



SECRETARIA DE ESTADO  
DA JUVENTUDE E EMPREGO



# GUIÃO DO EMPREENDEDOR

2022





Sua Excelência  
**FILIPE JACINTO NYUSI**  
Presidente da República de Moçambique

---

# FICHA TÉCNICA

---

## **Guião do Empreendedor**

© 2022 Secretaria de Estado da Juventude e Emprego – Moçambique  
reprodução autorizada, excepto para fins comerciais, com indicação da  
fonte bibliográfica

### **Título:**

Guião do Empreendedor

### **Edição:**

Secretaria de Estado da Juventude e Emprego - SEJE

### **Direcção:**

Oswaldo Petersburgo  
O Secretário de Estado

### **Coordenação:**

Eduardo Chimela

### **Produção:**

Paulino Bungallah, Ana Maria Viage, Araújo Araújo, Titos Langa, Ivan  
Amade, Patrício Tivir e Nésio Muchanga

### **Ilustrações:**

Paulino Bungallah

### **Capa:**

Benigno Papeló

### **Maquetização, Arranjos e Impressão:**

Paulino Rodrigues - Global Touch

### **Revisão:**

Ângela Maria de Jesus Reane

### **Propriedade:**

Secretaria de Estado da Juventude e Emprego  
Av. 10 de Novembro, 2080, Maputo  
Tel: (+258) 21 342 100  
Site: [www.seje.gov.mz](http://www.seje.gov.mz)  
E-mail: [seje@gov.mz](mailto:seje@gov.mz)

### **Tiragem:**

5000 Exemplares

A Secretaria de Estado da Juventude e Emprego (**SEJE**) é o órgão central do Aparelho do Estado que, de acordo com os princípios, objectivos e tarefas emanados pelo Governo, é responsável pela definição, implementação de políticas, estratégias, programas económicos e sociais adoptados pelo Governo, assegurando a direcção, coordenação, planificação e controle da acção governamental nos domínios da juventude e do emprego.

---

# ÍNDICE

---

1.	Nota introdutória	12
2.	Eu, o Empreendedor	14
2.1	Perfil do empreendedor	16
3.	Passos para constituição de uma Empresa em Moçambique	23
3.1	A formalização da empresa	24
3.2	Tipos de sociedades comerciais	27
3.3	Tipos de tributação	29
4.	Saindo da ideia para acção	35
4.1	Debate da ideia	35
4.2	<i>Effectuation</i> (debate para materialização)	40
4.3	Modelo de negócio	43
4.4	Plano de negócios	47
4.5	Acesso ao recurso Capital	51
4.6	<i>Pitch</i> (vendendo a ideia)	53
5.	O dia-a-dia do negócio	54
5.1	O mercado	55
5.2	Gestão do Negócio	59
5.3	Marketing	61
5.4	Inovação	65
6.	Ecossistema empreendedor	68
7.	Conceitos importantes	72
7.1	Tipos de empreendedorismo	73
7.2	Tipos de empreendedores	77
8.	Bibliografia	81
9.	Anexos	82

---

## SIGLAS E ABREVIATURAS

---

- AEFUM** • Associação dos Estudantes Finalistas Universitários de Moçambique
- AFCFTA** • African Continental Free Trade Area (Zona de Comércio Livre Continental Africana)
- AGOA** • African Growth and Opportunity Act
- ANJE** • Associação Nacional de Jovens Empresários de Moçambique
- APIEX** • Agência de Promoção de Investimentos e Exportações
- AT** • Autoridade Tributária de Moçambique
- BAÚ** • Balcão de Atendimento Único
- BMC** • Business Model Canvas
- CIRPC** • Código de Imposto de Rendimento sobre Pessoas Colectivas
- CISPC** • Código do Imposto Simplificado para Pequenos Contribuintes
- CNJ** • Conselho Nacional da Juventude
- CPI** • Centro de Promoção de Investimento
- DGI** • Direcção Geral de Impostos
- e-FRN** • Folha de Relação Nominal Electronica
- FOFA** • pontos Fortes, Oportunidades, pontos Fracos e Ameaças
- GEM** • Global Entrepreneurship Monitor
- IFPELAC** • Instituto de Formação Profissional e Estudos Laborais Alberto Cassimo
- IMI** • Imposto Municipal sobre Imóveis
- INE** • Instituto Nacional de Estatística
- INEP IP.** • Instituto Nacional de Emprego-Instituto

## Público

- INJ IP.** • Instituto Nacional da Juventude-Instituto Público
- IMI** • Imposto Municipal sobre Imóveis
- INNOQ** • Instituto Nacional de Normalização de Qualidade
- INSS** • Instituto Nacional de Segurança Social
- IPEME IP.** • Instituto para Promoção das Pequenas e Médias Empresas-Instituto Público
- IRPC** • Imposto de Rendimento sobre Pessoas Colectivas
- IRPS** • Imposto de Rendimento sobre Pessoas Singulares
- IS** • Imposto de Selo
- ISPC** • Imposto Simplificado para Pequenos Contribuintes
- ISV** • Imposto sobre Veículos
- IVA** • Imposto sobre o Valor Acrescentado
- NUIT** • Número Único de Identificação Tributária
- OIT** • Organização Internacional do Trabalho
- ONG´s** • Organizações Não- Governamentais
- PME** • Pequenas e Médias Empresas
- SADC** • Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral
- SEJE** • Secretaria de Estado da Juventude e Emprego
- SIM** • Seguradora Internacional de Moçambique
- TAE** • Taxa sobre Actividade Económica.



---

# AGRADECIMENTOS

---

Organização Internacional do Trabalho (OIT), Autoridade Tributária de Moçambique (AT), Portucel Moçambique S.A, Associação Nacional de Jovens Empresários de Moçambique (ANJE), Conselho Nacional da Juventude (CNJ), Associação dos Estudantes Finalistas Universitários de Moçambique (AEFUM), ideaLab, Nivaldo Thierry, Wilsa Dias, Conde Madopera e Admira Amade.



## PREFÁCIO

O Secretário de Estado da Juventude e Emprego

*Oswaldo Armino Faquir Petersburgo*

Toda obra é uma contribuição para a sociedade e esta procura ser para o Empreendedorismo.

Empreender é tornar real, material e tangível uma ideia, num esforço intelectual e físico individual ou colectivo, envolto num manto de incertezas, mudanças e ansiedades. Deste modo, é imprescindível que o empreendedor usufrua das experiências e conhecimentos de pessoas especializadas e dos mais experimentados na matéria para minimizar riscos na materialização dos seus objectivos.

O empreendedorismo não só representa uma forma de trazer ao mundo real produtos e serviços que melhorem a qualidade de vida dos consumidores, como também é uma fonte de auto-realização, renda e emprego.

A maior parte dos jovens moçambicanos desenvolve as suas iniciativas empreendedoras num ambiente caracterizado por inúmeros desafios, mas carregados da convicção da importância e utilidade dos seus empreendimentos para si, suas famílias e a sociedade em geral, facto que constitui uma fonte de motivação e persistência.

Ao escolher o empreendedorismo, o jovem escolhe a opção da ocupação saudável que se alicerça na promoção da unidade nacional, contribuindo para a estabilidade social e desenvolvimento sustentável.


No quadro da sua missão, a Secretaria de Estado da Juventude e Emprego (SEJE), conjugando os esforços da sociedade na geração de mais e melhores empregos, procura promover as oportunidades de emprego formal com medidas concretas e activas, que passam pela melhoria do saber fazer através da formação profissional, financiamento e ferramentas pró-emprego.

É neste contexto que colocamos à disposição dos potenciais empreendedores e os em exercício, o presente manual, denominado “Guião do Empreendedor”.

O presente Guião pretende traduzir de forma prática e operacional os principais caminhos para a implementação formal de ideias de negócios em Moçambique. Outrossim, visa valorizar as múltiplas iniciativas dos jovens moçambicanos, que energicamente enfrentam o entusiasmo do ecossistema empreendedor, buscando o emprego e auto-emprego. A estes jovens, encorajamos e os desafiamos a persistirem com sagacidade e tenacidade.

Na expectativa de estarmos a contribuir para o engrandecimento e a valorização do empreendedorismo, em particular nos jovens, desejamos a todos uma boa leitura, que resulte na apropriação prática do seu conteúdo para mais e melhores empregos.

*Oswaldo Arriando Paquir Petersburgo*  
*Oswaldo Petersburgo*  
O Secretário de Estado da Juventude e Emprego



# 1 NOTA INTRODUTÓRIA

---

O Empreendedorismo tornou-se um tema actual e narrativa dos diferentes grupos sociais, não porque se trata de um fenómeno novo, mas devido ao impacto dos desafios que perpassam a nossa sociedade, facto que o tornam o motor da economia do nosso país.

O termo “empreendedorismo”, que também significa “realização”, actualmente, inclui outras áreas sociais como seja a protecção ambiental e negócios baseados em princípios éticos e de valores.

O desemprego e o sub-emprego constituem desafios de muitas economias, incluindo a de Moçambique, variáveis que nos últimos anos tem tido como resposta o auto-emprego, através do empreendedorismo.

No país, as taxas de desemprego e de subemprego situam-se em 17,5% e 12,5%, respectivamente. Embora não sejam excessivamente altas quando comparadas com as de outros países, em particular, a nível da SADC, estas constituem uma grande preocupação, razão pela qual, o governo tem implementado diversas medidas activas de promoção de emprego.

Os dados do Recenseamento Geral da População e Habitação, 2017, do INE, indicam que 33% da população

está na faixa etária dos 15-34 anos de idade, o que representa uma oportunidade para o desenvolvimento do país, por um lado e, por outro, um desafio na criação de condições para o seu bem-estar.

Assim, a SEJE pretende, com o presente Guião do Empreendedor, valorizar as iniciativas empreendedoras, em particular dos jovens, que com os seus próprios meios entram no mundo de negócios, mas também, dos jovens beneficiários das medidas activas de promoção de emprego designadamente, o Fundo de Apoio às Iniciativas Juvenis, o Meu Kit Meu Emprego, o Emprega e o Prémio Jovem Criativo implementadas através das unidades operativas nomeadamente o INJ IP., INEP IP. e IFPELAC.

O Guião está estruturado em 10 (dez) partes, sendo:

- i) Eu, o Empreendedor;
- ii) Perfil do Empreendedor;
- iii) Passos para constituição de uma empresa;
- iv) Saindo da ideia para acção;
- v) Plano de Negócios;
- vi) O dia-a-dia do Negócio;
- vii) Ecosistema Empreendedor;
- viii) Conceitos Importantes;
- ix) Bibliografia e
- x) Anexos.

## 2 EU, O EMPREENDEDOR

---

O que para muitos parece problema, dificuldade ou obstáculo, para outros é uma oportunidade perfeita que estavam à procura para colocar as suas ideias em prática e daí dar aquele “boooooommm”.

