

**Projecto:**

## **RELATÓRIO DO CURSO DE FORMAÇÃO DE EMPREENDEDORES**



### **MÓDULO: GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS**

Setembro de 2024

## Índice

INTRODUÇÃO .....	4
<b>1.1 Objetivos .....</b>	<b>5</b>
1.1.1 Objetivo Geral .....	5
1.1.2 Objetivos específicos.....	5
<b>1.2 Metodologias .....</b>	<b>5</b>
2. DESCRIÇÃO DOS TEMAS TRATADOS .....	6
<b>2.1 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Conceito de Micro, Pequena e Medias Empresas (MPMEs) .....	7
2.1.2 Formas de Negócio.....	7
2.1.3 Gerar e consolidar ideia de negócio .....	8
<b>2.2 PLANO DE NEGÓCIOS.....</b>	<b>9</b>
2.2.1 Noções de plano de negócio .....	9
2.2.2 Estrutura e composição de plano de negócios.....	9
<b>2.3 PLANO DE MARKETING.....</b>	<b>11</b>
2.3.1 Poder de Cliente .....	11
2.3.2 Posicionamento do seu produto no mercado .....	11
2.3.3 Marketing Mix.....	12
<b>2.4 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS VS PRODUTIVIDADE PARA EMPRESA.....</b>	<b>13</b>
<b>2.5 COMPRAS E GESTÃO DE STOCK.....</b>	<b>14</b>
2.5.1 Comprar bem para a Empresa .....	14
<b>2.6 CÁLCULO DE CUSTOS DE PRODUTOS OU SERVIÇOS.....</b>	<b>15</b>
2.6.1 Cálculo de Custos e marcação de Preços .....	15
2.6.2 Análise de viabilidade do negócio.....	16
<b>2.7 LITERACIA FINANCEIRA.....</b>	<b>16</b>
2.7.1 Inclusão Financeira e Uso Racional dos Recursos Financeiros .....	16
<b>2.8 CAPITAL NECESSÁRIO PARA COMEÇAR O NEGÓCIO.....</b>	<b>17</b>
2.8.1 Fontes de Capital Inicial.....	17
3. Análise e síntese dos resultados de avaliação da ação de formação pelos participantes .....	18
4. CONCLUSÃO .....	20
<b>4.1 Recomendações.....</b>	<b>20</b>
5. Anexos.....	21
5.1 Reporte fotográfico.....	21

5.2	Resultados de alguns exercícios práticos .....	23
5.3	Listas de presença diárias .....	23

## INTRODUÇÃO

Com vista a aumentar as oportunidades económicas da população de Cabo Delgado, em particular da sua população jovem, contribuindo para a melhoria do acesso ao trabalho decente e do seu rendimento, em atividades directas ou indiretamente relacionadas com a indústria do gás natural, foi assinado entre a União Europeia e o Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P. um Acordo de Contribuição para a gestão do Projeto +EMPREGO em parceria público-privada para os jovens de Cabo Delgado,

O projecto visa estimular ainda, Parcerias Público-Privadas (PPP) com forte impacto no emprego e apoio ao setor público da educação profissional e de emprego, mas também as Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME), visando o aumento da respetiva competitividade e a melhoria da empregabilidade dos jovens qualificados.

No seu Resultado 3, “ACESSO MELHORADO AO EMPREGO E AO AUTOEMPREGO”, o projeto inclui a Atividade A.3.4 “*Implementar um Programa de Incentivos à criação do autoemprego Jovens Empreendedores de Cabo Delgado*”, Programa dirigido à criação e à consolidação de pequenos negócios já existentes e integra como componentes: Concursos de ideias de negócio, formação em empreendedorismo e gestão de pequenos negócios, incubadora de empresas, assistência técnica à consolidação do negócio e Kits de equipamento. Nesse âmbito, o projeto vem desenvolvendo algumas ações, nomeadamente capacitação de técnicos de emprego no âmbito do empreendedorismo e apoio à constituição de Microempresas, Associações e Cooperativas e atribuição de kits a jovens previamente qualificados pelo projeto.

Pretende-se agora assegurar a Assistência Técnica aos jovens que beneficiaram das ações em causa, nos domínios da criação, elaboração de Planos de negócios melhorados, da organização financeira e administrativa da empresa, da divulgação e marketing do negócio e das ligações ao mercado e colocação no mesmo dos respetivos produtos ou serviços, através de *coaching*, formação *on-the-job* e partilha de conhecimento e boas práticas.

Neste contexto, foram realizadas sessões de capacitação em matéria de **Planear e Iniciar o Seu Negócio**. O curso visa doptar os jovens empreendedores de conceitos, conhecimentos dos

procedimentos necessários para uma eficiente gestão de pequenos empreendimentos e de unidades socioeconómicas coletivas e individuais.

## 1.1 Objetivos

### 1.1.1 *Objetivo Geral*

- Dotar os jovens empreendedores de conceitos, conhecimentos dos procedimentos necessários para uma eficiente gestão de pequenos empreendimentos e de unidades socioeconómicas.

### 1.1.2 *Objetivos específicos*

- Ajudar potenciais empreendedores a iniciarem os seus negócios;
- Apoiar os empreendedores e potenciais empreendedores a criar e desenvolver negócios e pequenas empresas de forma efetiva e independente;
- Ajudar aos pequenos empresários a crescerem de forma sustentável.

## 1.2 Metodologias

Com vista a possibilitar a integração correta de todos os participantes, por forma a atingir os objetivos estabelecidos da formação, foi privilegia da metodologia participativa na qual encorajava-se a contribuição dos participantes durante as sessões com base na experiência que os mesmos têm. Foram igualmente feitos exercícios práticos e, usados exemplos com base em experiências vivenciadas bem como o uso e fundamentação ideias de negócio geradas pelos participantes.

Os métodos foram dotados de acordo com o tipo de beneficiários, em destaque para o tipo de empreendedores e potenciais empresários, na qual antecederam com a realização das atividades pré e pós formação:

- Seleção ou agrupamento dos formandos de acordo com as necessidades de treinamento específicas de cada formando;

- Formulação dos objetivos de treinamento em função das necessidades de treinamento identificadas;
- Descrição do perfil de saída dos formandos (resultado imediato);
- Desenho do programa de formação de acordo com os objetivos pretendidos;
- Realização das ações formativas ou de treinamento, *coaching*/acompanhamento; e
- Assistência técnica pós formação.

