

MÓDULO

EMPREENDEDORISMO
UM ESTILO
DE VIDA



MÓDULO PARA O(A) FACILITADOR(A)
PARA O CURSO DE FORMAÇÃO HUMANA
E ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL



FICHA TÉCNICA



EDITOR

PROGRAMA MUVA

www.muvamos.co.mz

Maputo

Moçambique

Financiado por:



Responsável pela publicação: **Rebelo, Anne Cecile Manicom**

Coordenação: **Taimo, Nelia**

Elaboração:

Consultora Desenvolvimento do Sector Privado - **Bandarinha, Suzana**

Consultora especialista em Empreendedorismo - **Moreira, Suzana**

Equipa de Amigos Críticos de pré-testagem, leitura e revisão:

Bande, Felisberto Jr - UPA

Comissar, Lelio - ESSOR

Ellouz, Pires Agnes - ESSOR

Feruca Jr, Luís Joanete - ESSOR

Gafurini, Elena - DEVMOZAMBIQUE

Gungulo, Manuel Lelio Alberto - UPA

Machado, Gabriel - MUVA

Massango, Rafael Armindo - UPA

Mucavele, Gimo Tomás - UPA

Nhavoto, Cristesia Horácio - UPA

Pene, Belinda - UPA

Vali, Daúdo - DEVMOZAMBIQUE

Vilanculos, Julia Samuel - ESSOR

Vilanculo, Leia Armando - UPA

Desenho Gráfico: Empresa 2five8 - **Pereira, David**

Edição e Revisão linguística: **Brandberg, Paula**

Tiragem: 250 exemplares

O Programa MUVA é responsável pelo conteúdo da presente publicação.

Maputo, Novembro 2018

Indicadores de Comportamento Humano



INDICADORES DE COMPORTAMENTO HUMANO

- Comunicação
- Trabalho em Equipa
- Concentração
- Motivação no Trabalho
- Capacidade Emocional
- Autoconhecimento

Para tratar os temas abordados neste módulo, foram criadas uma série de actividades com o objectivo de desenvolver e fortalecer dois tipos de poderes nos jovens: o poder inter- e o poder intra-pessoal.

O desenvolvimento do relacionamento intrapessoal é basicamente o acto de se conhecer a si mesmo, às suas emoções e habilidades, ser capaz de identificar os seus pontos fortes e o que precisa ser melhorado. É como você se vê no mundo, como se vê a si mesmo e como reage às mais diversas situações. É a busca constante pelo autoconhecimento, autocontrole emocional e autoestima.

Já o relacionamento interpessoal diz respeito à relação com as pessoas do seu convívio, familiares, colegas e amigos. Esta relação influencia a maneira como lida com os seus colegas, chefes, superiores, clientes, e todos os envolvidos no ambiente de trabalho.

Quanto melhor for o autoconhecimento e a gestão das suas emoções, melhor será o seu relacionamento com as outras pessoas.

Assim¹, foram selecionados três poderes inter- e três intrapessoais como foco das actividades do Manual. Ao longo do Curso de Formação Humana, o jovem terá oportunidade de descobrir e fortalecer cada um desses poderes.

OS PODERES INTRAPESOAIS

Capacidade Emocional - a capacidade de reconhecer e avaliar as suas próprias emoções e as dos outros, bem como a capacidade de lidar com elas.

Autoconhecimento - a capacidade de se conhecer melhor, de identificar os seus talentos para ser capaz de fazer melhores escolhas.

Motivação no Trabalho - a capacidade do indivíduo identificar o que o inspira, e se manter motivado para desempenhar as tarefas que escolheu.

OS PODERES INTERPESSOAIS

Concentração - a capacidade de manter a atenção numa actividade que está a fazer, ou num objectivo, deixando de lado as distrações.

Comunicação - a capacidade de receber e transmitir com clareza informações, experiências, sentimentos e ideias.

Trabalho em Equipa - a capacidade de colaborar e comunicar com eficácia com outros para realizar as tarefas planeadas e encontrar soluções.