Inovar, inventar, reinventar, criar novos produtos e serviços e colocar novas ideias em prática são as alternativas para as pessoas que procuram sempre uma forma melhor e diferente de fazer algo, qualquer que seja ela, o mais importante é ver as ideias a tornarem-se em realidade e os sonhos a ganharem a forma e vida, transformando-se entre outros, em produtos, serviços e negócios.

Qualquer actividade empreendedora exige habilidades e competências e atitudes do empreendedor para poder alcançar os seus objectivos, a partir da qual se destacam as seguintes:

1. Produção escrita	8. Planificação e definição de metas	15. Controlo interno e auto-disciplina
2. Expressão oral	9. Capacidade de tomar decisões	16. Capacidade de gestão de riscos
3. Capacidade de ouvir	10. Marketing	17. Inovação
4. Capacidade de organização	11. Finanças	18. Abertura para mudanças
5. Construção de rede de relações comerciais	12. Contabilidade	19. Persistência
6. Capacidade de trabalho em equipe	13. Gestão	20. Liderança visionária
7. Tecnologia	14. Negociação	21. Habilidade para gestão de mudanças

---

## 2.1 Perfil do empreendedor

---

Não basta querer ser empreendedor! São exigidas qualidades, virtudes e atributos para ser empreendedor.

Abaixo estão alistadas algumas qualidades necessárias para transformar o leitor num bom empreendedor, o de sucesso.

- **Capacidade de detectar e aproveitar oportunidades**

- Esta é uma competência primária e essencial para qualquer empreendedor iniciar e a base para os empresários de sucesso, de pequenas e médias empresas.

- **Iniciativa ou capacidade de desenvolver novos produtos ou serviços**

- Esta competência pode ser comparada à ignição num automóvel, que deve ser accionada para pô-lo em funcionamento e deslocar-se para o destino.

- **Perseverança e resistência ao desânimo diante de obstáculos**

- As dificuldades são enfrentadas em qualquer projecto de vida, mas é importante não desanimar, acreditar e seguir em frente. Muitos tentam iniciar um empreendimento, e por diversos motivos, acabam desistindo, mas a persistência é uma das habilidades que se deve aprimorar todos os dias,



afim de se alcançar os objectivos desejados.

- **Interesse em fazer um trabalho de qualidade, superando os padrões** - Não basta querer fazer, é necessário que o produto/serviço tenha qualidade que supere, ou ao menos que se iguale ao do concorrente, só assim se conquista e se fideliza os clientes. Não relaxe, capriche na qualidade!
- **Esforço, dedicação e sacrifício para atingir os objectivos de trabalho ou cumprir os compromissos com os clientes** - Este comportamento é comum nos empreendedores que tem sucesso nos seus negócios, pois independentemente do tempo e esforço que devem empreender, mantêm o seu foco nos objectivos.

"...Um empreendedor deve ser versátil a ponto de compreender que cada cliente é um cliente e daí aprender a lidar com cada um deles, procurando ir ao fundo para compreender as necessidades destes e procurar supri-las, e ...é muito importante que o empreendedor seja persistente, tenha foco e acredite no seu produto ou serviço porque só assim poderá convencer os clientes a comprarem seu produto/ serviços...tudo que é negócio, funciona, há gente para



*Nivaldo Thierry*

(Jovem Estilista )  
Maputo

todos os gostos e prazeres, há que acreditar,... tudo que existe no mundo é vendível... tudo que penso, vale alguma coisa e há quem vai comprar o que produzo... muitas vezes não precisamos pensar em muitas ideias mas numa e acreditar nela... a persistência é a chave do sucesso, nada cai do céu, devemos tirar da cabeça que para sermos alguém na vida, temos de ser filhos do fulano ou beltrano, vamos acreditar no nosso potencial e fazer acontecer..."

- **Busca por eficiência** - Não basta fazer! É necessário buscar fazer sempre mais ou em menos tempo e/ou com melhor qualidade do que o esperado.
- **Auto-confiança para enfrentar os desafios** - A auto-confiança é essencial, embora não suficiente, para empreender e materializar o seu sonho no negócio, devendo o empreendedor demonstrar comprometimento.
- **Capacidade de persuasão e uso de estratégias de influência** - Não basta ter um bom produto/serviço, o empreendedor deve avaliar a sua capacidade de persuadir ou convencer outras pessoas a comprá-los, apoiado por uma rede de contactos que ajudam a desenvolver a sua actividade empresarial.
- **Reconhecimento da importância das relações comerciais** - Os empreendedores bem sucedidos das pequenas e médias empresas têm esta capacidade, onde as relações comerciais têm um espaço privilegiado, buscando sempre formas de consolidar os seus ganhos no mercado, demonstrando seriedade e comprometimento.
- **Análise de alternativas, antecipação de obstáculos e planificação sistemática de acções** - Avaliar bem os riscos ao tomar decisões, antecipar dificuldades, prevenir-se e ter sempre uma reserva para enfrentar "acidentes" de percurso, é de extrema importância.

- **Acompanhamento e supervisão do trabalho para garantir que as coisas sejam bem feitas e dentro do prazo** - Não basta confiar nos colaboradores, é sempre importante supervisionar de perto os trabalhos para garantir que a qualidade dos produtos/serviços seja mantida e aprimorada e que as entregas sejam feitas a tempo e horas.

"...nós não tínhamos nenhum dinheiro para começar a empreender, começamos a fazer estudo de como poderíamos empreender nessas condições, daí desenhamos um modelo de negócio e submetemos a um potencial investidor, ele gostou do nome, abraçou a ideia e assim iniciamos... estamos a crescer, quer em termos reputacionais, bem como financeiros, e os principais factores que contribuíram para este crescimento são: foco, persistência, ousadia para termos bons contactos,



*Wilsa Dias*

(Empreendedora na área  
de Consultoria e Apoio ao  
Negócio)  
BELIEVER Team Leader  
Maputo

networking é importante para o sucesso do negócio, criatividade, resiliência e inteligência emocional. Atenção que persistência não é igual a teimosia. Nós empreendedores temos a mania de achar que somos persistentes enquanto estamos a ser teimosos, só sabemos as coisas quando tentamos, é preciso tentar e se não der certo, devemos rapidamente ajustar o nosso plano, as tecnologias reduzem muito os custos pois podemos fazer negócio online, fazer pagamentos e enviar os productos etc, hoje existem oportunidades que os jovens podem abraçar, sem gastar assim tanto capital, em Moçambique há espaço para o jovem empreender..."

---

## 3. PASSOS PARA CONSTITUIÇÃO DE UMA EMPRESA EM MOÇAMBIQUE

---

O Empreendedor com o objectivo definido para o negócio deve elaborar a missão e visão da empresa, podendo recorrer a especialistas.

### Missão

Trata-se da razão de ser da empresa ou do empreendimento, expressa de forma clara, o objectivo da organização, os seus produtos ou serviços e o público alvo.

**DICA:** A missão distingue a organização das demais, sendo uma fonte de orientação de todos os planos, sonhos, estratégias, objectivos, políticas e resultados

### Visão

A visão representa o que a organização pretende ser num futuro próximo ou distante, ou seja, declaração sobre a direcção que a empresa pretende seguir, de acordo com as suas aspirações e crenças.

**DICA:** É a personalidade e carácter do empreendedor, pois reflecte um conjunto de intenções que congregam objectivos grandiosos, difíceis e audaciosos.

## 3.1 A formalização da empresa

Os passos abaixo descritos servem para o processo de formalização de uma micro ou pequena empresa, contudo, há detalhes específicos não descritos aqui. A título de exemplo, para as empresas prestarem serviços e venderem bens ao estado, devem estar cadastrados na UFSA (Unidade Funcional de Supervisão das Aquisições) e, no caso do privado, pode ser necessário a apresentação de certificação internacional de qualidade ISO (International Standards Organization).

HABILIDADES		
N.O	PASSOS	OBSERVAÇÕES
1.	Escolha da Forma Jurídica	Decisão Pessoal
2.	Escolha do nome	Decisão Pessoal O nome deve ser de escrita e pronúncia fácil e que espelhe a ética, valores morais e culturais, etc...
3.	Reserva do nome	<b>Onde:</b> BAÚ <b>Requisitos:</b> BI do requisitante e Requerimento.
4.	Elaboração de estatutos	<b>Onde:</b> N/A
5.	Reconhecimento de estatutos	<b>Onde:</b> Cartório Notarial <b>Requisito:</b> Duas cópias do Estatuto e presença dos sócios com as respectivas cópias de BI.

6.	Publicação de estatuto no BR	<b>Onde:</b> Imprensa Nacional <b>Requisitos:</b> Certidão Negativa, Cópias dos documentos de identificação dos sócios, talão de depósito bancário na conta aberta em nome da futura empresa e estatutos.
7.	Registo da sociedade	<b>Onde:</b> Conservatória do Registo Comercial <b>Requisitos:</b> Requerimento e apresentação da cópia do BR com os estatutos publicados.
8.	Pedido de NUIT	<b>Onde:</b> Bairro Fiscal ou BAÚ <b>Requisitos:</b> Cópias autenticadas das Identificações dos sócios e os seus respectivos NUIT's pessoais para além das certidões comerciais.
9.	Obtenção do Alvará ou Licença	<b>Onde:</b> BAÚ ou Conselho Municipal <b>Requisitos:</b> Documento de identificação, Certidão de registo da entidade legal ou cópia da publicação do estatuto da sociedade comercial no BR e a prova da qualidade do requerente, NUIT, Licença ambiental para as actividades de categoria C.
10.	Registo fiscal	<b>Onde:</b> Autoridade Tributária – Área Fiscal <b>Requisitos:</b> Certidão da Empresa, NUIT, Declaração de início de actividade e cópias de BI dos assinantes.