Assim, foram transmitidos temas com vista a avaliar as suas capacidades e habilidade de gestão de negócios.

## 2. DESCRIÇÃO DOS TEMAS TRATADOS

### 2.1 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

Com vista a despertar e familiarizar os empreendedores em ações do ramo de negócios, em destaque para conceitos de empreendedorismo, empreendedor e Micro, pequenas e Medias Empresas (MPMEs) e formas de Negócio, foi aberto um debate dando exemplos práticos do aspecto local (Província de Cabo Delgado).

Sobre o tema, o conceito de Empreendedorismo constatou-se que é uma atitude (pessoal) que faz as pessoas quererem melhorar o que já existe ou criar algo novo. Envolve actividades de formação de ideias, o desenvolvimento e gestão de projectos e negócios. A busca de oportunidades que possam ser transformadas em negócios de sucesso. Nessa ótica, concluiu-se que o Empreendedor Uma pessoa que consegue identificar um problema, encontrar uma solução e agir para concretizá-la de forma sustentável, com as seguintes características principais, que foram abordados de forma detalhada:

- Orientado por objectivos.
- Motivado
- Empenho.
- Estabelecimento de Planos.
- Aceitação do Risco.
- Inovação.

- Desenvolvimento de Competências.
- Autonomia.
- Desenvolvimento de Redes.

Em um especto local, os empreendedores destacaram como exemplo de um empreendedor de sucesso, e que reúne essas características, o proprietário da Reprografia e repografia ‘DESIGN VASCO, LDA’ localizada no Bairro Alto Gingone, Av. Eduardo Joaquim Chipande, ao lado da Farmácia CIRO, na Cidade de Pemba.

### 2.1.1 Conceito de Micro, Pequena e Medias Empresas (MPMEs)

Numa sessão de debate sobre o subtema, foi concluído que **Mircro, Pequena e Medias Empresas (MPMEs)**, refere-se a conceito relacionado a definições de tamanho de empresas com base no número dos trabalhadores ou das receitas, mas também podendo ser baseado no capital, sendo que de acordo com “*Estatuto Geral das MPMEs aprovado de 2011*”, uma Micro Empresa, aquela que emprega entre 1 a 4 trabalhadores e volume de negócios menor que um milhão e Duzentos Mil Meticais; Pequena Empresa aquela que emprega entre 5 a 49 trabalhadores cujo volume de negócios vai de 1.200.000,00MT a menor ou igual a 14.700.000,00MT; e a Média Empresa aquela que emprega entre 50 a 100 trabalhadores e volume de negócios de 14.700.000,00MT a menor ou igual a 29.970.000,00MT.

### 2.1.2 Formas de Negócio

De modo a consciencializar os empreendedores para selecionar a forma de negócio adequada para o seu negócio proposto, foram apresentadas e debatidas e debatidas 4 (quatro) formas de negócio, nomeadamente:

- **Único proprietário (Unipessoal)** - O negócio detido por único proprietário com a autoridade para tomar todas as decisões sobre o negócio.
- **Pareceria** - Parceiros são os donos do negócio e eles fazem todas as decisões sobre o negócio juntos.
- **Sociedade Limitada** - A sociedade limitada é de propriedade de um ou mais proprietários chamados acionistas.

- **Cooperativa** - é formada por um número de pessoas que decidem em conjunto de trabalho para um objetivo comum.

Neste tema, debateu-se sobre o empreendedorismo, visto que na formação estava também representada por duas Cooperativas sendo que uma é legalizada (Cooperativa de Jovens Horticultores de Mecúfi). Neste caso foi dado um resumo sobre cooperativismo moderno, tendo despertado aos empreendedores em relação ao cooperativismo em Moçambique “**pós-independência**” e “*cooperativismo moderno*”, sendo que o primeiro o objetivo principal era o consumo, e o segundo e actual/moderno é caracterizado para geração de renda.

Todas as formas de negócio foram apresentadas detalhadamente com as vantagens e desvantagens de cada uma delas.

### 2.1.3 Gerar e consolidar ideia de negócio

Com vista a familiarizar os empreendedores, foi introduzido o tema por foram que os mesmos estejam cientes na escolha de melhor ideia de negócio para as suas empresas. Com tudo, em sessão de debate, foi concluído que, para além de se autoavaliar das suas capacidades e competências empresariais, uma ideia de negócio deve compor as necessidades de mercado: a necessidade dos clientes que vai satisfazer; produtos serviços, e como irá vender; e até que ponto a empresa dependerá do ambiente e qual será o seu impacto no ambiente.

No debate, os empreendedores citaram de forma clara que para identificar uma ideia de negócio, pode de fora coordenada através de:

- Aprender com outros proprietários de empresas de sucesso
- Aproveitar as experiências suas e de outras pessoas
- Analisar o seu ambiente local de actividade
- Características e qualificações das pessoas na comunidade local
- Feiras Comerciais e exposições
- Brainstorming

No final, sobre o tema os empreendedores concluíram que uma melhor ideia de negócios, envolve estudo de campo e análise do ambiente externo e interno.

## 2.2 PLANO DE NEGÓCIOS

### 2.2.1 Noções de plano de negócio

Numa sessão de debate com os empreendedores foi dada introdução do tema **Plano de Negócios**. Das abordagens, de forma geral foi definido o plano de negócio como um documento que visa o planeamento do negócio ou empresa. É um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. Nele, são inseridos os principais aspetos, desde a forma como o negócio quer ser visto pelos outros até os planos a médio e longo prazo.

Foi salientado que o Modelo de um plano de negócio não é fixo, existem muitas opções disponíveis. Cada uma busca atender as necessidades específicas de diferentes tipos de negócios.

