Para definir das características dos produtos é preciso procurar saber, quem será seu cliente, seus gostos e preferências, que quantidades e qualidades costumam comprar.
 - b) Para a definição das características dos produtos não é necessário saber quem será seu cliente, o que ele gosta e prefere e que quantidades e qualidades costumam comprar.
 - c) Para definir que tipo de meio deve usar para promover os seus produtos, precisa saber onde o seu cliente costuma frequentar, se assiste ou escuta televisão ou rádio, se lê jornal.
 - d) Pessoas impacientes são melhores para área de atendimento ao cliente.
 - e) Pessoas educadas, pacientes, sorridentes, simpáticas e alegres são melhores pessoas para as áreas de atendimento.
 - f) Recrutamento é um processo através do qual o gestor de recursos humanos procura pessoas para trabalhar na empresa;

- g)** O processo de seleção consiste em comunicar para o mercado que minha empresa possui vagas disponíveis;
- h)** Depois de selecionar a pessoa certa para trabalhar na empresa temos que integrá-lo, apresentando-a aos colegas e a empresa, assim como as tarefas que ele vai desenvolver na empresa.
- i)** Contabilidade é o registo das transações e operações que envolvem dinheiro numa empresa.
- j)** O registo de caixa é conjunto de anotações de todas saídas e entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo.
- k)** O registo de caixa é conjunto de anotações de todas entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo;
- l)** O registo de stock é conjunto de anotações de matéria-prima ou mercadoria que sai dentro numa empresa.
- m)** Se eu estiver a vender arroz Xirico, e de repente os clientes deixar de comprar esta marca de arroz, passarem a comprar arroz Feliz Família. Isto representa um risco de liquidez para mim.
- n)** Se na sua empresa aceita que os clientes levem os produtos para pagar num outro dia, isso representa o risco de crédito.
2. Indique as funções de gestão.
 3. Explique a importância de gestão.
 4. Quais são as etapas de produção?
 5. Quais são os elementos a ter em conta no processo de organização e dimensionamento do processo de produção?
 6. Qual é o nome da instituição que faz o reconhecimento e fiscalização de qualidade de produtos e serviços em Moçambique?
 7. Fale da importância de marketing para as empresas.
 8. Indique os elementos de marketing.
 9. O que entende por gestão de recursos humanos?
 10. Explique a importância da gestão de recursos humanos.
 11. Em que consiste o processo de gestão de risco dentro da sua empresa?
 12. Fale da importância da comunicação empresarial.
 13. Explique a importância da ética empresarial.
 - 14.** Fale da importância dos impostos.
 15. Qual é a importância do seguro para si e para sua empresa?



CHAVE DE CORRECÇÃO

1.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	k)	m)	n)
V	F	V	F	V	V	F	V	V	V	F	F	V

2. Aqui, o estudante devia indicar as seguintes funções de gestão: planeamento, organização, direcção e controlo

3. A importância da gestão é de estimular a motivação dos trabalhadores; adequar os processos e as funções; reduzir os custos de produção; aumentar as vendas da empresa; conseguir melhores resultados.

4. As etapas do processo de produção são: entrada de matéria-prima, transformação de matéria-prima e saída de bens e serviços.

5. Os elementos a ter em conta na organização e dimensionamento do processo de produção são: escolha de capacidade de produção, escolha da tecnologia de produção, e arrumação (layout).

6. O nome da instituição que faz o reconhecimento e fiscalização de qualidade de produtos e serviços em Moçambique é o instituto Nacional de Normalização de Qualidade (INNOQ)

7. O marketing é muitíssimo importante para o sucesso das empresas e negócios, pois, permite que as empresas satisfaçam as necessidades e os desejos dos clientes. E isso, faz com que a empresa tenha mais clientes, aumente as vendas e os lucros.

8. Os elementos de marketing são: o produto, a praça, o preço e a promoção.

9. Gestão de recursos humanos é o conjunto de actividade que consiste em procurar, organizar e motivar, pessoas com qualificações profissionais e académicas certas para a realização do trabalho da empresa.