¹ www.jrmcoaching.com.br/blog/relacionamento-interpssoal-e-intrapessoal-trabalho-saiba-como-desenvolver-essas-habilidades

Índice e Duração

DURAÇÃO	TÍTULO	PÁGINA
	INTRODUÇÃO	3
	SESSÃO 1 – Eu, empreendedor(a)	4
15 min	Dinâmica inicial – Mudar de lugar	5
2h 10 min	Actividade 1 – O que é o empreendedorismo?	6
	SESSÃO 2 – A descoberta de uma ideia de negócio na comunidade	12
30 min	Dinâmica inicial – O que vês?	13
50 min	Actividade 2 – Tipos de negócio na minha comunidade e preparação para a actividade externa	15
1h50 min	Actividade 3 – Os meus talentos de empreendedor(a)	17
	SESSÃO 3 – Como analisar uma ideia de negócio 1	26
15 min	Dinâmica inicial: Emboladão	27
1h40 min	Actividade 4 – Negócios na minha comunidade	28
50 min	Actividade 5 – A análise "FOFA"	30
	SESSÃO 4 – Como analisar uma ideia de negócio 2	33
15 min	Dinâmica inicial – Cantando juntos!	34
1h30 min	Actividade 6 – “Uma ideia cinco estrelas”	35
40 min	Actividade 7 – A segmentação do mercado	38
	SESSÃO 5 – Plano de negócios	40
10 min	Dinâmica inicial – Palitos de fósforo	47
45 min	Actividade 8 – Plano de negócios	48
1h15 min	Actividade 9 – Vamos aprender a fazer um 'Pitch'?	49
45 min	Actividade 10 – Jornalistas por um dia	51

Introdução

Este Módulo faz parte de um conjunto de mais quatro Módulos² que integram um manual elaborado para ser usado num curso de Formação Humana e Orientação Profissional. Para todos os Módulos foram criadas uma série de actividades com o objectivo de desenvolver e fortalecer dois tipos de poderes nos jovens: o poder inter- e o poder intra-pessoal.

O módulo “Empreendedorismo, Um Estilo de Vida!”

Este Módulo tem 5 sessões com várias actividades onde iremos: abordar o conceito de empreendedorismo, descobrir como ter ideias de negócio, aprender noções básicas de um plano de negócio e como apresentar uma ideia a financiadores.

Vamos também aprender a trabalhar melhor em equipa, a enfrentar melhor os desafios inevitáveis de um negócio e a analisar estrategicamente o negócio que queremos seguir.

Objectivos principais deste módulo

- Conhecer as características de empreendedores no contexto da sua realidade social e económica
- Estimular o espírito empreendedor no(a) jovem
- Ser capaz de avaliar um perfil empreendedor
- Identificar oportunidades de negócio e os passos para transformar uma ideia num Plano de Negócios
- Aprender a comunicar e vender o seu Plano de Negócios

DRAFT

DRAFT

² Os outros quatro são: Socialização e Normas Sociais; Orientação Profissional; Habilidades para Empregabilidade; Consciencialização sobre Saúde.

SESSÃO 1

EU, EMPREENDEDOR(A)

Objectivos da sessão:

- Conhecer o conceito de Empreendedorismo e a sua Fórmula Mágica
- Partilhar experiências e analisar características de empreendedores(as) nacionais

Um(a) empreendedor(a) é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.³

³ Fillion, 1999, pág. 19 in www.sebrae.com.br

Dinâmica inicial

Mudar de lugar

Duração total



Materiais necessários



- 25 cadeiras
- 8 cartões
- Um apito

Antes da sessão, o(a) facilitador(a) deve preparar 8 cartões com as perguntas abaixo:

- o Diga com suas próprias palavras o que é Empreendedorismo?
- o O que é ser empreendedor(a)?
- o Quem são os(as) empreendedores(as) na sua comunidade?
- o Pode dar um exemplo de um negócio de um(a) familiar ou amigo(a)?
- o Gostava de ter o seu próprio negócio? Se sim, que tipo de negócio?
- o Porque é que o(a) empreendedor(a) tem que ser persistente?
- o Que qualidades deve ter um(a) empreendedor(a)?
- o Quais são os desafios de um(a) empreendedor(a)?