<b>11.</b>	Declaração de início de actividade	<p><b>Onde:</b> Serviços Provinciais de Justiça e Trabalho</p> <p><b>Requisitos:</b> Carta de comunicação de início de actividades, Cópia do Alvará ou Licença; Cópia do Modelo (M/02) e cópia do BI do representante da empresa.</p>
<b>12.</b>	Abertura de conta bancária	<p><b>Onde:</b> Banco comercial da praça à escolha do cliente</p> <p><b>Requisitos:</b> Certidão Negativa, Projecto de Estatutos, documentos de identificação dos accionistas.</p>
<b>13.</b>	Inscrição na Segurança Social	<p><b>Onde:</b> INSS</p> <p><b>Requisitos:</b> Identificação dos Sócios; Cópia da licença; Cópia do NUIT; Cópia da carta de início de actividade, formulário do INSS.</p>
<b>14.</b>	Registo da marca	<p><b>Onde:</b> Instituto de Propriedade Industrial</p> <p><b>Requisitos:</b> Certidão da Empresa, NUIT, Declaração de Início de actividade e cópias de BI dos assinantes.</p>
<b>15.</b>	Inscrição na e-FRN	<p><b>Onde:</b> Centro de Emprego do INEP IP.</p> <p><b>Requisitos:</b> Declaração de início de actividade, Declaração de NUIT, Declaração do número de contribuinte do INSS e Alvará.</p>

## 3.2 Tipos de sociedades comerciais

---

O empreendedor deve observar alguns passos, que compreendem: escolher uma ideia eficaz, obter conselho, elaborar um plano, privilegiar o associativismo, legalizar o negócio e apostar na capacitação contínua. Para formalização da empresa, observam-se os seguintes passos:

ITEM	EMPRESA INDIVIDUAL (EI)	SOCIEDADE UNIPESSOAL	SOCIEDADE POR QUOTAS	SOCIEDADE ANÓNIMA
<b>NÚMERO DE SÓCIOS</b>	Um proprietário	Único	No mínimo 2 (dois), máximo 23	No mínimo 3 (três)
<b>TIPO DE PESSOA</b>	Pessoa física	Pessoa física	Pessoa física e pessoa colectiva ou empresas	Pessoa física e pessoa colectiva ou empresas
<b>ESTATUTOS</b>	Não tem	Tem	Tem	Tem
<b>PUBLICAÇÃO BR</b>	Não	Sim	Sim	Sim
<b>DIVULGAÇÃO DOS PROPRIETÁRIOS</b>	Sim, na certidão comercial	Sim, na certidão comercial e no estatuto	Sim, na certidão comercial e no estatuto	Não
<b>CAPITAL SOCIAL</b>	Não tem valor definido.	Uma única Quota e valor definido pelo sócio único	Quotas (consoante o número de sócios) e valor definido pelo sócio	Tem Acções; a um dado valor corresponde a uma acção.

<b>INVESTIMENTO/ INJEÇÃO DE VALORES/ AUMENTO DO CAPITAL SOCIAL</b>	O proprietário é que investe o seu próprio valor ou o adquire por meio de empréstimo.	Depende do sócio único o aumento do capital social. Na busca de injeção de capital pode recorrer a financiamentos bancários ou externos	Depende dos sócios o aumento do capital social. Na busca de injeção de capital pode recorrer a financiamentos (internos através de empréstimos dos sócios ou externos aos bancos).	Depende dos accionistas o aumento do capital social com a emissão de mais acções. Na busca de injeção de capital pode facilmente recorrer a financiamentos (internos ou externos). A emissão de mais acções e a sua colocação no mercado facilita a financiamento
<b>VISIBILIDADE E CONFIANÇA</b>	Pouca	Pouca	Normal	Elevada
<b>TIPO DE PROJECTO</b>	Pequenos	Pequenos	Médios e Grandes	Grandes
<b>CUSTO</b>	Menor	Menor	Médio	Maior

---

## 3.3 Tipos de tributação

---

O Estatuto Geral das Micro, Pequenas e Médias Empresas (Decreto n.º 44/2011, de 21 de Setembro) assim define as PME's em Moçambique:

Categoria da Empresa	No de Trabalhadores	Volume de Negócios Anual (Meticais)
Micro	1 á 4	Até 1.200.000 Mts
Pequena	5 á 49	1.200.000 á 14.700.000 Mts
Média	50 á 99	14.700.000 á 29.900.000 Mts

**NB:** Dois critérios são fundamentais designadamente, o volume de negócios e o número de trabalhadores. Igualmente, uma PME não deve ter mais de 25% de participações detidas por uma grande empresa ou pelo Estado. O critério de volume de negócio prevalece sobre o de número de trabalhadores.

Com a finalidade de reduzir os custos de cumprimento das obrigações tributárias, através da simplificação de procedimentos, pela Lei 5/2009, de 12 de Janeiro, foi aprovado o Código do Imposto Simplificado para Pequenos Contribuintes (CISPC).

O imposto aplica-se às pessoas singulares e colectivas que exercem no território nacional, actividades agrícolas, industriais ou comerciais, de pequena

dimensão, incluindo a prestação de serviços, cujo volume de negócios anual seja igual ou inferior a 2.500.000,00Mt.

O ISPC abrange pessoas singulares ou colectivas, que desenvolvem actividades agrícolas, industriais ou comerciais, tais como comercialização agrícola, comércio ambulante, comércio por grosso e a retalho, misto e o comércio rural, incluindo em bancas, barracas, quiosques, cantinas, lojas e tendas, bem como a indústria transformadora e de prestação de serviços e exportadores e importadores (n<sup>os</sup> 1 e 2 do artigo 3 do CISPC).

Segundo o CISPC, o imposto incide sobre o volume de vendas realizado durante o ano fiscal pelos sujeitos passivos cujo volume de negócios seja igual ou inferior a 2.500.000,00MT. Por outro lado, não se impõe a obrigatoriedade de, para efeitos dos Impostos sobre o Rendimento, possuir contabilidade organizada, sendo que, para o caso de sujeitos passivos, que iniciam a sua actividade, o volume de negócio a considerar depende da previsão do próprio sujeito passivo na Declaração de início da actividade e confirmada pela Administração Tributária.

N.O	Pergunta	Resposta
1	Quem deve pagar o ISPC?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Todas as pessoas singulares ou colectivas que desenvolvam actividades agrícolas, industriais ou comerciais, tais como: a comercialização agrícola, o comércio ambulante, o comércio geral por grosso, a retalho, misto e rural, incluindo em bancas, barracas, quiosques, cantinas, lojas e tendas, bem como a indústria transformadora e a prestação de serviços, ficando, também, abrangidos os exportadores e importadores, nºs 1 e 2 do artigo 3 do CISPC.</li><li>• Os que não sejam obrigados, para efeitos dos Impostos sobre o Rendimento, a possuir contabilidade organizada, com a particularidade de no caso de sujeitos passivos que iniciem a sua actividade, o volume de negócios a considerar é estabelecido consoante a previsão efectuada pelo próprio sujeito passivo na Declaração de início da actividade e confirmada pela Administração Tributária.</li></ul>
2	Qual é o volume de negócio anual?	Iguar ou inferior a 2.500.000,00Mt.
3	Quanto se paga no ISPC?	ISPC é devido por cada exercício fiscal, que coincide com o ano civil, à taxa anual de 75.000,00MT e, alternativamente, é aplicável a taxa de 3% sobre o volume de negócios desse ano, havendo benefício da redução da taxa do imposto em 50%, no primeiro ano do exercício da actividade, para os sujeitos passivos que iniciem a actividade e optem por este regime.

4	E sobre o IVA?	Nos termos do artigo 2 do Código do IVA devem pagar o IVA (17%), as pessoas singulares ou colectivas residentes ou com estabelecimento estável ou ainda com representação em território nacional, que de um modo independente e com carácter de habitualidade, exerçam com ou sem fins lucrativos, actividades de produção, comércio ou prestação de serviços, incluindo as actividades extractivas, agrícolas, silvícolas, pecuárias e de pesca.
5	Há isenção sobre o IVA?	O Código do IVA estabelece que beneficiam de isenção do IVA, os sujeitos passivos, que não possuindo nem sendo obrigados a possuir contabilidade regularmente organizada, para efeitos de tributação sobre o rendimento, nem praticando operações de importação, exportação ou actividades conexas, tenham atingido, no ano civil anterior, um volume de negócios igual ou inferior a 750.000,00MT. Ressalva-se que no caso de sujeitos passivos, que iniciem a sua actividade, o volume de negócios a tomar em consideração é estabelecido de acordo com a previsão efectuada relativa ao ano civil corrente e constante da declaração de início de actividade, após confirmação pela Direcção Geral de Impostos (DGI).
6	Quem está sujeito ao regime de tributação simplificada?	Todos os contribuintes com volume anual de negócios superior a 750.000,00MT e inferior a 2.500.000,00MT, que não possuindo, nem sendo obrigados a possuir, contabilidade regularmente organizada para efeitos de tributação sobre o rendimento, não efectuem operações de importação, exportação ou actividades conexas, sendo o volume anual de negócios, o valor definitivamente tomado em conta para efeitos de tributação em imposto sobre o rendimento.

<b>7</b>	<b>Quem deve pagar o IRPS?</b>	Todas as pessoas singulares que residam em território moçambicano e as que nele, não residindo, obtenham rendimentos, com a excepção daquelas, cujo rendimento anual colectável é inferior ou igual a 225.000,00MT.
	<b>E sobre Taxa por Actividade Económica?</b>	Taxa por Actividade Económica é devida pelo exercício de qualquer actividade de natureza comercial ou industrial, incluindo prestação de serviços, no território da respectiva autarquia, desde que exercida num estabelecimento, revestindo a natureza de licença de porta aberta. A taxa por actividade económica será aplicada relativamente a cada estabelecimento afecto às actividades, por determinado quantitativo certo, graduado consoante os seguintes factores: Natureza da actividade exercida; Localização do estabelecimento e Área ocupada.
	<b>Período de pagamento da Taxa por Actividade Económica?</b>	É paga em três prestações sendo a 1ª de 1 à 31 de Março, a 2ª de 1 à 31 de Maio e a 3ª e a última prestação de 1 à 30 de Setembro, podendo ser paga numa única prestação até 31 de Março, nas administrações dos Distritos Municipais.
<b>8</b>	<b>E se eu não pagar os impostos?</b>	Sobre as infracções tributárias, a lei as definiu como factos típicos, ilícitos e culposos declarados puníveis pelas leis tributárias, podendo ser crimes, contravenções ou transgressões, à elas são aplicáveis penas de prisão, prisão maior ou multa, consoante sejam crimes ou infracções tributárias formais.