10. A importância de gestão de recursos humanos é de permite encontrar pessoas com qualificações certas para realizarem as tarefas da empresa; organizar da melhor forma as pessoas existentes na empresa, visando torna-las mais produtivas e eficientes; motivar os trabalhadores, visando criar um bom relacionamento entre eles e com os gestores da empresa e fazer com os trabalhadores não saiam da empresa.

11. O processo de gestão de risco consiste, primeiro ia fazer a identificação de possíveis riscos que a minha empresa pode vir a sofrer; segundo desenhar possíveis alternativas de como superar esses riscos; em terceiro lugar ia implementar as estratégias de combate aos riscos e controlar a situação.

12. A importância de comunicação empresarial é de permitir que a empresa envie e receba informações para trabalhadores, clientes, governo, fornecedores e comunidade em geral.

13. A importância da ética empresarial é de permitir a construção de uma relação saudável e duradoura com os trabalhadores, clientes, governo, fornecedores e comunidade, oferecendo produtos e serviços que a sociedade precisa para satisfazer as suas necessidade. Contribuir para o desenvolvimento social económico de um país através de criação de emprego e pagamento de impostos.

14. A importância dos impostos é de permitir que o governo consiga dinheiro para financiar a construção e funcionamento de infra-estruturas sócias, como escolas, estradas, hospitais.

15. O seguro é importante para mim e para minha empresa porque garante estabilidade financeira e económica, pois, por mais que aconteça um risco qualquer na minha vida ou da empresa, a seguradora sempre vai ressarcir os danos causados pelo risco. Em caso de doença ou acidente, o seguro vai pagar todas as despesas de receitas médicas, seguro contra roubos e assaltos, seguro contra perda de lucros.



ACTIVIDADES DE FIM DE MÓDULO/PREPARAÇÃO PARA O TESTE

1. Defina empreendedor e dê exemplo de um empreendedor que conhece.
2. Indique as principais características do empreendedor.
3. Estabeleça a diferença entre trabalho e emprego.
4. Explique a importância do trabalho.
5. Mencione as formas de uso de forma de rendimento.
6. Fale da importância de poupar.
7. Faça um plano de gestão de tempo.
8. Defina oportunidade de negócio.
9. Indique as fontes de identificação de oportunidades de negócios?
10. Explique o que pode fazer se um amigo lhe apresentar uma ideia de negócio, convidando-lhe para juntos explorá-la.
11. O que significa FOFA e para que serve?
12. O que entende por estudo de mercado?
13. Qual é a importância de estudo de mercado?
14. Qual é a importância das empresas?
15. Indique os critérios usados para classificação das empresas.
16. Que tipo de licenciamento se aplica para pequenos negócios, sem grandes impactos ambientais?
17. Fale da importância do associativismo empresarial.
18. Descreve a importância do plano de negócio ou empresarial.
19. Indique os passos para elaboração de um plano de negócio e explique o que os elementos contidos em cada passo.
20. Mencione as fontes de financiamento que aprendeu.
21. Quais são as etapas de produção?
22. Quais são os elementos a ter em conta no processo de organização e dimensionamento do processo de produção?
24. Assinale com V as afirmações verdadeiras e com F as falsas.
 - a) Pessoas educadas, pacientes, sorridentes, simpáticas e alegres são melhores pessoas para as áreas de atendimento.
 - b) Recrutamento é um processo através do qual o gestor de recursos humanos procura pessoas para trabalhar na empresa;

- c) O processo de seleção consiste em comunicar para o mercado que minha empresa possui vagas disponíveis;
- d) Depois de selecionar a pessoa certa para trabalhar na empresa temos que integrá-lo, apresentando-a aos colegas e a empresa, assim como as tarefas que ele vai desenvolver na empresa.
- e) Contabilidade é o registo das transações e operações que envolvem dinheiro numa empresa.
- f) O registo de caixa é conjunto de anotações de todas saídas e entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo.
- g) O registo de caixa é conjunto de anotações de todas entradas de dinheiro dentro da sua empresa num determinado período de tempo;
- h) O registo de stock é conjunto de anotações de matéria-prima ou mercadoria que sai dentro numa empresa.
- i) Se eu estiver a vender arroz Xirico, e de repente os clientes deixar de comprar esta marca de arroz, passarem a comprar arroz Feliz Família. Isto representa um risco de liquidez para mim.
- j) Se na sua empresa aceita que os clientes levem os produtos para pagar num outro dia, isso representa o risco de crédito.