Passos

- Peça aos participantes que se sentem em círculo; fique em pé no meio do círculo e coloque os cartões no meio do círculo;
- Explique que, quando tocar o apito, todos devem mudar de lugar e que aquele que ficar de pé deverá tirar um cartão do meio, ler a pergunta em voz alta e responder;
- Depois de tocar o apito, sente-se rapidamente numa cadeira, de forma que um(a) dos(as) participantes fique sem lugar;
- O participante que respondeu fica de fora, tire uma cadeira e o jogo continua: toque o apito novamente para que todos troquem de lugar de novo; vá tirando uma cadeira a cada pergunta que for respondida de forma que sempre haja mais participantes que cadeiras;
- O jogo termina quando acabarem os cartões e o grupo estiver bem motivado.

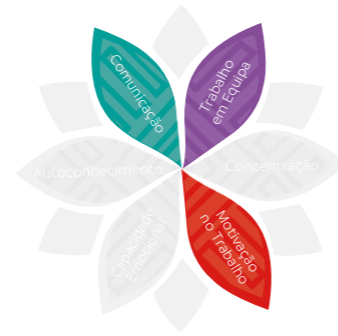
* PONTOS-CHAVE *

O Conceito de Empreender

- Ser capaz de pensar e criar algo que não existia;
- Ser capaz de criar valor através dos recursos disponíveis;
- Identificar oportunidades que possam ser transformadas em negócios de sucesso;
- Observar a economia, o mercado e implementar actividades que gerem recompensas financeiras ou sociais.

Actividade 1

O que é o empreendedorismo?



Duração total



Materiais necessários



- Projector e computador
- Folhas do bloco gigante
- Canetas
- 8 cartões com os exemplos dos(as) empreendedores(as)
- Filme “Começou por vender comida na rua: empreendedora torna-se empresária de sucesso”
- Computador e datashow

Objectivos

- Conhecer o Conceito e a Fórmula de Empreendedorismo
- Inspirar os jovens através de exemplos de jovens empreendedores(as) nacionais

Passos

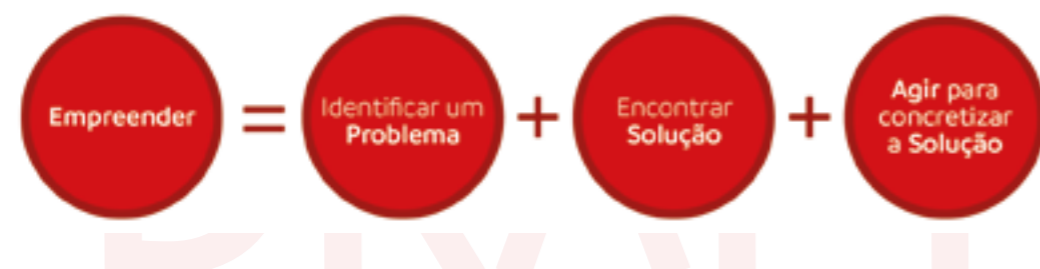


1ª ETAPA

- Pergunte o que entendem por empreender. Anote as respostas no bloco gigante.
- (5 min) Explique o Conceito de Empreender e a Fórmula Mágica do Empreendedorismo:

“Empreender é melhorar o que já existe ou criar algo novo. Envolve actividades para a criação de ideias, o desenvolvimento e a gestão de projectos e negócios. Ser empreendedor(a) não é apenas ser capaz de criar um negócio, mas ter competências e atitudes que nos tornem empreendedores e criativos.”

A Fórmula Mágica: Empreender = Problema + Solução + Acção



2ª ETAPA

- Peça que formem 8 grupos de 3 participantes e dê 10 minutos para pensarem em empreendedores(as) bem sucedidos(as) no bairro, e responderem:
 - Que tipo de negócios eles(as) têm?
 - Porque considera esses(as) empreendedores(as) bem sucedidos(as)?
 - Pode dar exemplos de negócios de empreendedores(as) de outros bairros, cidades ou países?
- (40 min) Peça a cada grupo para apresentar as suas respostas em 5 minutos.