### 2.2.2 Estrutura e composição de plano de negócios

#### 2.2.2.1 Conteúdo de um plano de negócios

De forma participativa, e exemplos práticos dos negócios e das ideias de negócios dos empreendedores, foram citados os conteúdos dum plano de negócios, em destaque para os seguintes itens:

- Produtos
- Clientes
- Concorrentes
- Fornecedores
- Pessoal
- Local
- Equipamento
- Financiadores
- Plano de Marketing
- Plano Organizacional

- Plano Financeiro e
- Anexos

### 2.2.2.2 Estrutura de plano de negócios

Em relação a este ponto, foi apresentado a estrutura de plano de negócios a ser usado pelos empreendedores para os seus negócios.

Foram especificados os pontos essenciais dum plano de negócios:

#### 1. Parte Introdutória

- Capa
- Índice
- Sumário Executivo
- Descrição do Negócio
- Formulação da estratégia organizacional
- Informação sobre o proprietário (Dados pessoais, Experiência de negócio)

#### 2. Plano de Marketing

- Pesquisa de Mercado/resultados
- Tamanho, potencial de mercado
- Situação da concorrência (atual e potencial)
- Análise da Matriz F.O.F.A.
- Estratégias de Marketing
- Descrição detalhada dos 7 Ps de Marketing e Políticas relacionadas
- Plano de Marketing

#### 3. Plano Organizacional

- Estrutura orgânica e sua coordenação
- Estrutura da propriedade do negócio (dono, promotor, equipa de gestão)
- Responsabilidades/tarefas da equipa de gestão
- Política de remuneração do pessoal

#### 4. Plano Financeiro

- Capital necessário para iniciar negócio

- Previsão de fundo de maneió
- Previsão de vendas e custos
- Previsão de lucros
- Fluxo de caixa

## 5. Capital necessário

## 6. Fontes de Capital

## 7. Anexos

- Documentos de identificação dos proprietários
- Desenhos/plantas do escritório
- Especificações dos equipamentos

## 2.3 PLANO DE MARKETING

### 2.3.1 Poder de Cliente

Tratando-se de empreendedores com ideias de negócios definidos, foi necessário abrir uma sessão com conceitos exemplos práticos que meche com o seu dia-a-dia baseado na realidade comercial. E, uma das questões de abertura, foi de "como é que os clientes tomam decisão para tomada sobre onde e como comprar". O debate foi moderado por um dos empreendedores com experiências no negócio no ramo de Marketing e Informática.

Através de chuva de ideias, os participantes afirmaram que para a tomada de decisão dos clientes sobre "onde e como comprar" é através da satisfação dos serviços e produtos do negócio ao cliente em relação a outros concorrentes. Com tudo, da sessão de debate, concluiu-se que Marketing é **identificar as necessidades dos clientes e satisfazê-las melhor do que** os seus concorrentes, a fim de obter lucro.

### 2.3.2 Posicionamento do seu produto no mercado

Posicionamento refere-se à imagem que gostaria que os clientes tivessem sobre o seu produto. Com tudo foi apresentado que o em vez de deixar que os clientes pensem o que quiserem do seu

produto, decida que imagem traria mais vantagens para o seu negócio. Sabendo claramente o que quer, será capaz de descobrir o que fazer para realmente trazer essa imagem para a mente dos seus clientes. Para tal é preciso coordenar 3 critérios para um bom posicionamento:

- Responder a uma necessidade que os clientes valorizam
- Diferenciar o seu produto do dos seus concorrentes
- Certificar-se que pode oferecer o que promete

Os participantes nestes aspetos contribuíram na sessão, afirmando que diferenciar o seu produto em mínimos aspetos pode marcar muita diferença pês embora a ideia pareça de muito investimento. Acrescentou-se ainda que uma embalagem incluindo tamanhos diferenciados das embalagens e preços marca diferença aos outros concorrentes.

### 2.3.3 Marketing Mix

Marketings Mix é um conjunto de elementos que representam as atividades abraçadas pelo marketing. Seu principal objetivo é gerar o desejo de compra no consumidor.

#### 2.3.3.1 Os 7Ps

Com vista a reforçar o posicionamento do produto os empreendedores foram desafiados a Identificar o que fazer com cada P no seu negócio, nomeadamente:

1. Produto
2. Preço
3. Place (Local)
4. Promoção
5. Pessoas
6. Processo
7. Physical Evidence (Evidência Física)

Na sessão, foi apresentado e debatidos de forma detalhada cada um dos P, e orientados empreendedores a descreverem de acordo com os seus produtos e serviços de negócios no seu plano de negócios (estratégia de Marketing) e apresentarem um plano de marketing.

## 2.4 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS VS PRODUTIVIDADE PARA EMPRESA

Para abrir chuva de ideias em relação a conceito do Marketing, foi projetada uma ilustração a baixo (que mostra comportamento desagradável dos recursos humanos no seu posto de trabalho/negócio).



Fonte: *Manual – Pessoas e Produtividade, Organização Internacional do Trabalho, Primeira Edição 2015.*

Do debate em relação as ilustrações a cima, mostra que os gestores das empresas não se importam tanto com os seus recursos humanos, verifica-se que há falta de comunicação entre o gestor/proprietários e os seus trabalhadores.

Chegou-se a conclusão que, as ilustrações mostram **o que pode acontecer se for dada pouca atenção ao papel das pessoas no seu negócio**. Se os trabalhadores forem ineficazes, o seu negócio irá sofrer. Se trabalharem bem, a sua produtividade aumentará e o seu negócio correrá bem. Neste caso quem ajudará a fazer um trabalho melhor é o gestor: fazendo reuniões regulares, brainstorming.

Esse caso também acontece em relação a **competitividade**. São as pessoas que trabalham que constituem o fator decisivo para criar uma vantagem competitiva a longo prazo para o seu negócio. Isto porque os seus concorrentes podem copiar os outros fatores como localização, equipamento, materiais, distribuição, etc.

Foram também na formação, introduzidas as etapas que lhes permitirão auxiliar os seus potenciais formandos a contratar corretamente a mão-de-obra para as suas empresas/negócios propostos por forma a melhorar e aumentar a produtividade e competitividade. Além disso foi destacado também a necessidade de dar incentivos, seguros de trabalho aos recursos humanos por forma a manter e melhorar a performance na instituição e conseqüente melhoria da produtividade. Foi apresentado também a necessidade de observância da legislação laboral/de trabalho Nacional, por forma a não incorrer sanções. Inclui a observância para não exploração e trabalho infantil.