CHAVE DE CORRECÇÃO

1. Empreendedor aquele individuo que tem a motivação e capacidade para identificar uma oportunidade e criar um negócio, introduzindo um novo serviço, uma nova forma de fazer, uma nova matéria-prima para produção de um bem ou serviço. Exemplo, a senhora Clementina, moradora da zona, descobriu que no bairro não existia um salão de cabeleireiro para tratamento de cabelo das mulheres. Face a esta constatação, a senhora Clementina usou a sua criatividade e capacidade, juntando recursos e criou um salão de cabeleireiro na zona.
2. As três principais características do empreendedor é: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e auto-confiança.
3. Trabalho é conjunto de actividades e acções que o homem realiza com o objectivo de criar bens e serviços, visando suprir as suas necessidades humanas de sobrevivência enquanto emprego é a relação social de trabalho em que o homem obriga-se a realizar certas actividades para outrem em troca de uma remuneração salarial.
4. A importância do trabalho é trazer benefícios para mim e para comunidade, pois, permite: ter um emprego, ter um reconhecimento na sociedade pelo que você sabe fazer; permite que a sociedade tenha melhores bens e serviços.
5. As formas de uso de rendimento são: consumo imediato, poupança e investimento.
6. 3. Poupar é importante porque permite acumular dinheiro para responder às dificuldades urgentes da vida, adquirir bens ou custear despesas futuras; garantir uma reforma digna; abrir um negócio próprio; e obter em algum momento independência financeira.
7. Neste pergunta o estudante deve esboçar a matriz de priorização de actividades e o plano de gestão de tempo, apresentando tabelas como as que seguem em baixo:

Matriz de priorização de actividades

	Importante	Menos importante
Urgente		
Não urgente		

Plano de gestão de tempo

Ordem	Actividades	Período de realização
1 ^a		
2 ^a		
3 ^a		
4 ^a		

8. Oportunidade de negócio é uma ocasião, situação, e acontecimento ou falta de alguma coisa que seja favorável para implementação de ideia de negócio visando obter lucros e suprir o problema de desemprego, insatisfação, entre outro
9. As fontes de geração de ideias são: necessidades não ou mal satisfeitas, observação de tendências, insatisfação na ocupação actual, canais de distribuição, regulamentações governamentais e pesquisa e desenvolvimento;
10. Nesta questão, o estudante devia recorrer-se aos seus conhecimentos sobre identificação de oportunidades para afirmar que ira fazer uma avaliação da ideia de negócio que o amigo lhe apresentou, testando a sua viabilidade, e só depois de chegar conclusão de que a ideia é viável poderia aceitar.
11. FOFA significa forcas, oportunidade, fraquezas e ameaças e é uma metodologia usado para o planeamento nas empresas que consiste na identificação das forças para melhor mantê-las ou aperfeiçoá-las, das fraquezas para poder fortificar-se e tirar vantagens no negócio, das oportunidades para poder agarrá-las e tomar proveito delas e das ameaças para melhor se prevenir delas.
12. Estudo de mercado é o levantamento de uma série de informações sobre as características dos clientes, fornecedores e concorrentes, com objetivo de melhor posicionar seu negócio no mercado.
13. O estudo de mercado é muitíssimo importante tanto para quem quer iniciar um negócio, tanto para quem já tem um negócio em funcionamento, pois, permite que você conheça os clientes, sua localização e suas necessidades e desejos. Permite que você conheça os seus concorrentes, assim como os fornecedores. E isso, vai ajudar a tomar melhor decisão sobre o presente e o futuro do seu negócio.