	<b>E sobre INSS?</b>	A taxa de contribuição para o sistema de segurança social é de 7 %, sendo 3% descontado do salário do trabalhador e 4 % pago pela entidade empregadora. Em nenhum momento o trabalhador deverá ser obrigado a pagar o valor que cabe à entidade empregadora (artigos nºs 01 e 02 do Decreto 04/90, de 13 de Abril). As contribuições dos trabalhadores são descontadas directamente dos salários mensais e a entidade empregadora deve incluir na folha de remunerações a parte que lhe cabe pagar e remeter ao Instituto Nacional de Segurança Social
--	----------------------	--

## 4. SAINDO DA IDEIA PARA ACÇÃO

---

---



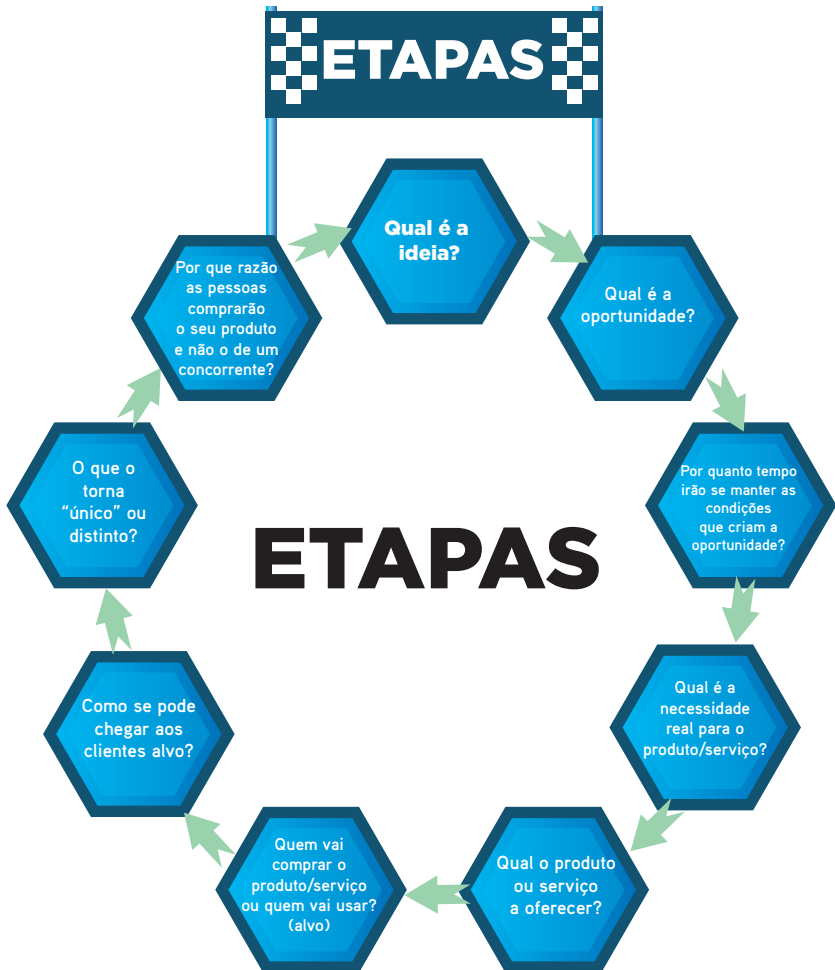
Não basta ter uma ideia, é necessário ser tirada da cabeça e colocada em prática para obter resultados. A seguir são apresentados passos para transformação da ideia em acção.

---

### 4.1 Debate da ideia

---

O sucesso do empreendedorismo passa pela capacidade de transformar a ideia que não está clara para algo concreto. A ideia de negócio exige a planificação, identificação e aplicação de recursos, competências e parcerias para a criação do valor. É um passo intermédio entre a definição e validação da ideia e a elaboração do modelo e do plano de negócios.



A ideia é o ponto de partida para uma grande viagem ao mundo do empreendedorismo, mas é fundamental saber como vendê-la.

Para vender a ideia, o empreendedor deve identificar a razão da existência da empresa.

É fundamental identificar o público-alvo, os factores de concorrência, o modelo de negócio (estrutura da empresa) e o respectivo plano de negócio.

Mostrando-se necessário empregar pessoas, é necessário identificar uma equipa com talentos e comprometida com os objetivos do negócio.

É recomendável efectuar um levantamento dos requisitos necessários para materializar a ideia como seja a abertura de contas, tramitação de documentos (NUIT, Alvará, etc.)

**Dica:** Para reduzir os riscos e maximizar as oportunidades, todo o negócio precisa de uma análise básica, o conhecido “SWOT” ou FOFA para identificar:

- **Pontos fortes** - todas as características/ qualidades que se demonstrem como uma mais-valia directa associadas ao meio interno, ou seja, à empresa e ao negócio;

- **Pontos fracos** - relacionados com as características ou factores que enfraquecem a viabilidade do negócio associadas ao meio interno, ou seja, à empresa e ao negócio;

- **Oportunidades** - análise externa dos aspectos que potenciam o crescimento do negócio e o tornam competitivo no mercado;
- **Ameaças** - análise externa, que representa tudo que tem potencial para afectar negativamente o negócio, comprometendo a competitividade da empresa.

O empreendedor já munido de ideias, pode estar ainda em dúvida de como começar o negócio, pois não possui recursos financeiros ou não acredita que precise de começar com algo de dimensão maior de uma única vez. O que se segue pode ajudar o empreendedor a compreender melhor a sua situação e decidir sobre o seu negócio.

"...Iniciei as minhas actividades vendendo cereais para as províncias de Cabo Delgado, Nampula e Zambézia. Passado algum tempo, notei que era necessário processar os meus cereais, por exemplo: com o milho, produzir farinha para comercializar. E assim foi, comprei algumas moageiras manuais e iniciei o processamento, na altura tinha 5 trabalhadores.

...vi-me na necessidade de expandir o meu negócio, desenhei um plano de negócios, concorri a um fundo privado...fui o único vencedor na minha província, recebi 100.000 dolares americanos e investi numa moageira automática que processa 10 toneladas de cereais por dia, contra as anteriores 3 toneladas. Empreguei até ao momento, 22 trabalhadores, dos quais 10 são mulheres.

Fui também vencedor do Prémio Jovem Criativo na sua sétima edição, onde ganhei 150.000 meticais, valor



*Conde Madopera*

(Empreendedor na área da  
Agricultura )  
Industria Madopera Comercial  
Cabo Delgado

este que ajudou muito a alavancar o meu negócio.

...Há muitas oportunidades de empreendedorismo na agricultura, é só fazer um bom estudo de viabilidade na zona em que vive, identificar as oportunidades, acreditar que tudo é possível e... arriscar, seguir em frente. Empreendedorismo é a solução, o governo não tem emprego para todos, vamos empreender jovens...é possível viver do empreendedorismo, principalmente na área da agricultura..."

---

## 4.2 *Effectuation* (Debate para materialização)

---

Para tirar a ideia para o papel, existem diversas técnicas. Neste ponto destacamos o *Effectuation*.

A Saras Sarasvathy quis perceber porquê alguns empreendedores tinham tanto sucesso, então, ela iniciou uma pesquisa com 27 empreendedores bem sucedidos e milionários e chegou à seguinte conclusão: “minha teoria é que bons empreendedores não começam com ideias brilhantes ou auto-conhecimento e previsões extraordinárias. Eles começam como eu ou tu poderíamos começar: com quem, o que são, o que sabem e a quem conhecem.” Por causa do sucesso da sua pesquisa, a Saras fez um livro apresentando a teoria de *Effectuation*- Efectivação:

Os princípios de *effectuation* são cinco – Pássaro na mão, Perda aceitável, Colcha de retalhos, Do limão a limonada e Piloto do avião, que servem para guiar o pensamento do empreendedor.

- **Pássaro na mão:** *começar com o que se tem* - O empreendedor deve começar a agir com base no que tem disponível: quem tu és, o que sabes e quem conheces.

Ex: A Maria queria fazer bolinhos para vender na escola, então pediu à mãe o trigo, açúcar e óleo, a amiga ofereceu-lhe alguns ovos.

- **Perda aceitável:** *gastar só o que puder* - O empreendedor deve determinar a perda aceitável, avaliando as oportunidades e o potencial risco. Na primeira fase, o empreendedor não concentra a sua atenção nos lucros, mas sim em possíveis prejuízos e como minimizá-los.



Beneficiárias do Programa Meu Kit, Meu Emprego , Quelimane Zambézia–Março de 2022.<sup>1</sup>

- Ex: Os primeiros clientes da Maria, foram familiares, começaram a fazer dívidas o que começou a afectar a reposição do *stock*, então estipulou uma quantidade de bolinhos para serem pagos a crédito, sem colocar em risco o negócio.

---

<sup>1</sup>Programa operacionalizado pelo Instituto Nacional de Emprego, IP – INEP, IP



- **Colcha de retalhos:** *formar parcerias* - O empreendedor deve procurar se juntar a pessoas dispostas e disponíveis para fazer negócio, cada um com uma ideia viável, o chamado pássaro na mão, e desta forma, como grupo conseguem ter mais oportunidades e visão do negócio.

Ex: Quando o negócio da Maria começou a crescer, ela concluiu que precisava de um lugar para colocar os seus bolinhos, então falou com a Dona Joana que tem uma mercearia próximo de uma escola para colocar os seus bolinhos, em troca de 10% do lucro.

- **Do limão a limonada:** *lidar com o imprevisível* - O empreendedor aproveita e aprende com as casualidades, valorizando as surpresas que surgem no mundo de negócios e saber manter-se flexível, pois os seus objetivos podem ser influenciados pelo ambiente que o rodeia.

Ex: Quando a Maria começou a receber mais encomendas, percebeu que com o material disponível não era possível satisfazer a demanda e pediu aos clientes um adiantamento de 50% e assim conseguiu satisfazer os seus clientes.

- **Piloto do avião:** *Controlar, não prever* - Os quatro (4) princípios acima descritos representam as diferentes formas que os empreendedores usam para interagir e moldar o seu ambiente. Naturalmente que, nem tudo pode ser controlado ou moldado, mas enquanto piloto do seu negócio, o empreendedor mantém foco naquilo que está sob seu controlo.

Ex: A subida do preço de trigo e do açúcar está fora do controlo da Maria, mas ela pode melhorar a qualidade dos seus produtos para atrair mais clientes e aumentar as vendas.

---

## 4.3 Modelo de Negócio

---

O modelo de negócio é a forma como o empreendedor cria, entrega e obtém o valor, gerando a sua receita através da colocação dos seus produtos ou serviços no mercado. Assim, não existe uma “receita de bolo”, pelo contrário, o modelo depende da proposta de valor e das características do negócio.

**Business Model Canvas (BMC)** - Não se trata de um simples diagrama, mas o que faz do BMC uma ferramenta cada vez mais popular entre os empreendedores. A ideia central do *Business Model Canvas* (Canvas do modelo de negócio) é permitir que um negócio seja completamente visualizado em uma única página.

## CANVAS DO MODELO DE NEGÓCIO



- **Proposta de valor** – a razão ou o motivo pelo qual os clientes se interessam e adquirem os produtos e serviços.
- **Segmento de clientes** – Definir quem são os clientes que pretende atender.
- **Canais de Venda** – Como os produtos chegarão aos clientes e como os clientes irão interagir com o negócio.
- **Relacionamento com cliente** – Como fazer para conquistar e manter uma boa relação com os clientes.

- **Fonte de Receitas** – Definir como e quando se pagará pelos produtos.
- **Principais Recursos** – Relacionar os recursos necessários para realizar a proposta de valor e para fazer o negócio funcionar.
- **Principais Actividades** – Relacionar as acções necessárias para a realização do negócio.
- **Principais Parcerias** – Identificar fornecedores e parceiros para apoiar a realização do negócio.
- **Estrutura de custos** – Levantar o que vai ser gasto para realizar a proposta de valor.

## CANVAS DE MODELO DE NEGÓCIO SOCIAL

Os Negócios Sociais concentram-se no impacto que criam para os beneficiários, ao invés de gerar lucros. Portanto, a ferramenta leva em conta aspectos adicionais, que ajudam na criação de um modelo de negócio social.

### CANVAS DE MODELOS DE NEGÓCIOS SOCIAIS

#### OBJECTIVO

A maior aspiração do empreendedorismo.  
Responde a pergunta: Para que fim existe o seu negócio social? O que vai melhorar no mundo?