## 2.5 COMPRAS E GESTÃO DE STOCK

### 2.5.1 Comprar bem para a Empresa

Para interação dos participantes em relação o tema, foram colocadas três questões separadamente debatidos 15 minutos cada:

- Oque é comprar bem para seu negócio?
- Que relações a ter com fornecedores? e
- Oque é stock?
- Oque é inventário e a importâncias?

Nos debates foram tiradas conclusões claras das questões colocadas nos seguintes termos:

- Comprar bem para negócio - significa comprar a qualidade e quantidade certa, comprar na altura certa e comprar pelo preço certo. Para compra de equipamentos há que ter em conta entre outros, alguns aspetos: O equipamento funciona bem, com que frequência avaria; que equipamento funciona a menor custo e é mais fácil de operar; se poderá obter assistência localmente; se é necessária formação para usar o equipamento e se é possível adquiri-la, e se é gratuita?
- Em relação ao relacionamento com fornecedores ficou claro que é essencial uma comunicação efetiva e permanente com fornecedores, podendo celebrar acordos ou contratos de fornecimentos que incluem normas de pagamento, sendo que é um dos principais pontos para manter bom entendimento com fornecedores.

- No que concerne a questão relacionada com stock, foi respondida e concluída no debate que Stock são todas as matérias-primas ou peças que uma empresa mantém e usa para fabricar produtos ou fornecer serviços. Os produtos que uma empresa tem para venda.
- Concluiu-se também que O Inventario é **um sistema de contagem e exame físico do stock**. O inventário ajuda a verificar as condições do seu stock, para que esteja informado: Sobre quando voltar a encomendar, ou que mercadorias vendem rapidamente ou lentamente; se há mercadorias em falta e que quantidades estão em falta

No final do debate foram apresentadas fichas de inventario para bens e equipamentos de mercadorias. Para terminar dou realizado exercício pratico de preenchimento das fichas de inventário.

## 2.6 CÁLCULO DE CUSTOS DE PRODUTOS OU SERVIÇOS

### 2.6.1 Cálculo de Custos e marcação de Preços

Durante a facilitação do Tema, para além de conceitos foram considerados aspetos para identificação de diferentes tipos de custos, nomeadamente Custos Fixos e Variáveis. Foi tomado em consideração diferentes tipos de custos relativamente para negócios que compram matéria-prima para produção e comercialização, assim como negócios que compram matéria-prima para venda, incluindo para prestação de serviços.

Foi dado exemplo de uma empresa de produção de calças masculinas. Neste caso foi demonstrado o levantamento de custos de produção por item, demonstrados custos Totais de produção, Custos fixos e Variáveis. Foi demonstrado também que a determinação de custos é de extrema importância, pois, ajuda a estabelecer os preços de forma coerente e não aleatória.

Concluiu-se assim, que para marcar preço de venda, deve-se ter em conta dos custos totais sobre a quantidade produzida (ou adquirida).

Depois da demonstração no cálculo de custos e marcação de preços (incluindo tabelas/fichas para levantamento dos custos), foi dado um exercício para cada empreendedor fazer levantamento e apresentar sobre destino (previsão) de fundo de investimento e de giro para o seu negócio.



Fig. Apresentação de exercícios (Cálculo de custos – Reciclagem de material plástico para Produção de tijolos)

### 2.6.2 Análise de viabilidade do negócio

Análise de viabilidade é fazer a projeção de receitas e identificar o ganho real do negócio. É fazer análise de custos, despesas, e investimentos, e fazer correlação com receitas.

No caso concreto da formação, depois de apresentação de exercícios práticos, foi apresentado mapa de Plano de fluxo de caixa na qual cada empreendedor preencheu de forma prática. De forma simples, apresentou-se e praticou-se o seu uso, as fichas de folha de caixa e Mapa de Plano de Lucros.

## 2.7 LITERACIA FINANCEIRA

### 2.7.1 Inclusão Financeira e Uso Racional dos Recursos Financeiros

Este tema visava dotar os jovens empreendedores de conceitos, conhecimentos sobre finanças pessoais, inclusivas, e dos procedimentos necessários para aceder aos serviços disponibilizados pelas Instituições Financeiras (Bancos e Macrofinanceiras).

Numa discussão em plenária, concluiu-se assim que é facultar acesso aos serviços financeiros as pessoas para poder melhorar a sua qualidade de vida, através do uso de serviços financeiros formais

através da disseminando hábitos de acesso a instituições financeiras e boas práticas e gestão de crédito para seus negócios.

## **2.8 CAPITAL NECESSÁRIO PARA COMEÇAR O NEGÓCIO**

O Capital Inicial de uma empresa é o valor que os sócios ou acionistas estabelecem para sua empresa no momento da abertura. É a quantia bruta que é investida, o montante necessário para iniciar as atividades de uma nova empresa, considerando o tempo em que ela ainda não vai gerar lucro suficiente para se sustentar.

Na formação, foi destacado que o capital necessário para abrir uma empresa varia muito e vai de acordo com o segmento e o porte. Os Empreendedores devem possuir capacidades na apreciação dos custos inerentes às Instalações, quer seja para edificar ou arrendar de acordo com a natureza da empresa, necessidades de equipamento, disponibilidade de corrente elétrica entre outros.

### **2.8.1 Fontes de Capital Inicial**

Por forma a familiarizar os empreendedores em termos práticos sobre o tema, convidou-se a GAPI-SI, SA instituição financeira de desenvolvimento, que atua no financiamento a Micro, pequenas e Medias Empresas, por tanto, entidades ligadas a respetiva área, para dar oportunidade de clarificar os passos subsequentes ligados a crédito/financiamento.

De forma clara, a Gapi, divulgou linhas de financiamento para start-up, com taxas de juros que variam de 12 a 20% ao ano. apresentou também programas que a Gapi-SI está a implementar em parcerias com outras entidades, em destaque para Ayuda en Accion. No final das apresentações motivou os jovens afirmando que os financiamentos são muito importantes para incrementar o financiamento das suas atividades.