14. As empresas são importantes, pois, constituem fonte de geração de riqueza e emprego para o dono da empresa e para comunidade, utilizam os recursos locais, pagam impostos para o estudo, produzem bens e serviços que necessitamos para suprir as nossas necessidades.
15. Os critérios usados para classificação das empresas são: **critério de sector de actividades:** aqui encontra-se três tipos de empresa: empresas do sector primário ou extrativo, empresas do sector secundário ou industriais e empresas do sector terciário ou de prestação de serviços; **critério de dimensão das empresas:** micro-empresas, pequenas empresas, médias empresas e grandes empresas; **critério de propriedade dos capitais:** empresas privadas, empresas públicas e empresas mistas ou participadas pelo estado; **critério jurídico:** empresas em nome individual e empresas em nome coletivo ou sociedades.
16. O tipo de licenciamento aplicado para pequenos negócios, sem grandes impactos ambientais é o licenciamento simplificado.
17. O associativismo empresarial é importante, pois, procura conseguir mercados locais e estrangeiros para os produtos dos seus membros; procurar obter matérias-primas para as empresas dos seus membros; conseguir melhor tecnologia de produção para as suas empresas; conseguir e fornecer programas e meios de formação para os seus membros; conseguir apoio financeiro e técnico dos bancos e de outras instituições de apoio e do governo; apoiar cada membro em momentos de necessidade; desenvolver e divulgar melhores sistemas de produção e gestão entre os seus membros;
18. O plano de negócio ou empresarial é importante porque permite: Arrolar todas as ideias sobre como o negócio será conduzido no papel; avaliar a viabilidade dos negócios em vários aspectos tais como, se terá clientes, haverá matéria-prima para produção de bens e serviços que a empresa se propõe a desenvolver, o negócio vai trazer rendimentos; obter financiamento; geralmente, pessoas que têm ideias de negócios, mas sem dinheiro para por em prática as suas ideias de negócios, recorrem aos empresários para pedir financiamento; e para tal, a pessoa precisa de o seu plano de negócio em mão para mostrar ao empresário; as pessoas que estão em frente do negócio ou da empresa façam uma melhor gestão, pois, como já tem tudo escrito no papel, será fácil comparar o que está escrito (plano) e o que estará a acontecer.

19. Nesta questão, o estudante deveria usar os seus conhecimentos para construir uma resposta mais ou menos como esta:

Elementos dum plano empresarial simples	
1. Título do projecto	É o nome que você atribui ao seu projecto.
2. Apresentação de proponente	É o espaço reservado para você se apresentar, dizendo seus dados pessoais, nível académico, experiência e conhecimentos na área do seu negócio, bens que possui para o projecto, etc.
3. Descrição do projecto	Descreve a ideia do projecto, localização, os objectivos a alcançar e os benefícios para si e para comunidade local. Demonstra também as forças e oportunidades com base na Análise FOFA.
4. Descrição do mercado	Descreve os tipos de clientes, suas necessidades e preferências; identifica os concorrentes, se houver, suas forças e fraquezas.
5. Capacidade de produção	Indique a quantidade máxima de produtos ou serviços a prestar num determinado período assim como a capacidade de produção dos equipamentos principais. Se for comércio, indique a capacidade da loja e dos armazéns.
Plano de Marketing	Descrição dos quatro elementos importantes denominados de 4P de marketing, nomeadamente: produto, praça, promoção e preço.
Plano financeiro	Apresentação da lista de investimentos ou bens duradouros que vai precisar na sua empresa e quanto custam, assim como a lista das necessidades do dia-a-dia da empresa. Faz-se também o cálculo do valor total para instalar e fazer o negócio funcionar.
12. Capa do projecto	A capa é a primeira folha, serve de rosto do projecto e deve conter algumas informações importantes: a) título do projecto; b) valor do custo do projecto, c) valor dos fundos próprios; d) valor dos fundos alheios (empréstimo), se existir; nomes dos donos; local do projecto e data de início do projecto.

20. Nesta questão, o estudante devia referir-se às seguintes fontes de financiamento:
Fundos próprios, doações e empréstimos.
21. As etapas do processo de produção são: entrada de matéria-prima, transformação de matéria-prima e saída de bens e serviços.
22. Os elementos a ter em conta na organização e dimensionamento do processo de produção são: escolha de capacidade de produção, escolha da tecnologia de produção, e arrumação (layout).
- 23.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)
V	V	F	V	V	V	F	F	V

Glossário

Força de trabalho: representa as capacidades físicas e outras a desenvolver pelos indivíduos nos diversos processos de trabalho.