#### MEDIÇÃO DE IMPACTO

Define o seu impacto social, meio ambiente e os benefícios de cada aspecto.  
É importante incluir os indicadores que irá usar para medir o impacto dos resultados

#### PROBLEMA

Qual é o principal problema que a sua proposta vai resolver? alternativas existentes  
Que outros projectos ou empresas tem seus segmentos como alternativa?

#### SOLUÇÃO E, ACTIVIDADE-CHAVE

Solução que levará à proposta do valor.  
Actividades necessárias para a entrega da proposta.

#### RECURSOS, SOCIOS E ACTORES-CHAVE

Precisas de autorizações especiais?  
Que recursos necessita para iniciar?

#### PROPOSTA DE VALOR SOCIAL

Que vantagens obtém o beneficiário pelo seu produto ou serviço?

#### AO CLIENTE

O que seu cliente obtém do seu negócio?

#### VANTAGEM DIFERENCIAL

Por que o seu projecto terá êxito? O que faz com que seu projecto seja único que a concorrência não poderá copiar?

#### CANAIS

Como te comunicas com teus clientes e beneficiários?  
Como entregas o seu produto/-serviço?

#### SEGMENTOS

Quem recebe ou desfruta do seu produto / serviço?

#### CLIENTE

Que pessoas ou organizações pagam pelo seu produto/-serviço?

#### ESTRUTURA DE CUSTOS

Aspectos mais importantes de entrada e saída. Como é que estes mudam ao longo do tempo?

#### FORNECEDORES

De onde e como vai buscar os teus produtos?

#### LUCROS SEGMENTOS

Onde e como vai investir os seus benefícios?

---

## 4.4 Plano de Negócios

---



O empreendedor deve transformar a sua ideia em negócio através de um plano de negócios.

Mas afinal o que é um Plano de Negócios? Trata-se de um documento que define com clareza o negócio (core business), identifica as metas, os objectivos e o perfil do projecto de negócio.

Este documento é fundamental para o empreendedor, no contacto com potenciais parceiros do negócio, avaliar a sua viabilidade. O Plano de Negócios deve ter os elementos necessários que permitem conhecer a proposta, o mercado e o processo.

**Dica:** *esteja atento empreendedor, o seu plano de negócio ilustra a sua capacidade de começar e gerir um negócio de sucesso. Funciona como um “mapa” que permite levar o seu negócio ao sucesso.*

De lembrar que cada ideia de empreendimento possui particularidades, e assim sendo, o plano de negócio pode variar de um empreendimento para outro. Em caso de dúvidas, o empreendedor pode buscar exemplos na internet e outras fontes. De forma geral, um plano de negócios apresenta:

**I. Sumário Executivo** – reúne os tópicos de cada sessão do plano, um resumo da ideia do empreendimento e uma breve descrição da empresa, que deve ser simples e objectivo;

**II. Análise de mercado** – é neste tópico que se identifica o segmento do mercado que a empresa pretende actuar, as necessidades do público alvo (clientes), principais concorrentes e fornecedores;

**III. Plano de Marketing** – Nesta etapa, é importante estruturar as estratégias de marketing com base nos quatro (4) pilares básicos conhecidos, a saber: Produto, Preço, Praça e Promoção.

**IV. Plano operacional** – nesta etapa deve-se providenciar a descrição da localização, das instalações físicas, dos equipamentos, dos recursos humanos (pessoas e respectivos cargos), capacidade produtiva, tempo necessário para cada etapa do processo de produção, produto e/ou quantidade de clientes atendidos no mês, o arranjo físico (ou layout), que define a distribuição dos sectores, equipamentos, móveis e funcionários no espaço físico do estabelecimento, incluindo o desenho de uma planta arquitectónica.

**V. Plano Financeiro** – consiste na análise de possíveis situações que o empreendedor pode vir a enfrentar, sejam positivas ou negativas bem como os caminhos a seguir.

Com o plano de negócios bem elaborado, é possível ter um uma previsão mais realística e segura para começar um empreendimento.



...sou uma jovem resiliente que busca transformar e capitalizar tudo que me rodeia, por mais pequeno que seja... actualmente trabalho com pequenos agricultores, com particular enfoque nas mulheres que tinham dificuldades em escoar e vender os seus produtos e hoje elas são parceiras de negócio... iniciei o meu negócio por conta do desemprego e hoje, é este meu emprego e de outros jovens.

Participei no Prémio Jovem Criativo, Edição 2020, e fui uma das vencedoras na categoria de Empreendedorismo.



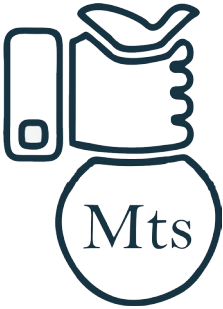
*Admira Martins Amade*

(Jovem Empreendedora na  
area da Agroprocessamento )  
Wamira – Beira

As minhas principais dificuldades estão nas embalagens, isto porque não são produzidas internamente e para tal tenho que recorrer aos países vizinhos como Zâmbia, Zimbábwe, África do Sul e também China. Não se pode criar expectativas elevadas quando se inicia um negócio para no fim ficarmos decepcionados. O importante é ser paciente, isto é fundamental.. é importante compreender que cometeremos muitos erros. Aprendi

que trabalhamos para além do necessário e só com tempo fui amadurecendo e compreendendo que era necessário delegar tarefas. É preciso investir muito no conhecimento , na capacitação dos trabalhadores, conhecer bem a sua área de actuação, e investir no negócio sem pensar no lucro a curto prazo. O mais importante é gostar do que fazemos e isso faz toda a diferença. Iniciamos com 5 trabalhadores e hoje somos 10, das quais 6 mulheres. Estes trabalham directamente comigo. Para além destes, tenho 50 trabalhadores indirectos sazonais em Nampula, Zambézia, Manica, Tete e Beira. Nós jovens podemos criar emprego, somos fortes e capazes..."

## 4.5 Acesso ao recurso Capital



Para materializar a sua ideia, o empreendedor precisa ter vários recursos para investir no seu negócio, podendo ser naturais, humanos, capitais, tecnológicos e empresariais.

O peso da importância de cada um destes recursos (em qualidade e/ou quantidade) pode variar de acordo com o tipo de empreendimento.

Por sua vez, estes recursos podem ser obtidos e acedidos através de apoios de familiares, amigos, governo, investidores, empréstimos, subvenções, entre outras fontes e formas.

### • **Aceder ao recurso Capital** – (Dinheiro)

Dentre os vários recursos necessários para começar ou expandir uma ideia de negócios, o capital, mais especificamente o dinheiro, tem sido um dos recursos mais procurados.

Um bom empreendedor deve saber que antes do dinheiro, ele deve projectar e desenhar a sua ideia de negócio, de modo a precisar de menos dinheiro possível para a sua implantação ou crescimento – é por isso que é extremamente importante ter um bom “modelo e plano de negócio”!

No processo de aceder ao dinheiro, o empreendedor deve decidir a melhor forma de financiar o seu projeto de negócio, que pode ser através de capitais próprios ou de terceiros - financiamento “reembolsável” e “não reembolsável”.

Financiamentos reembolsáveis - Recorrendo a capitais reembolsáveis de outras pessoas, podemos destacar os “empréstimos bancários” e investimento de “investidores privados”.

Ao manter contacto com o seu banco, o empreendedor estará preparado para satisfazer os requisitos de acesso aos empréstimos, sempre que se mostrar necessário para o seu negócio.

O empreendedor não deve ter medo de ser cliente do banco, contudo, deve conhecer os produtos e serviços antes de os aceitar!

**Dica:** *O empreendedor deve analisar as vantagens e desvantagens de cada tipo de financiamento.*

**Financiamentos não reembolsáveis** – O empreendedor deve prestar atenção às oportunidades que o mercado oferece através de uma pesquisa de potenciais instituições que oferecem oportunidades de Financiamentos não reembolsáveis.

Os Financiamentos não reembolsáveis podem ser de diferente natureza e modalidades, podendo ser um ótima fonte de recursos que o empreendimento

precisa - naturais, humanos, capitais, tecnológicos e empresariais. Estes apoios podem consistir no processo de incubação e ou aceleração do seu negócio.

Para poder aceder a qualquer tipo de apoio de terceiros (Governo, Bancos, Investidores, ONGs, Etc.), o empreendedor deve conhecer os requisitos de cada linha de apoio existente e estar preparado para saber vender a sua ideia – de forma lógica, rápida, consistente e verdadeira.

---

## 4.6 Pitch (Vendendo a ideia)

---



O Pitch é uma apresentação rápida e directa, com duração de até 5 minutos, que o empreendedor usa para despertar o interesse de um potencial parceiro ou cliente pelo seu negócio. O Pitch deve conter as informações essenciais e diferenciadas sobre o negócio, com a seguinte estrutura :

1. Quem é, e o que faz o seu negócio.
2. Que soluções traz o seu negócio.
3. Qual é o potencial de crescimento.
4. Quais são os seus produtos ou serviços.
5. Qual é a sua experiência no negócio.
6. Como é a sua carteira de clientes já conquistados.
7. Qual é o perfil da sua equipa de negócio.
8. Que recursos necessita o seu negócio.
9. Como é que pretende desenvolver a parceria.
10. Quem são os seus principais concorrentes.

NB: Se o pitch for direccionado ao cliente, deve focar-se apenas na solução e no diferencial que o negócio traz e como os clientes podem contactar o empreendedor, caso este seja direccionado aos parceiros.

É importante deixar claro os benefícios que terão dessa parceria.

## 5.

## O DIA-A-DIA DO NEGÓCIO

---

---

Para que o negócio ande bem e dê bons resultados, é necessário um rigoroso acompanhamento por parte do empreendedor. Conhecer o mercado, técnicas de gestão, de marketing, de networking e inovação, é sem sombra de dúvidas um passo fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento.

## 5.1 O mercado

O mercado é um lugar físico ou virtual, onde se faz a compra e venda de bens e serviços.

O empreendedor deve acompanhar os seus clientes e perceber o que querem, se mudaram algum hábito, se têm uma nova demanda, verificar como a concorrência opera, como comunicam e que tipo de relação têm com os clientes.

### DE OLHO NO MERCADO



Ao se observar outros exemplos de empreendedores ao nível nacional e internacional, pode surgir uma inspiração e, quando se mapeiam os actores do mercado, consegue-se ter ideias de como fazer as coisas de forma diferente ou como melhorar a ideia e modelo de negócio. É pertinente analisar as tendências gerais do mercado/ambiente externo e as perspectivas (económica, moda, mudanças de estilo de vida, etc...).

Deste modo, tem-se uma visão completa de onde o negócio está inserido e consegue-se, não só prever possíveis desafios, como também identificar prováveis oportunidades que o ambiente de negócios oferece.

A internacionalização do negócio é um conceito que se refere a diversas etapas no desenvolvimento do negócio fora do país de origem do empreendedor.