Com tudo, buscar capital para começar uma empresa exige planeamento dos Empreendedores. O dinheiro é essencial para começar um negócio. Não adianta ter uma ótima ideia sem disponibilidade de capital mínimo para começar a operar.

Na formação foram apresentadas de forma detalhada as seguintes alternativas de fontes de financiamento que poderão ser adotadas pelos empreendedores:

- Capital próprio
- ONG's ou Agências de fomento
- Empréstimo bancário
- Investidores externos

### 3. Análise e síntese dos resultados de avaliação da ação de formação pelos participantes

Esta avaliação resulta da análise de um questionário físico disponibilizado a todos os formandos tendo respondido 14 dos 17 participantes, correspondentes a uma taxa 82.4% do total dos participantes do curso da formação.

O questionário continha questões fechadas, cujo o objetivo era respetivamente:

- (i) Conhecer ao nível do Instituto Nacional do Emprego Delegação de Cabo Delgado, quem teve iniciativa para frequência da formação;
- (ii) Aferir o nível de satisfação em relação as suas expectativas da formação e as funções que desempenham;
- (iii) Avaliação ao formador em termos da sua metodologia de ensino e aprendizagem (exposição, dinâmica, competência técnica e relacionamento com os participantes).

Das questões colocadas, 85.71% dos participantes (12), responderam que a frequência da formação foi iniciativa da direção, 7.14% (1) respondeu que foi iniciativa dos colaboradores e 7.14% (1) respondeu que foi iniciativa própria.

Em relação a satisfação das suas expectativas 85.71% dos participantes (12), responderam que a formação correspondeu as suas expectativas e os conteúdos propostos foram muito relevantes e ajustados as suas necessidades de melhoria; 7.14% (1) dos participantes respondeu que os conteúdos foram relevantes e que excederam sua expectativa; e os últimos 7.14% (1) participante respondeu que os conteúdos tratados foram relevantes e correspondeu parcialmente da sua expectativa.

Quanto a exposição dos conteúdos, dinâmica, competência técnica e relacionamento do formador com os participantes, 100% dos participantes responderam que o formador foi claro e objetivo, com competências respetivamente elevada (50% dos participantes) e muito elevada (também 50% dos participantes). Em relação relacionamento do formador aos participantes 71.43% responderam que o relacionamento foi elevado, 14.29% (2) foi medio relacionamento e 7.14% (1) considerou relacionamento razoável.

No final os participantes destacaram como sugestão de formações subseqüentes, seguintes temas profundamente:

- Elaboração de projetos de investimento para negócios com mais de um ano
- Marketing – especificamente das estratégias aspetos de inbound, outbound e equity.
- Comercio e marketing digital

## 4. CONCLUSÃO

A formação decorreu de forma participativa e relativa com aspetos vivenciados a pelos empreendedores. Da avaliação da formação feita pelos empreendedores associado às apresentações de exercícios e participação ativa dos empreendedores durante a formação e da metodologia usada, constatou-se que os formandos são capazes de aplicar os conhecimentos nos seus negócios.

Este aspecto veio refletir no dia de encerramento, em que os empreendedores afirmaram que a formação foi produtiva e superou as expectativas, e que se sentem comprometidos no uso dessas competências para o desenvolvimento dos seus negócios.

As atuais exigências dos clientes obrigam a uma cada vez crescente capacidade de resposta por parte dos empreendedores. Os participantes encontram-se munidos de ferramentas que lhes permitirão desempenhar cabalmente as suas atividades.

### 4.1 Recomendações

Os formandos deverão beneficiar de um acompanhamento sobretudo nas primeiras sessões de formação por forma a aferir o nível de assimilação dos conteúdos.

Para o sucesso do Projeto, um trabalho em equipa reveste-se de capital importância. Neste sentido recomenda-se:

- Facilitação para conclusão na elaboração dos Planos de negócio aos empreendedores dentro de 20 dias.
- O projeto deve garantir assistência técnica, acompanhamento e monitoria da atividade aos empreendedores