3ª ETAPA

- Mantendo os mesmos grupos, distribua a cada um deles um cartão com um exemplo de um(a) empreendedor(a) nacional e peça para responderem às seguintes perguntas:
 - Qual foi o problema que ele(a) identificou?
 - Qual foi a solução que ele(a) encontrou?
 - O que fez, como agiu para colocar em prática a solução encontrada?



4ª ETAPA

- Em plenário, peça aos grupos para apresentarem as suas respostas;
- Em seguida pergunte:
 - O que aprenderam com o exemplo analisado?
 - O tipo de empreendimento apresentado pode ser feito tanto por homens como por mulheres?
 - Quais são as características do(a) empreendedor(a)? Vá anotando no bloco gigante as respostas de forma que no final tenha uma lista das principais características dos empreendedores: inovadores(as), ousados(as), criativos(as), humildes.
- Encerre passando o vídeo: “Começou por vender comida na rua: empreendedora torna-se empresária de sucesso”

Exemplos de empreendedores(as)

Exemplo de Empreendedora: Cartão 1

Sazia Sousa



Natural da cidade da Beira, Sazia é fundadora e Directora Geral da Technoplus1, empresa de prestação de serviços e fornecimento de soluções informáticas. Estudou informática e em 2010 participou como voluntária num projecto financiado pela cooperação alemã de instalação de rede de computadores numa escola pública na Beira. A experiência valeu-lhe uma viagem à Alemanha, onde pôde lidar com várias áreas, da tecnologia ao ambiente. Quando voltou, sem emprego, resolveu trabalhar por conta própria. Começou a contactar ex-colegas e assim foi conseguindo trabalho, até que os clientes começaram a passar de meras pessoas a empresas. Com 23 anos registou a sua empresa, a que se dedicou de corpo e alma. Hoje conta com dois escritórios, em Maputo e Beira, tem uma loja online, representa mais de 6 marcas internacionais, emprega 14 pessoas e presta serviços em todo País. Sázia acredita que o acesso à tecnologia é importante para o acesso a emprego e por isso dá aulas de informática a título voluntário numa Escola Comunitária em Massaca, Distrito de Boane.

Exemplo de Empreendedora: Cartão 2

Dita Mpfumo

Desde criança, Dita sonhava ser uma mulher empreendedora e trabalhar por conta própria. Diz que sempre gostou de desafios e nunca parou quando dificuldades apareciam pois gosta de superar-se. Na escola onde estudava começou a dar asas a este sonho, vendendo acessórios femininos para as colegas. Em 2007 decidiu arriscar e junto com uma amiga começaram a preparar cabazes de natal com produtos moçambicanos como *matoritori* (doce feito com coco) e doce de mandioca. Nos dois primeiros meses venderam cerca de 1.300 cabazes. Com o valor arrecadado criou a empresa "Kussema Limitada" que se dedica a gestão de refeitórios, fornecimento de uniformes e material de protecção, serviço de limpeza de escritórios e gestão e produção de eventos.⁴ Hoje gere uma pequena empresa denominada 'taXo Express' que confecciona e distribui refeições para trabalhadores(as) a preços acessíveis.

⁴ Moçambique Media Online - MMO

Exemplo de Empreendedor: Cartão 3

Paulino Uiaene



Natural de Inhambane, órfão de pai e criado pela avó, entrou pela primeira vez numa sala de aula aos 11 anos. Quando veio a Maputo para estudar, vivia no bairro do Maxaquene e fazia um pouco de tudo. Após as cheias de 2000 o bairro ficou cheio de lixo. Teve a iniciativa de limpar os quintais e latrinas das casas, uma vez que os camiões do Município não conseguiam entrar no bairro. Queria ver o bairro limpo e ao mesmo tempo dar emprego às pessoas e ganhar algum dinheiro. Em 2004 teve o primeiro contrato de recolha de lixo com o município. Hoje, passado 16 anos, o negócio conta com 30 "txovas", 31 trabalhadores e uma camioneta que retira lixo para comerciantes e hotéis no centro da cidade.