Este processo pode incluir diversas formas de contacto entre a empresa e o mercado exterior, passando pela simples exportação de produtos até a produção em escala no mercado internacional.

No geral, a internacionalização é a fase mais avançada da actuação do empreendedor, geralmente, ocorre através de ligações com pessoas ou empresas estabelecidas, onde explora nichos de negócio.

Ex: um estilista que produz marca de roupa no país de origem coloca o seu produto numa cadeia de lojas fora do país, através de parceiros locais.



**Dica:** O empreendedor deve estudar o negócio com apoio de um especialista da área para minimizar os riscos inerentes, como seja, os custos de transporte e seguro, taxas de câmbio, repatriamento de capitais, fiabilidade dos parceiros, controle de qualidade, impedimentos legais de importação/exportação, entre outros.

• **Mercados regionais (acordos em vigor)**

Moçambique faz parte da SADC, constituída por: África do Sul, Angola, Botswana, República Democrática do Congo, Lesotho, Madagáscar, Malawi, Maurícias, Moçambique, Namíbia, Eswatini, Tanzânia, Zâmbia, e Zimbábwe.

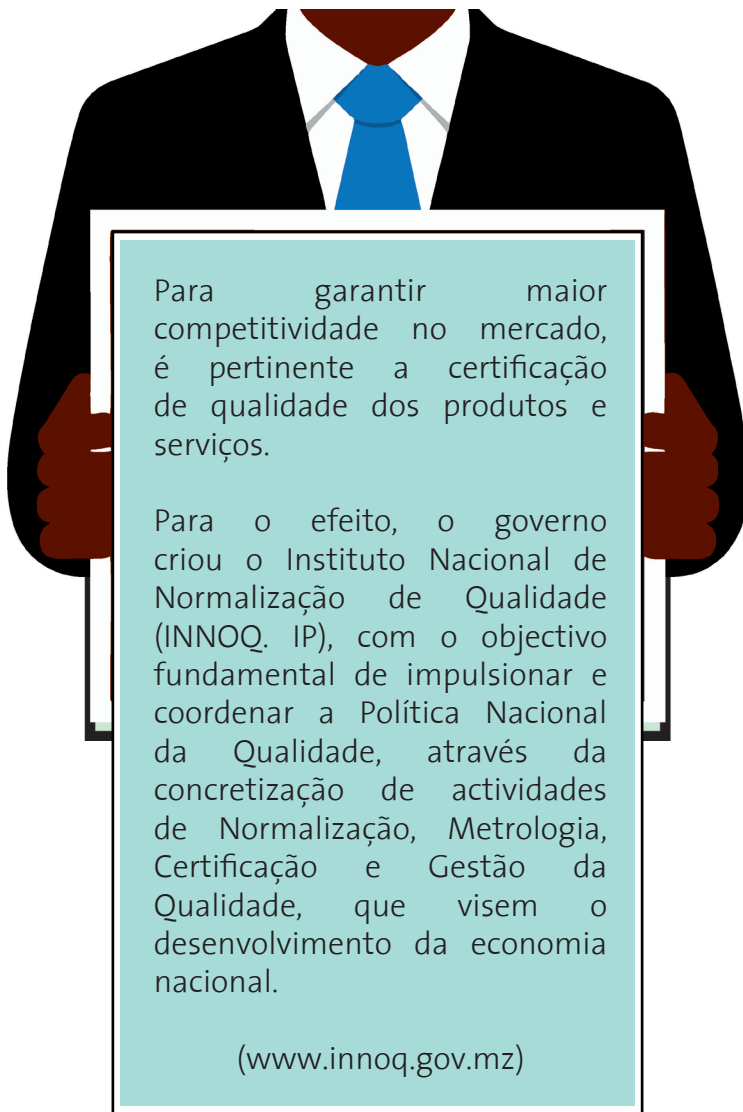
Moçambique ratificou o Protocolo Comercial da SADC, que dá acesso a um conjunto de facilidades de comércio.

O país também faz parte do acordo de comércio AFCFTA (O acordo de Zona de Comércio Livre Continental Africana).

• **Mercados internacionais (acordos em vigor)**

Moçambique também tem acordos de comércio bilateral e multilateral com outros países, câmaras de comércio internacional e outros grupos cuja informação está disponível no site do Ministério da Indústria e Comércio (<https://www.mic.gov.mz/por/Comercio-Externo>).

## A QUALIDADE IMPORTA?



---

## 5.2 Gestão do Negócio

---

Todo e qualquer negócio precisa ser gerido, ou seja, bem gerido, para que se obtenham melhores resultados.

O empreendedor deve ter sempre à sua disposição ferramentas de controlo do seu negócio, que são técnicas e modelos usados para melhorar processos e desempenho do negócio. O seu bom uso facilita a tomada de decisões certas e melhores resultados. De entre outras, são constituídas por mapa de fluxo de caixa, mapa de vendas, inventário ou controle de stock entre outras.

- **Saídas de dinheiro** (Fluxo de caixa) - Permite controlar as entradas e saídas de dinheiro do negócio numa base mensal e fazer projecção para o futuro.
- **Mapa de vendas** - Serve para registar todas as vendas e visualizar com clareza todas as informações sobre o negócio.
- **Controle de Stock/Inventário** - Facilita o control da rotação do stock e a manutenção da qualidade dos produtos e bens armazenados, garantido assim o sucesso do negócio e a satisfação dos clientes.



**AGRICULTURA  
FAIJ**



**PROG. MEU KIT MEU EMPREGO  
CONFEITARIA**



**CORTE E COSTURA  
FAIJ**



**PRÊMIO JOVEM CRIATIVO  
AGRO-PROCESSAMENTO**



**PRÊMIO JOVEM CRIATIVO  
AGRO-PROCESSAMENTO**

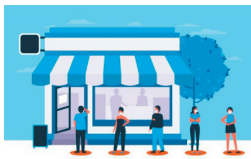


**PROG. MEU KIT MEU EMPREGO  
FABRICO DE BLOCOS**

## 5.3 Marketing

Marketing analisa os mecanismos das relações de troca (bens, serviços ou ideias) realizadas dentro de quatro eixos principais: preço, distribuição, comunicação e produto tendo como objectivo a conquista e a fidelização de clientes.

Quem domina o marketing conhece o mercado, sobretudo como se posicionar, conquistar e entregar valor para os seus clientes e, como gerar lucro e competitividade.



### PRAÇA

Canais, cobertura, variedade,  
locais, stock, transporte



### PREÇO

Preço de lista, descontos, concessões,  
prazos de pagamentos, condições  
De financiamento



### PRODUTO

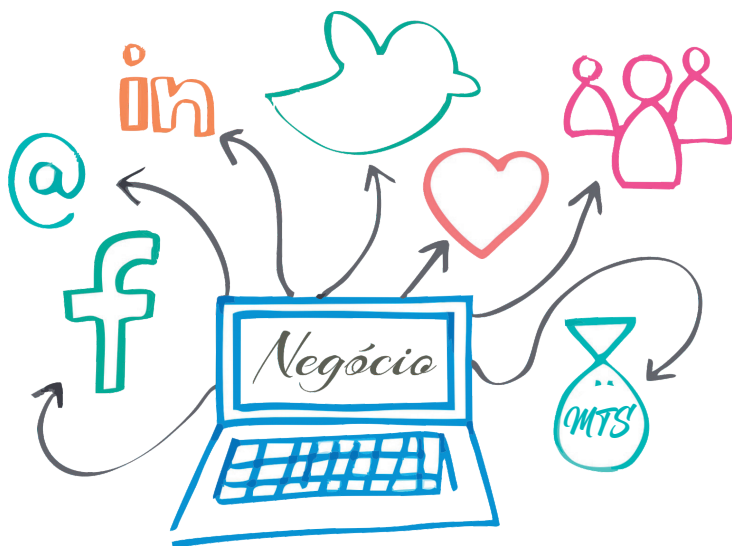
Variedade de produtos, qualidade,  
design, características, nome da marca,  
embalagem, tamanhos, serviços,



### PROMOÇÃO

Promoção de vendas, propaganda, força de  
vendas, relações públicas, marketing directo.

- **Comunicar o negócio** - Os canais de comunicação devem ser usados pelo empreendedor para construir e manter contacto permanente com os clientes, podendo ser através do telefone, internet, correio, etc..
- **Comunicação digital** - São práticas e formas de divulgação, interacção, recepção e diálogo entre emissor e receptor (empreendedor e o cliente) nas plataformas online - acessíveis, entre outros, por meio de dispositivos como computador, notebook, tablet, celular:
  - Email corporativo
  - WhatsApp
  - Instagram
  - Facebook
  - LinkedIn
  - Tik Tok
  - Entre outras redes sociais



- **Preço do produto/serviço** - O preço é o valor monetário associado a um produto ou serviço que o empreendedor estabelece com base nos objetivos do negócio em relação aos custos, segundo métodos previamente estabelecidos.

O empreendedor deve prever a reação do negócio, as flutuações de preço do mercado, analisar a demanda no mercado interno e externo, analisar e controlar os custos de produção, os preços e ofertas dos concorrentes.

O preço é composto por: custos fixos, custos variáveis e margem de lucro.



Conceito	Como calcular
<b>Custo:</b> É o gasto relativo ao bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços: são todos os gastos relativos à actividade de produção	Relacionar todos os gastos utilizados na actividade produtiva
<b>Custo fixo (CF):</b> é a parcela de custos que se mantém fixa, quando a produção varia. Este é o exemplo de aluguel, este será cobrado pelo mesmo valor qualquer que seja o nível de produção, inclusive de não se produzir nada	Relacionar os gastos que permanecem constantes ao longo de ciclo de produção
<b>Custo variável (CV):</b> é a parcela de custos cujos valores se alteram em função do volume de produção da empresa. Exemplo: Matéria-prima consumida, se não houver quantidade produzida, o custo variável será nulo. Os custos variáveis aumentam à medida que aumenta a produção	Relacionar os gastos que variam proporcionalmente ao volume de produção
<b>Custo total (CT):</b> é o gasto total da empresa composto por custos fixos e variáveis.	$CT=CF+CV$
<b>Margem de Lucro (ML):</b> é a percentagem do preço de um produto ou serviço que corresponde ao lucro do negócio	Margem de Lucro (ML)=(Lucro Bruto)/(Receita Total)



## CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA

$$\text{Preço de venda(PV)} = \frac{(\text{Custo Unitário})}{100\% - (\%CV + \%CF + \%ML)}$$

### 5.4 Inovação



Inovar é aplicar ideias novas e úteis e o empreendedor assim procede quando cria ou melhora significativamente um produto que pode ser um bem, serviço ou processo que leva à mudança no funcionamento e forma de ser e estar do seu negócio.

O que distingue um inovador dos outros:

- **Competências estratégicas** - visão a longo prazo; capacidade para identificar ou antecipar as tendências do mercado; vontade e capacidade de reunir, tratar e integrar a informação tecnológica e económica;

- **Competências organizativas** - que incluem o gosto e domínio do risco; cooperação interna e externa na pesquisa, serviços de consultoria, envolvimento de clientes e fornecedores, papel da empresa no processo de mudança e investimento em recursos humanos.