## 5. Anexos

### 5.1 Reporte fotográfico

#### Abertura da capacitação



#### Apresentações



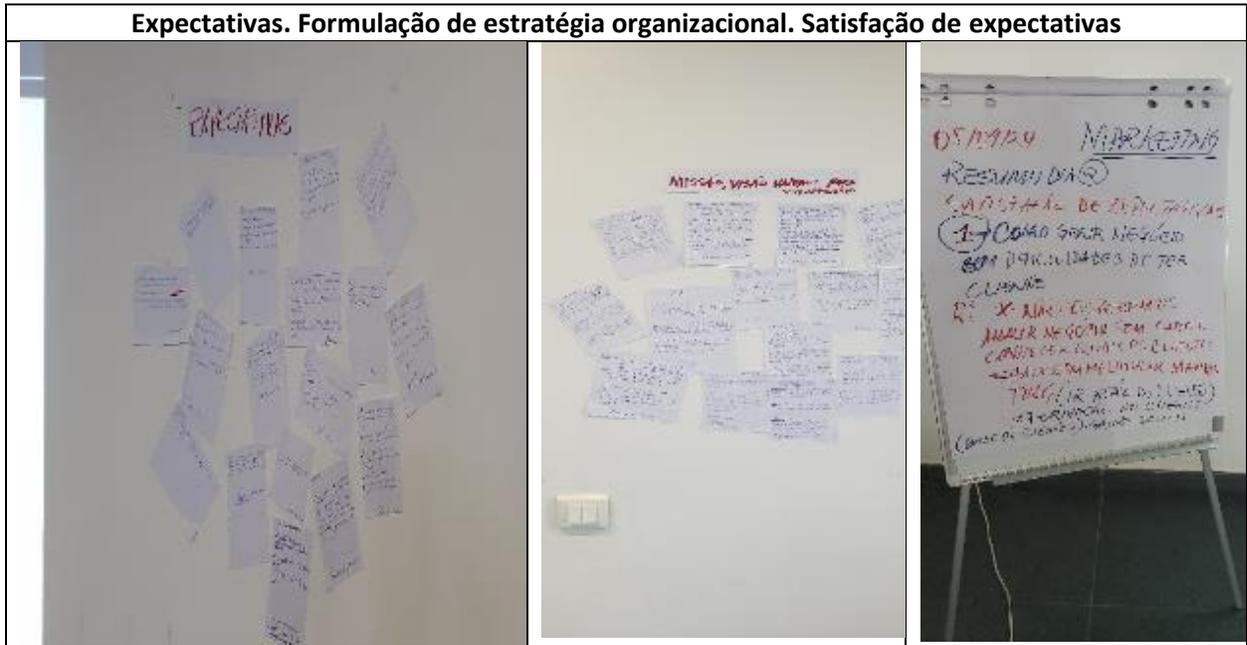
#### Apresentação de exercícios



Encerramento da formação e entrega de Certificados



## 5.2 Resultados de alguns exercícios práticos



## 5.3 Listas de presença diárias



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

### FOLHA DE PRESENCAS DIÁRIA

PROJETO	+EMPREGO	ÁREA	
ENT. PROMOTORA	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P		
ENT. FORMADORA/FORMADORES	RC-Tax Services, Lda - António Pires		
CURSO	GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS		
LOCAL	INET-INCUBADORA	DATA	02/09/2024
Nº TOTAL DE HORAS DE ACÇÃO	3 horas	HORÁRIO	08h00 às 15h30
MÓDULO -TEMA	PLANO DE NEGÓCIO		

	Nome	E-mail	Contacto Telefónico
1	Alija Zuzébio		878160806
2	Sófia Samuel Anufo	sofiarameuborufosofia@gmail	868954383/856976732
3	Omar Luciano	comar.luciano03@gmail	867814396
4	Isso Manuel Amadeu		862686870
5	Maluê Assano Rochick	Maluêassano@gmail	855958813
6	Safira Samfar	safirasamfar@gmail.com	878597216
7	Josefina Herculio Jacob	josetinaherculio@gmail	866524362/863789857
8	Agina Eunialize Ussene	aginuossene223@gmail	848855549/8729109009
9	Abubacar Manuel José		849519425
10	Cornélio Inácio		871443972
11	Ostera Femore	osterafemore@incubad06@gmail	848766077
12	MARIO E. MARIO	maurisebio6047@gmail.com	842453524
13	Tony Marcos Maguine	<del>tony.marcos@gmail</del>	871428535
14	Taniter Swatehe	Taniter.swatehe1@gmail.com	871184432
15	Anifa Momade	anifamomade0405@gmail.com	841122267
16	Muassani Fonseca	fonsecamuassani@gmail	847783384

17	Regina Fábicio	harsicoregina@gmail.com	873833398
18			
19			
20			
21			
22			
23			

### CONTEÚDO/ SUMÁRIO

- GERAR IDEIA DE NEGÓCIO
- FORMAS DE NEGÓCIO
- EMPRESA COMO UM E CARACTERÍSTICAS DE EMPREENDEDOR DE SUCESSO.
- INTRODUÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIO (ESTRUTURA E COMPOSIÇÃO)
- EXERCÍCIOS.

### EQUIPAMENTOS/ RECURSOS PEDAGÓGICOS

- PAPEL A0
- APRESENTAÇÕES.
- MARBETTES

### OBSERVAÇÕES

- VERIFICOU-SE PARTICIPAÇÃO ATIVA DOS BENEFICIÁRIOS, APRESENTARAM EXPERIÊNCIAS BÁSICAS DE NEGÓCIO COMO ESPECIALISTAS. DESTACOU-SE A NECESSIDADE DE ATENÇÃO DE MARKETING E GESTÃO DE DEBÍTOS E ORÇAMENTOS COM ÊNFASE NO PLANO DE NEGÓCIO

RUBRICA DO/A FORMADOR/A

02/09/2024

Genimário Luís Pereira



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

### FOLHA DE PRESENÇAS DIÁRIA

PROJETO	+EMPREGO	ÁREA	
ENT. PROMOTORA	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.		
ENT. FORMADORA/FORMADORES	PC Tax services, Lda - António Luís Pereira		
CURSO	GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS		
LOCAL	1.1.55. POMBAL	DATA	03/09/2024
Nº TOTAL DE HORAS DE ACÇÃO	07h	HORÁRIO	08h30 às 15h30
MÓDULO -TEMA	PLANO DE NEGÓCIOS (ELABORAÇÃO) E MARKETING		

	Nome	E-mail	Contacto Telefónico
1	Tony Marco Máquina		871928535
2	Anita Momade	anitamomade0403@gmail.com	84422267
3	Safia Sanfar	sanfar.safia@gmail.com	878597216
4	Issa Manuel Awwade		862686870
5	Sulema A. Mudeira	Sulemamudeira@gmail	876533658
6	Cornélio Inácio		871443572
7	Omar Luciano António	Omar.luciano.83@gmail	867814396
8	Abubacar Manuel José		849519425
9	Regina Edúcio	lbriccorregina@gmail	878838398
10	Sofia Samuel Arufo	sosamuelbasferarufo@gmail	868954383
11	Muassani Fonseca	fonsecamuassani@gmail	847783384
12	Tarita Sua Lehé	taritasuailehe1@gmail	871184432
13	Alija Lusébio		878160806
14	Josefina Hordácio Jacat	joscfinahordacio@gmail	846924868
15	Mahad Assane Rachide	MahadAssane7ajwaif	860444849
16	Agira Luzmalize Ussene	AgiraUssene2230@gmail	848855549

17	MÁRIO EUSEBIO MÁRIO	maeurebio6047@gmail.com	842453526
18	Estevão Femande Nshaiiche	estevaozombimenda@gmail.com	842453526
19			
20			
21			
22			
23			

### CONTEÚDO/ SUMÁRIO

- FORMULAÇÃO DE IDENTIDADE CORPORATIVA DE UMA EMPRESA/NEGÓCIO DENTRO DE PLANO DE NEGÓCIOS (MISSÃO, VISÃO E VALORES)
- ANÁLISE DE MATRIZ FOFA PARA EMPRESA/NEGÓCIO DENTRO DE UM PLANO DE NEGÓCIO
- INTRODUÇÃO A MARKETING (CONTEÚDOS E OBJECTIVOS DO FÓRUM)
- EXERCÍCIOS PRÁTICOS