Liquidez: é a facilidade de um ativo ser transformado em dinheiro sem perdas significativas em seu valor.

Marketing: é o processo usado para determinar que produtos ou serviços possam interessar aos consumidores, assim como a estratégia que será utilizada nas vendas, comunicações e no desenvolvimento do negócio.

Matéria-prima: é um produto natural ou semimanufaturado que deve ser submetido a um processo produtivo até tornar-se um produto acabado.

Mercadoria: é um bem que pode ser objeto de compra e venda.

Negócio: toda e qualquer atividade econômica com o objetivo de gerar lucro.

Parceria: é um arranjo em que duas ou mais partes estabelecem um acordo de cooperação para atingir interesses comuns.

Recursos: pode ser considerado como qualquer elemento utilizado para alcançar um determinado fim (recursos econômicos, recursos humanos, recursos financeiros).

Relação Social: refere-se ao relacionamento entre dois ou mais indivíduos no interior de um grupo social.

Risco: designa a combinação entre a probabilidade de ocorrência de um determinado evento (aleatório, futuro e independente da vontade humana) e os impactos (positivos ou negativos) resultantes, caso ele ocorra.

Bibliografia

Arantes, Elaine Cristina (2012). *Ética empresarial*. Instituto Federal do Paraná, Brasil.

Chiaveneto, Idalberto (2007). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 2 Ed, Saraiva, São Paulo.

Dornelas, José Carlos Addis (2008). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 3 Ed, Elsevier editora, Rio de Janeiro.

Dos Santos, Luciano (2012). *Sociologia do trabalho*. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Brasil

Duarte, Carlos e Esperança, José Paulo (2012). *Empreendedorismo e planeamento financeiro*. 1ª Ed. Edições Sílabo. Lisboa.

Estevão, Adelino Novais (2009). In INDE (2009). *Noções de Empreendedorismo: Empreendedorismo e dignidade do trabalho*. Modulo 1, Ensino Secundário Geral e Ensino Técnico Profissional.

Gomes, Roberto Kern et al (s/d). *A geração e o desenvolvimento de ideias em organizações empreendedoras*.

Novais, Estevão Adelino et al (2009). Livro de Noções de Empreendedorismo 11ª classe-Moçambique.

Pessoa, Sónia (s/d). *Comunicação Empresarial*. Centro Universitário de Belo Horizonte, Brasil

Polônio, Carlos (2013). *Comunicação Empresarial*. Secretaria de Educação de Pernambuco, Brasil

Teixeira, Sebastião (2013). *Gestão das organizações*. 3ª Ed. Escolar Editora. Lisboa.

Sites consultados

www.portaldogoverno.gov.br.

[http://2.bp.blogspot.com/-](http://2.bp.blogspot.com/-jAl3fM7zhus/TqYeGEGzCJI/AAAAAAAAABfg/4xUYA1yBGal/s1600/cascao4.jpg)

[jAl3fM7zhus/TqYeGEGzCJI/AAAAAAAAABfg/4xUYA1yBGal/s1600/cascao4.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-jAl3fM7zhus/TqYeGEGzCJI/AAAAAAAAABfg/4xUYA1yBGal/s1600/cascao4.jpg).

[http://knoow.net/wp-content/uploads/2017/04/Processo-de-](http://knoow.net/wp-content/uploads/2017/04/Processo-de-Comunicac%CC%A7a%CC%83o-Elementos-Fundamentais-728x312.png)

[Comunicac%CC%A7a%CC%83o-Elementos-Fundamentais-728x312.png](http://knoow.net/wp-content/uploads/2017/04/Processo-de-Comunicac%CC%A7a%CC%83o-Elementos-Fundamentais-728x312.png).

<https://bardasmatematicas.files.wordpress.com/2007/03/necessidades-e-consumo.pdf>