**Dica:** os clientes baseiam as suas opções de compra na percepção do valor do produto e serviço apresentado. A noção de valor depende da relação entre os potenciais benefícios que o produto ou serviço oferece e o preço aplicado.

De entre os diversos tipos de inovação, destacam-se os seguintes:

- **Inovação no produto/serviço** - Implica modificações nos atributos do produto, mudando a forma como é percebido pelo consumidor.

Ex: Actualmente o malambe<sup>2</sup> é uma das melhores sobremesas nos eventos, assim como a forma de usar a capulana.

- **Inovação nos processos ou organizacional** - Mudança no processo de produção de um bem ou serviço, sem necessariamente influenciar o produto final, limitando-se a melhorar aspectos tais como a produtividade e redução de custos.

Ex: Fazer salgados com máquinas que aumentam a produção diária.

• **Inovação no modelo de negócio** - Mudanças na forma como o produto ou serviço é oferecido e gera lucro no mercado, sem necessariamente mudar o processo de produção ou do próprio produto.

Ex: Introduzir vendas online para outros distribuidores, combinando com a forma tradicional.

• **Inovação no Marketing e Comunicação** - Mudança no posicionamento e exposição dos produtos ou serviços para atrair a atenção do consumidor num determinado nicho do mercado.

Ex: Melhorar a qualidade e o layout da embalagem de um produto.



Produto da Wamira (Vencedora do Prémio Jovem Criativo-2020) no Supermercado.

<sup>2</sup>O malambe é um fruto proveniente da árvore de embondeiro, e é rico em vitaminas, minerais e nutrientes. Hoje este fruto é conhecido como um superalimento, pois contém mais vitamina C que a laranja e mais cálcio que o leite!

## 6. ECOSISTEMA EMPREENDEDOR

As actividades empreendedoras desenvolvem-se dentro de um ecossistema constituído por actores, que se interligam com as pessoas, empresas e processos para tornar real os objectivos individuais, do grupo e da sociedade.

A seguir se destacam nove (9) variáveis para o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor:

- **Governo** - Deve haver visão e determinação do governo a todos os níveis para o desenvolvimento das empresas;
- **Marco Regulatório e Infra-estrutura** - Acesso a infraestruturas, laboratórios e serviços básicos (internet e outros) para favorecer o surgimento do empreendedorismo.
- **Fundos e Financiamento** - é algo essencial, mas não principal, pois depende da fase e até do tipo de empreendedorismo que se pretende levar a cabo.
- **Cultura** – o empreendedor deve ser valorizado, desejado e reconhecido como cultura /o modo de ser e estar do país, para incentivar o empreendedorismo.

- **Mentores, Assessores e Sistema de Suporte** – o acesso permite o desenvolvimento de conhecimento com sistema de apoio às iniciativas dos empreendedores.
- **Universidades como Catalisadoras** – como centros de desenvolvimento da ciência, pesquisa e novas tecnologias geram um efeito multiplicador no ecossistema do empreendedor.
- **Educação e Formação** – Constitui a base para a identificação e desenvolvimento de talentos e orientação dos futuros empreendedores.
- **Capital Humano e Força de Trabalho**
  - › Capital humano: um elemento-chave para o desenvolvimento do empreendedorismo.
  - › Força de trabalho: constituído por um manancial de mão-de-obra que permite a execução dos empreendimentos com a qualidade desejada.
- **Acesso ao mercado local e global** – o desenvolvimento do empreendedorismo tem como objectivo colocar o produto no mercado, sem barreiras, com o suporte do ecossistema.



Como empreendedor, precisa de informação para tomar decisões sobre áreas de negócio, como seja, mercado, fontes de matéria-prima, financiamento, mão-de-obra, requisitos de qualidade, impostos, registo e licenciamento.

Faz parte do ecossistema empreendedor as infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento de projectos empresariais nas mais diversas áreas, das quais se destacam as seguintes:

- i. Instituto para Promoção das Pequenas e Médias Empresas (IPEME, IP)

- ii.** Associação de Industriais para o caso de grandes e médias empresas e fornecedores de serviços num dado país;
- iii.** Associação de Pequenas Indústrias para micro e pequenas indústrias;
- iv.** Câmara do Comércio e Indústria para comerciantes e industriais;
- v.** Agência de Promoção de Investimentos e Exportações (APIEX);
- vi.** Associação Nacional de Jovens Empresários de Moçambique (ANJE);
- vii.** Balcões de Atendimento Único (BAÚ)- prestam informação e tramitação de processos, incluindo licenciamento de empresas e investimentos;
- viii.** Organizações Não Governamentais (ONG's) prestam diversos tipos de serviços, incluindo apoio empresarial e informação para micro e pequenas empresas;
- ix.** Serviços públicos: A informação sobre os serviços públicos pode ser obtida em organismos como empresas de electricidade, de telecomunicações, de água e saneamento, etc;

- x.** Serviços Financeiros - fornecem serviços financeiros os bancos comerciais bem como as instituições de micro-financiamento, bancos de investimento, instituições de crédito, etc;
- xi.** Centro de Emprego do INEP IP. (e-FRN);
- xii.** Instituto Nacional da Juventude (INJ IP.)

## 7.

## ALGUNS CONCEITOS IMPORTANTES

---

### **O Empreendedorismo**

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM) define empreendedorismo como sendo qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma actividade autónoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

O empreendedorismo desempenha um papel fundamental na geração de emprego, na incorporação de novas tecnologias e na competitividade nacional e internacional.

Empreendedorismo integra de forma determinante, a união entre sistemas tecnológicos e a exploração de oportunidades de negócios existentes no mercado.



---

## 7.1 Tipos de Empreendedorismo

---

Existem vários tipos de empreendedorismo, cada um com objectivos específicos, mas todos úteis à sociedade, destacando-se:

- **Intra-empreendedorismo** - Caracterizado pela habilidade de criar e apresentar ideias e inovações, no âmbito da proactividade, dentro da empresa, ou seja, o intra-empreendedorismo nada mais que o empreendedorismo realizado por colaboradores internos. Ex: Surgimento de uma empresa dentro de outra já existente, como por exemplo a Seguradora Internacional de Moçambique (SIM) dentro do Banco Millenium BIM.
- **Empreendedorismo “StartUp”** - Uma *StartUp* é uma empresa criada, está ligada principalmente ao mundo das tecnologias. Estas novas empresas são caracterizadas pelo alto grau de criatividade e inovação e baseiam o desenvolvimento nestas duas ferramentas para criar produtos únicos e competitivos para o mercado.  
Ex: [www.compras.co.mz](http://www.compras.co.mz) (Loja Online) e Txapita (Aplicativo de Mobilidade Urbana).
- **Empreendedorismo social** - É uma causa social e não a geração de riqueza, pois os objectivos não visam beneficiar o empreendedor, mas impactar

positivamente a sociedade. Empreendedores sociais existem, principalmente para promover soluções que geram mudanças na vida dos cidadãos e/ou grupos vulneráveis.

Ser um empreendedor social é liderar uma iniciativa de empreendedorismo que agregue valor social, ou seja, utilizar as características e ferramentas do empreendedorismo para viabilizar um negócio de impacto sócio-ambiental, de forma contínua e sustentável.

As habilidades/características essenciais para um perfil empreendedor voltado a causas sociais são: visão clara, iniciativa, equilíbrio, capacidade de trabalho em equipa, capacidade de negociação, agilidade, criatividade, flexibilidade, foco, inteligência e objectividade.

Ex: MAKOBO (Plataforma Solidária).

- **Empreendedorismo Individual** - Esta é uma das maneiras fáceis e práticas de empreender, quando se pretende iniciar um pequeno negócio formalizado, quer em grupo (associação) ou individual. Contudo, há limitações, como por exemplo: na facturação ou no número de colaboradores. Muitas vezes, é por meio desse tipo de empreendedorismo, que alguns profissionais liberais (*freelancers*) e autónomos exercem as suas actividades.

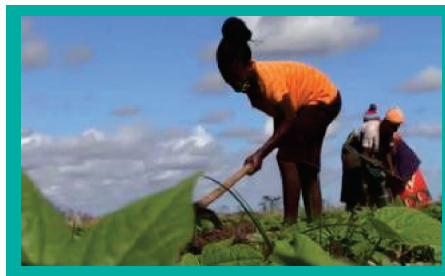
Ex: Nivaldo Thierry (Empreendedor na área da Moda)

- **Empreendedorismo Informal** - É aquele a partir do qual se pratica uma actividade económica informal, como os vendedores ambulantes, barracas de rua e outras acções do género.

Ex: Vendedores do mercado do Xipamanine.



- **Empreendedorismo Rural** - É a capacidade de identificar problemas e oportunidades ligados ao sector rural e transformá-los em soluções benéficas para a sociedade, em geral, o qual é igualmente conhecido por Agronegócio. O empreendedor rural pode oferecer serviços, vender produtos, prestar consultoria, criar aplicativos ou software de auxílio à lavoura, entre outros.



### • Empreendedorismo na área florestal

É a possibilidade de desenvolver uma floresta plantada, numa parte da machamba, seguindo normas e boas práticas de silvicultura, e integrando a cadeia de valor do sector florestal como produtor e fornecedor de madeira para a indústria da celulose para vários fins (papel de escrita, embalagem, têxtil, alimentar, etc). Outra via é a constituição de uma empresa para a prestação de serviços de silvicultura (sachas, capinas, plantação, adubação, colheita, etc.).



### O Empreendedor

Empreendedor é a pessoa com facilidade para identificar e avaliar as oportunidades de negócio, juntando os recursos necessários para iniciar acções que garantam sucesso.

Inovar, inventar, reinventar, criar novos produtos e serviços reflectem a vida do empreendedor que não se conforma com o *status quo*, buscando sempre novas formas de melhorar os seus produtos e serviços e assim, melhorar o seu rendimento e satisfazer as

necessidades dos seus clientes.

Existe uma visão economicista do empreendedor, que se resume na combinação de recursos, trabalho, materiais e activos, para obter um valor superior e introduzir mudanças, inovação e uma nova ordem.

---

## 7.2 Tipos de empreendedores

---

O empreendedor cumpre um papel social e económico importante, criando desde Micro, Pequenas e Médias Empresas com um contributo significativo na economia como emprego, renda, impostos e produto interno bruto.

Abaixo se apresenta uma lista de tipos de empreendedores:

- **Empreendedor externo**

Estes são considerados os responsáveis pela inovação, pois dão origem a um novo produto, empresa, geração da riqueza, que impulsionam outras actividades, podendo tornar-se proprietários ou sócios dos empreendimentos criados.

Ex: Gelados Mira (Produtora de Maheu).