### EQUIPAMENTOS/RECURSOS PEDAGÓGICOS

- PROJECTOR, PAPELÃO, MARCADORES, PAPEL A4, CARTOLINAS.
- CHUVA DE IDEIAS

### OBSERVAÇÕES

- DEBATS DAS APRESENTAÇÕES, CADA EMPREENDEDOR APRESENTOU SEJA IDENTIDADE CORPORATIVA DO NEGÓCIO E ANÁLISE FOFA DE FORMA PRÁTICA (DAS APRESENTAÇÕES FORAM COLHIDAS OPINIÕES DOS PARTICIPANTES PARA CADA APRESENTAÇÃO).
- OS RESULTADOS DOS EXERCÍCIOS/APRESENTAÇÕES DOS EMPREENDEDORES, ACORDOU-SE QUE ESSAS INFORMAÇÕES SÃO VALIOSAS PARA O PLANO DE NEGÓCIO FINAL.

RUBRICA DO/A FORMADOR/A

03/07/2024

Fernando Gus Faria



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

## FOLHA DE PRESENÇAS DIÁRIA

PROJETO	+EMPREGO	ÁREA	
ENT. PROMOTORA	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.		
ENT. FORMADORA/FORMADORES	Camões Lus Lus		
CURSO	GESTÃO DE RECURSOS NEGÓCIOS		
LOCAL	INSS - Jember	DATA	04/09/2024
Nº TOTAL DE HORAS DE ACÇÃO	6h	HORÁRIO	08h00 às 15h30
MÓDULO -TEMA	- MARKETING		

	Nome	E-mail	Contacto Telefónico
1	Tony Marco Moquino		871928535
2	Safra Saufar	saufar@saufar@gmail.com	878597216
3	Isso Manuel Amade		862686870
4	Estevão Jemane Nhamulo	estevaofermentado@gmail.com	848766077
5	Cornélio Inácio		871463572
6	Ágria Eunice Ussone	agriaussone2230@gmail.com	848855549
7	Régina Kibucio	kibucioragina@gmail.com	848833388
8	Muassani Fonseca	fonsacamuassani@gmail.com	847783384
9	Sofia Samuel Arubo	sofiasamuelarubo@gmail.com	868954383
10	Josefina Horácio Jacob	jozefinahoracio@gmail.com	846024362
11	Atija Euzébio		878160806
12	Tanitei Svatché	taniteisvatche@gmail.com	87184432
13	Omar Medina António	omarmedina93@gmail.com	867814396
14	Abubacar Manuel Jose		849519425
15	Anifa Mornade	anifamornade0403@gmail.com	847122267
16	Mahad Assane Raclide	Mahadassane7@gmail.com	860144899



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			

**CONTEÚDO/ SUMÁRIO**

- Poder do cliente
- Posicionamento de produtos no mercado
- MARKETING MIX
- Exercícios práticos (Elaborar plano de marketing)

**EQUIPAMENTOS/RECURSOS PEDAGÓGICOS**

- DATASHOW (APRESENTAÇÃO)
- PAPEL A0 E A4
- MARCADORES, CANETAS

**OBSERVAÇÕES**

- Foram realizados exercícios práticos de elaboração de estratégias e plano de marketing de cada empreendedor e apresentações
- Nas apresentações houverão sugestões para melhoria de planos de marketing de alguns empreendedores.
- Antecedente com resumo dos temas do dia (3).

RUBRICA DO/A FORMADOR/A

Fernanda Lus  
Coutinho



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

### FOLHA DE PRESENÇAS DIÁRIA

PROJETO	+EMPREGO	ÁREA	
ENT. PROMOTORA	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.		
ENT. FORMADORA/FORMADORES			
CURSO	Gestão de Pequenos Negócios		
LOCAL		DATA	05/09/2024
Nº TOTAL DE HORAS DE AÇÃO	6h	HORÁRIO	
MÓDULO - TEMA	- Plano de Negócios - Serviços Financeiros - Gestão de Recursos Humanos e Produtividade		

	Nome	E-mail	Contacto Telefónico
1	Tony Marcos Moquima		871928535
2	Anifa Monade	anifamonade403@gmail.com	841122267
3	Safira Saufar	sauferasafira@gmail.com	878597216
4	Estevão Nhauê	estevao.nhauel86@gmail.com	848766097
5	Cornélio Inácio		871443972
6	Abubacar Manuel José		849519425
7	Agina Zumalize Ussene	aginaussene2023@gmail.com	848855549
8	Sofia Samuel Araujo	sofiassamuelaraujo@gmail.com	868954383
9	Muassani Fonteca	fontecamuassani@gmail.com	847783384
10	Taniter Suatché	tanitassuatche1@gmail.com	871184432
11	Josefina Horácio Jacob	josefinahoracio@gmail.com	862795857 / 846524368
12	Mahad Assane Rachide	Mahadassane@gmail.com	833958813
13	Omar Luciano António	omarluciano@gmail.com	867814396
14	Issa Manuel Amade	issamanuelamade4@gmail.com	862686870
15			
16			

17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			

**CONTEÚDO/ SUMÁRIO**

- RECURSOS HUMANOS e PRODUTIVIDADE NO NEGÓCIO
- SERVIÇOS FINANCEIROS DISPONÍVEIS PARA FINANCIAR NEGÓCIOS — GAPI-SI, SA
- CÁLCULO DE CUSTOS DE NEGÓCIO (CONCEITO E LEVANTAMENTO PRÁTICO DE CUSTOS DAS EMPRESAS DESENVOLVIDAS).