Exemplo de Empreendedora: Cartão 4

Ana Bela dos Reis Borges⁵



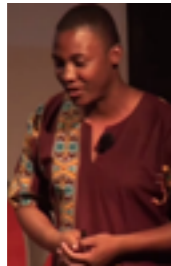
A 'rainha dos frangos' de Moçambique começou com duas bancas estrategicamente colocadas e fez crescer o seu investimento tijolo por tijolo. Hoje tem uma empresa com 20 mil aves de capoeira (frangos). A Ana Bela tem planos para produzir 200 mil frangos a cada 45 dias, o que poderá permitir às pessoas comprar frangos locais a preços mais acessíveis.

Como podemos ver, a Ana Bela tem uma dupla missão: por um lado quer, claro, ser bem sucedida nos negócios e ter lucros para sustentar a sua família; por outro lado quer garantir que as pessoas tenham o acesso a produtos locais com preços mais acessíveis.

⁵ She Inspires Her: <http://sheinspiresher.com/ana-bela-de-reis-borges-the-accidental-queen-of-chickens/>

Exemplo de Empreendedor: Cartão 5

Claudio Ferrão



Cláudio Ferrão, formado em Administração e Gestão, criou uma empresa social chamada Orèra Moçambique que recicla resíduos descartados no meio ambiente (pneus, tambores e paletes), transformando-os em móveis, ajudando assim a combater a poluição ambiental.

Ele é um agente de mudança que sempre criou projetos inovadores, interessado em influenciar os(as) jovens.

Exemplo de Empreendedor: Cartão 6



A UX foi criada em 2011-2012 focada no desenvolvimento de tecnologias online.

Durante vários anos os seus fundadores acumularam competências técnicas na área de tecnologia informática, criaram uma rede de contactos e assim conseguiram montar um negócio que hoje é rentável. O foco da empresa é a criação de websites e gestão de redes sociais, e por isso têm desenvolvido programas inovadores com fins lucrativos e sociais, como o projecto “Emprego” e o projecto “Biscate”:

- Projecto Emprego – Maior website de procura de emprego formal em Moçambique;
- Projecto BISCATE – Website de recrutamento de profissionais do sector informal, por exemplo: electricistas, pintores, serralheiros.

Exemplo de Empreendedor: Cartão 7

Matateu Ubisse



Estudou Ciências da Computação e começou a desenvolver aplicativos, portais, sites e rastreadores de veículos. Começou a trabalhar na aplicação da tecnologia nas organizações num contexto local e foi a partir daí que se apaixonou pelo Marketing. Hoje o Matateu tem a sua agência de Marketing e Media Social que se chama “Signus”.

Exemplo de Empreendedor: Cartão 8

Claude Champier



Claude sempre teve o sonho de se tornar empreendedor. Aos 12 anos começou a aprender a linguagem de programação. Aos 16 anos desenvolveu o projecto “FIKADIKÁ”, o primeiro guia turístico virtual moçambicano, e ganhou o seu primeiro estágio profissional. Aos 18 anos fundou a Champier Limitada que opera na área das Tecnologias de Informação e Comunicação e que conta com vários produtos inovadores para o mercado moçambicano.

Claude criou um aplicativo para uma grande empresa de fretes e transporte marítimo em África que substituiu vários formulários utilizados e resultou na eliminação em 100% da utilização do papel dentro da empresa.

* PONTOS-CHAVE *

Todos estes exemplos de empreendedores(as) mostram que o sucesso não acontece da noite para o dia. Pelo contrário, o sucesso é resultado de um longo processo, fruto de muito trabalho, da capacidade de lidar com o risco e o fracasso e de agir de forma a não perder a confiança das pessoas que os encorajaram e os financiaram.

DRAFT

SESSÃO 2

A DESCOBERTA DE UMA IDEIA DE NEGÓCIO NA COMUNIDADE

Objectivos da sessão:

- Compreender que um(a) empreendedor(a) vê oportunidade de negócio onde outras pessoas não veem
- Aprender a identificar oportunidades de negócio
- Promover reflexão sobre as suas próprias características e avaliar o seu próprio perfil empreendedor

Dinâmica inicial O que vês?

Duração total



Materiais necessários



- Fotocópias das imagens, um conjunto de três imagens para cada grupo

Passos

- Peça para formarem 6 grupos de 4 pessoas;
- Dê um conjunto de imagens a cada grupo. Peça para olharem e se focarem na imagem de perto e à distância e responderem:
 - O que viram em cada uma das imagens?
 - Todos viram a mesma coisa?
 - O que mostra este exercício?