- **Empreendedor interno** (ou intra-empendedor)

Estes desenvolvem e implementam a sua visão inovadora a partir da empresa, onde trabalham,

na expectativa de contribuir para o crescimento da empresa e na melhoria das suas condições de trabalho. Por exemplo: Venda de música com recurso à rede de telefonia móvel - TOKNICE.

#### • **Empreendedor criativo**

Estes podem ter como origem o intra-empendedorismo, ao decidirem fundar uma empresa com base num produto, serviço ou tecnologia por si desenvolvidos.

Os empreendedores criativos têm uma vantagem competitiva comparativamente aos outros pelo facto de terem capacidade de criar novos produtos ou processos.

**Por exemplo:** O intra-empendedor que se desligou da empresa para criar a própria empresa que se dedica exclusivamente ao fabrico de peças para fornecer ao mercado.

#### • **Empreendedor por necessidade**

Estes surgem por falta de alternativas de fontes de subsistência, não tendo qualquer preparação técnica prévia para a empreitada, mas sim, ditado por força das circunstâncias.

No geral, este tipo de empreendedor surge em tempos de crise económica, onde a percepção dos riscos diminui e as alternativas descartadas anteriormente tornam-se válidas, incluindo a actividade informal;  
Ex: quando um trabalhador de uma empresa, onde

auferia uma boa remuneração perde o emprego e, por escassez ou dificuldade de oportunidades de emprego formal, decide vender produtos no mercado informal.

• **Empreendedor por oportunidade**

Estes fazem estudo do mercado e detectam nichos para satisfazer o consumidor, por um lado e, por outro, pode ser de forma aleatória, valendo-se da sua formação, experiência, rede de contactos, que servem de fonte de inspiração para desenvolver a empreitada. Por exemplo: um trabalhador de um hotel numa zona turística, observa que os hóspedes preferem refeições fora do hotel e este decide montar quiosques próximo do local ou providencia transporte para facilitar o acesso.

• **Empreendedor de base científico-tecnológica**

Estes são dotados de competências profissionais, geralmente em áreas científicas e tecnológicas, com capacidade de pesquisa, exigindo um determinado período de financiamento para a criação e patenteamento dos seus produtos.

Numa fase inicial, estes empreendedores criam equipas de várias áreas, como seja, pessoal com conhecimento do mercado, que permita estabelecer ligações comerciais.

Ex: um Agrónomo que desenvolve técnicas de conservação de produtos numa zona rural, sem acesso a energia.

• **Empreendedor comercial**

Estes têm uma forte inclinação no desenvolvimento de actividades comerciais, em virtude da sua capacidade de identificar as oportunidades no mercado de consumo de determinados produtos.

Ex: Um comerciante envolvido na comercialização de produtos agrícolas, que estabelece ligações com diferentes produtores e assegura mercado para vender diferentes produtos.

• **Empreendedor social**

Estes desenvolvem as suas actividades para o benefício da sociedade, sem fins lucrativos, maximizam, especialmente, o bem público, através de financiamento das suas actividades por organismos filantrópicos, para mitigar os efeitos das actividades adversas ao meio.

Ex: Alguém que se dedica à sensibilização de jovens para prevenir ou abandonar o consumo de drogas e desenvolver habilidades para a vida.



## 8. BIBLIOGRAFIA

1. Bosma N. et al. (2021). Global Entrepreneurship Monitor. 2020/2021 Global Report, Global Entrepreneurship Research Association, London;
2. Fidanza F. e Caetano J. (2010). Guia para a sua Estratégia Pessoal e Profissional, Clássica Editora, Lisboa;
3. [https://www.ilo.org/moscow/areas-of-work/employment/WCMS\\_249136/lang--en/index.html](https://www.ilo.org/moscow/areas-of-work/employment/WCMS_249136/lang--en/index.html)
4. <https://andygarcia.pe/2019/04/03/ecosistema-empreendedor/>
5. <https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo/Guias-e-Manuais-de-Apoio/GuiaEmpreendedor.pdf>
6. <https://www.Balcão de Atendimento Único / Cidadão / Início - Portal do Governo de Moçambique>
7. IAPIEI (2016). Guia Prático do Empreendedorismo. Sturt-UP, Portugal;
8. República De Moçambique, Código Comercial Moçambicano, 5ª Edição, Plural Editores, Maputo, 2020
9. Sampaio, C. H. (2004). Planejamento Estratégico. 4ª Edição, Porto Alegre: Sebrae/RS;
10. Sarkar S. (2014). Empreendedorismo e Inovação. 3ª Edição, Editora Escolar, Lisboa.
11. SEJE (2020). Guião do Candidato ao Emprego – 2020, Maputo
12. <https://www.seje.gov.mz>
13. <https://www.inep.gov.mz>

## 9. ANEXO

---

---

### I – MAPA DE ENTRADAS

VENDAS/ENTRADAS DIÁRIAS					
Data	Item Vendido	Quantidade	Valor Recebido	Valor em Dívida	Observação
24.04.22	Mesa do Centro	2	55 000,00	-	
25.04.22	Sofás médios	1	15 500,00	1 500,00	
25.04.22	Sofás grandes	2	32 300,00	3 400,00	
25.04.22	Cadeiras do Jardim	6	42 300,00	6 700,00	
27.04.22	Sofás FM	2	32 300,00	5 400,00	
<b>TOTAL</b>			<b>177 400,00</b>	<b>17 000,00</b>	

## II- MAPA DE SAIDAS

COMPRAS/SAÍDAS DIÁRIAS					
Data	Item Vendido	Quantidade	Valor Pago	Valor em Dívida	Observação
24.04.22	Pag. Internet	1	1 989,12	1 219,81	
25.04.22	Credelec	100kw	5 000,00	-	
25.04.22	Panos veludos	20m	30 000,00	5 000,00	
25.04.22	Ferros 12	20	6 000,00	-	
27.04.22	Salários	3	39 000,00	-	
<b>TOTAL</b>			<b>135 989,12</b>	<b>6 219,81</b>	

## III – MAPA DE CONTROLO DE STOCKS

GESTÃO DE STOCKS DIÁRIO/SEMANAL					
Data	Item Vendido	Quant.	Valor Pago	Valor em Dívida	Observação
24.04.21	Diversos panos	54m	35 000,00		
25.04.22	Panos v. Brancos	20m	18 000,00	15m	13 500,00
25.04.22	Panos v. Castanhos	10m	9 000,00	25m	22 500,00
25.04.23	Ferros 12	35	10 500,00	-	-
25.04.24	Ferros 10	12	3 000,00	13 ferros	3 250,00
25.04.25					
<b>TOTAL DAS SAÍDAS</b>			<b>75 500,00</b>	<b>-</b>	<b>39 250,00</b>

## IV – MAPA DE CONTROLO MENSAL

SALDOS DO MÊS			
DIA	TOTAL		
	Valores Recebidos	Valores Pagos	Saldos do dia
<b>Dia 1 (total mês anterior)</b>	<b>1 171 219,81</b>	<b>712 198,90</b>	<b>459 020,91</b>
Dia 1	55 000,00	35 000,00	20 000,00
Dia 2	90 100,00	41 000,00	49 100,00
Dia 3	32 300,00	39 000,00	-6 700,00
Dia 4	45 767,00		45 767,00
Dia 5	34 990,00		34 990,00
Dia 6			0,00
Dia 7	13 456,00		13 456,00
Dia 8	425 367,00		425 367,00
Dia 9	4 586,00	134 522,00	-129 936,00
Dia 10	134 457,00	134 522,00	-65,00
Dia 11	45 268,00		45 268,00
Dia 12	123 425,00		123 425,00
Dia 13			0,00
Dia 14	15 268,00		15 268,00
Dia 15	23 446,00		23 446,00
Dia 16	124 654,00	123 468,00	1 186,00
Dia 17	143 265,00	200 000,00	-56 735,00
Dia 18	124 562,00	200 000,00	-75 438,00
Dia 19	123 453,00		123 453,00
Dia 20			0,00

Dia 21	163 143,00		163 143,00
Dia 22	182 988,00		182 988,00
Dia 23	102 833,00	23 578,00	79 255,00
Dia 24	22 678,00		22 678,00
Dia 25	142 523,00		142 523,00
Dia 26	142 560,00		142 560,00
Dia 27			0,00
Dia 28	111 445,00		111 445,00
Dia 29	124 528,00		124 528,00
Dia 30	142 566,00	145 789,00	-3 223,00
Dia 31	132 486,00		132 486,00
<b>SALDO TOTAIS</b>	<b>2 772 114,00</b>	<b>1 041 879,00</b>	<b>1 730 235,00</b>
<b>TOTAIS (só este mes)</b>	<b>1 600 894,19</b>	<b>329 680,10</b>	<b>1 271 214,09</b>
<b>Crescimento % mensal</b>	<b>37%</b>	<b>-54%</b>	<b>177%</b>
<b>Médias diária</b>	<b>104 707,93</b>	<b>107 687,90</b>	<b>56 459,19</b>
<b>Máxima diária</b>	<b>425 367,00</b>	<b>200 000,00</b>	<b>425 367,00</b>
<b>Mínima diária</b>	<b>4 586,00</b>	<b>23 578,00</b>	<b>- 129 936,00</b>

# PLANO DE NEGÓCIO

*Aqui deve ser colocado o nome do projecto e não da Empresa*

<b>Nome da Empresa:</b> <i>Coloque o nome da empresa</i>
<b>I. Identificação do projecto</b>
<b>Nome do projecto:</b>
<b>Pessoa de contacto:</b>

*Coloque o NOME e o TELEFONE para contacto*

*Assinale o sector que a sua Empresa pretende atuar*

<b>II. Sector de Actuação</b>		
<i>Indústria ( )</i>	<i>Comércio ( )</i>	<i>Prestação de serviços ( )</i>
<i>Produção ( )</i>	<i>Outros ( ): _____</i>	

*Quais são os tipos de pessoas que, provavelmente, irão consumir os seus produtos/serviços. Liste quantos achar necessário*

<b>III. Mercado consumidor (Caracterize a população que vai consumir o produto do projecto)</b>

*Aqui você deve indicar com quais concorrente sua empresa terá de lidar? Quais as empresas produzem bens/serviços semelhantes aos seus? Quais os pontos fortes e fracos de cada uma dessas empresas*

<b>IV. Mercado concorrente</b>		
<b>Empresas concorrentes</b>	<b>Pontos fortes</b>	<b>Pontos fracos</b>

*Liste aqui as empresas que serão os seus fornecedores*

<b>V. Mercado fornecedor</b>	
<b>Nome da empresa fornecedora</b>	<b>Nome dos produtos ou serviços fornecidos</b>

*Descreva nessas linhas quais bens serão produzidos e quais serviços serão prestados*

<b>VI. Bens produzidos ou serviços prestados</b>

# **Guião do Empreendedor**







# GUIÃO DO EMPREENDEDOR

Apoios:  Suécia  
Sverige



Organização  
Internacional  
do Trabalho

 **Portucel**  
Moçambique



NAVIGATOR  
COMPANY