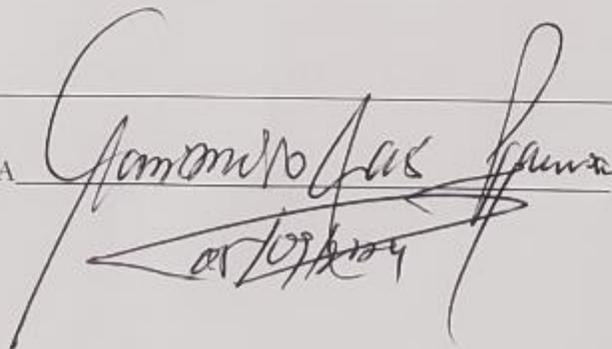
**EQUIPAMENTOS/RECURSOS PEDAGÓGICOS**

- APRESENTAÇÕES, POWER BY e A4, COMPUTADOR e IMPRESSORES, DATASHOW.

**OBSERVAÇÕES**

- O TEMO SERVIÇOS FINANCEIROS FOI APRESENTADA PELA GAPI, ONDE APRESENTOU ALGUNS PROGRAMAS E LINHAS PARA FINANCIAMENTO DE PEQUENOS NEGÓCIOS.

RUBRICA DO/A FORMADOR/A





Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

### FOLHA DE PRESENCAS DIÁRIA

PROJETO	+EMPREGO	ÁREA	
ENT. PROMOTORA	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P		
ENT. FORMADORA/FORMADORES	Reina Semce - (Coordenadora) Luís Pereira		
CURSO	GÊSIAO DE PEDAGOGOS AGRÍCOLAS		
LOCAL	INSS - Semce	DATA	08/09/2024
Nº TOTAL DE HORAS DE ACÃO	5h	HORÁRIO	08h00 às 13h30
MÓDULO -TEMA	- PROCEDIMENTOS E GESTÃO DE STOCK - LITENANCIA FINANCEIRA		

	Nome	E-mail	Contacto Telefónico
1	Ismael Marcos Maguina		871928535
2	Ismael Manuel Amade		86268687
3	Anita Momade	anifamomade0403@gmail.com	841122267
4	Estevão Fernandes Nhavê	estevaofernandesnhavo96@gmail.com	848766077
5	Cornélio Inácio		871443972
6	Abubacar Manuel José		843519425
7	Sofia Samuel Hrufo	sofiassamuelsorufosofia@gmail.com	858954383
8	Muassani Fonseca	fensecamuassani@gmail.com	847783384
9	Tanitei Suahehé	tanitesuahehe@gmail.com	871184432
10	Alizei Zuzébio		878160806
11	Josafina Harácio Jacob	josafinaharacios@gmail.com	846324268/863799857
12	Omara Luciano António	omara.luciano.93@gmail.com	
13	Makadi Assane Diechide	Makadiassane@gmail.com	873802999
14	Agira Zuzmalize Uzoene	agira.uzoene2230@gmail.com	848855549
15			
16			

17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			

### CONTEÚDO/ SUMÁRIO

- COMPRAR BEM PARA O NEGÓCIO
- CONTROLAR STOCK POIS COMPRAR
- GESTÃO DE RELAÇÕES COM FORNECEDOR
- EXCLUSÃO FINANCEIRA E GESTÃO DE ENVOLVIMENTO

### EQUIPAMENTOS/RECURSOS PEDAGÓGICOS

- 1) Datashow, marcadores, papel A0 e A4, computador
- →

### OBSERVAÇÕES

- AN RECEBEU O DIA COM REALIZAÇÃO DE EXERCÍCIOS DO TEMA ANTERIOR - GESTÃO DE CUSTOS
- LEVANTAMENTO DE CUSTOS DE ABRIGAMENTO

RUBRICA DO/A FORMADOR/A

*Genivaldo An. Pinheiro*  
06/09/2004



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

### FOLHA DE PRESENÇAS DIÁRIA

PROJETO	+EMPREGO	ÁREA	
ENT. PROMOTORA	Camões - Instituto da Cooperação e da Língua, I.P.		
ENT. FORMADORA/FORMADORES	D. Pa Ferreira Lda <i>Camões dos Paços</i>		
CURSO	Gestão de Pequenas Empresas		
LOCAL	INSS - VEMB	DATA	07/09/2024
Nº TOTAL DE HORAS DE AÇÃO	3h	HORÁRIO	08h00 - 11h30
MÓDULO - TEMA	ANÁLISE VIABILIDADE E TÉCNICAS DE COMÉRCIO DE VÍCIO.		

	Nome	E-mail	Contacto Telefónico
1	Tenny Marcos Moquima		871928535
2	Esse Manuel Auvade	essemanuelauvade@gmail.com	862686990
3	Anifa Morade	anifamorade10403@gmail.com	841122267
4	Omar Luciano António	omarluciano93@gmail.com	867814396
5	Abubakar Manuel Jose		849519425
6	Osteris Ferrone Naveis	osterisferrone@outlook.com	-848766077
7	Sofia Samuel Arufe	sofiaarufe@outlook.com	868954883
8	Mahab Assane Raelide	Mahabassane@gmail.com	873802999
9	Muassani Fonseca	fonsecamuassani@gmail.com	847783384
10	Tanitei Sualhe	taniteisualhe@gmail.com	871184432
11	Alija Zuzébio		878160806
12	Josefina Heráclio Jacob	josefinaheracio@gmail.com	863795887/846524062
13	Safia Saufar	Saufar.safia@gmail.com	878597216
14	Agina Zuzmalize Uxens	aginaluzene2230@gmail.com	848855549
15			
16			



Ação financiada pela União Europeia  
Ação cofinanciada e gerida pelo Camões, I.P.

17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			

### CONTEÚDO/ SUMÁRIO

- FOLHA DE CASH
- PLANO DE FLUXO DE CASH
- ESTABELECIMENTO DE PARCERIAS (DEBATE).
- AVALIAÇÃO FINAL DO CURSO.

### EQUIPAMENTOS/RECURSOS PEDAGÓGICOS

- DATASHOW, PAPEL A4, MARCADORES, COMPUTADOR,

### OBSERVAÇÕES

- OS PARTICIPANTES AVALIARAM DE FORMA POSITIVA O DEBATE E RESUMO DAS TEMAS TRATADOS NO CURSO.

RUBRICA DO/A FORMADOR/A

Comunidade Aus' Puro  
07/09/2024