Notas para o(a) facilitador(a)

Alguns participantes serão mais rápidos a ver as imagens adicionais; outros podem não ver todas as imagens. Isso indica que podemos ver a mesma imagem e situação de maneiras diferentes, e por isso algumas pessoas veem uma oportunidade de negócio onde outras não veem.

Respostas às imagens:

Imagem 1: Existem 3 tigres nesta imagem, um no chão, um entre os ramos das árvores e outro no tronco da árvore.

Imagem 2: Nesta imagem, algumas pessoas podem ver um crânio, outras uma lâmpada, e outras veem ambos.

Imagem 3: Nesta imagem, algumas pessoas podem ver um cão, outras um pano e outras veem ambos.

IMAGEM 1



IMAGEM 2



IMAGEM 3



Actividade 2

Tipos de negócio na minha comunidade e preparação para a actividade externa

Duração total



Materiais necessários



- Uma cópia do Modelo de Observação dos Negócios na Comunidade para cada participante
- Canetas

Objectivos

- Identificar os tipos de negócio nos bairros onde vivem e arredores
- Analisar os tipos de negócio nos bairros onde vivem e arredores

Passos



1ª ETAPA

- Explique que irão preparar a actividade de pesquisa que será feita na comunidade. Peça que se dividam em grupos de três, de preferência pessoas do mesmo bairro e que morem próximas, para facilitar o trabalho;
- Diga que irão fazer um levantamento dos tipos de negócio que existem no bairro, por isso deverão:
 - Fazer uma lista do que devem observar no bairro
 - Elaborar perguntas a fazer a empreendedores(as)



2ª ETAPA

- Peça voluntários(as) para partilharem as perguntas feitas e a lista do que devem observar;
- Pergunte aos outros grupos se têm algo diferente a acrescentar.



3ª ETAPA

- Entregue o Modelo de Observação de Negócios na Comunidade e peça que acrescentem as perguntas que fizeram e que ainda não constem nele;
- Explique que, depois da observação na comunidade, cada grupo deverá preparar uma apresentação numa folha de bloco gigante, com a duração de 5 minutos.

Modelo de Observação dos Negócios na Comunidade

Que tipo de negócios as mulheres têm?

Que produtos vendem?

O negócio é ambulante ou fixo? Banca ou loja?

O negócio tem muitos ou poucos clientes? Porquê?

O local do negócio está atraente? Como?

O local do negócio é bom ou mau? Porquê?

A maior parte dos clientes é:

Jovens?

Homens?

Mulheres?

Idosos?

Crianças?

Que tipo de negócios os homens têm?

Que produtos vendem?

O negócio é ambulante ou fixo? Banca ou loja?

O negócio tem muitos ou poucos clientes? Porquê?

O local do negócio está atraente? Como?

O local do negócio é bom ou mau? Porquê?

A maior parte dos clientes é:

Jovens?

Homens?

Mulheres?

Idosos?

Crianças?

Observaram alguma nova oportunidade de negócio? Se sim, qual?

Perguntas a serem feitas aos(as) empreendedores(as) depois de terem observado os negócios:

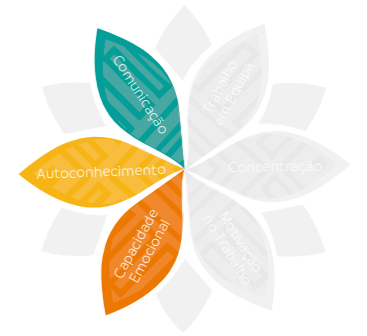
1

2

3

Actividade 3

Os meus talentos de empreendedor(a)



Duração total



Materiais necessários



- Bloco de notas
- Canetas
- Cartões com os balões de pensamento para cada participante
- 6 jogos de 25 cartões com características do(a) empreendedor(a)
- Computador e datashow
- Filme "Somos o que Acreditamos"
- Cópia do texto "Tu também podes ser Empreendedor(a)" para cada participante

Objectivo

- Identificar as suas características de empreendedor(a)

Passos



1ª ETAPA

- Explique que vão fazer uma chuva de ideias para identificar os seus talentos de empreendedores. Diga que vai fazer algumas perguntas para reflexão e que deverão escrever apenas palavras-chave que lhes venham à mente. Pergunte:
 - Voltem no tempo, pensem na vossa infância e relembrem como os adultos ou amigos vos descreviam. Por exemplo, falador(a), engraçado(a), gostava de estar sozinho(a), alegre;
 - Voltem no tempo, pensem na vossa adolescência, e relembrem como os adultos ou amigos vos descreviam;
 - Pensem nas actividades de que gostam e que têm facilidade em fazer;
 - Pensem sobre os elogios que recebem agora por actividades que fazem.

DRAFT



2ª ETAPA

Peça que formem grupos de 5 e partilhem as respostas dadas na Etapa 1.



3ª ETAPA

- Distribua um conjunto de 25 cartões com as características de empreendedores(as), e uma folha com o balão de pensamento para cada participante; explique que, com a ajuda do grupo e baseado nas respostas dadas na Etapa 1, cada membro do grupo deverá:
 - escolher os três cartões que melhor o(a) descrevem e explicar porquê;
 - escrever suas três principais características no balão de pensamento; pode tirar uma foto de si próprio com a folha do balão de pensamento com as suas características;
- Em seguida peça ao grupo para discutir porque aquelas características que foram identificadas são importantes para um(a) empreendedor(a).



4ª ETAPA

- Pergunte:
 - Como se sentiram ao fazer esta actividade?
 - O que descobriram sobre si mesmos?
 - O que vos surpreendeu?
- Distribua o texto 'Tu também podes ser um(a) Empreendedor(a)', nos Pontos-Chave, e encerre mostrando o filme: 'SOMOS O QUE ACREDITAMOS' (5 min)













DRAFT

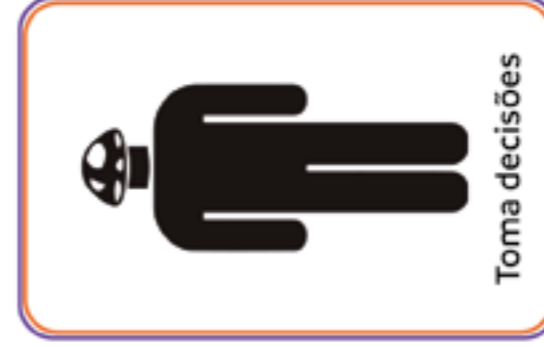
DRAFT



DRAFT

Características do(a) Empreendedor(a)

 <p>Analfítico(a)</p>	 <p>Auto-confiante</p>
 <p>Pontual</p>	 <p>Líder</p>
 <p>Negociador(a)</p>	 <p>Promotor(a)</p>
 <p>Produtivo(a)</p>	 <p>Determinado(a)</p>
 <p>Focado(a)</p>	 <p>Organizado(a)</p>



* PONTOS-CHAVE *

TU TAMBÉM PODES SER EMPREENDEDOR(A)

Ser Empreendedor(a) não é apenas criar um negócio. É ser detentor(a) de um conjunto de atitudes e características que nos faz ser empreendedores em todos os campos da nossa vida: na casa, escola, bairro, num negócio ou empresa ou organização em que trabalhamos.

Tu também podes ser um(a) empreendedor(a) se observares os seguintes aspectos:

Tu tens um plano para o futuro:

Tens a visão para o teu futuro, objectivos pessoais e de negócio e, o mais importante, lutas para implementar os teus sonhos.

Tu sabes tomar decisões:

Sentes-te seguro, sabes tomar as decisões correctas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade. Além de tomares decisões, implementas acções com rapidez.

Tu sabes explorar ao máximo as oportunidades:

A maioria das pessoas pensa que o(a) empreendedor(a) tem boas ideias porque tem sorte. Para ti, as boas ideias são criadas a partir de coisas que todos conseguem ver, mas que poucos conseguem transformar em oportunidades. És um(a) identificador(a) de oportunidades, curioso(a), criativo(a) e atento(a) ao teu redor, pois sabes que o teu sucesso aumenta quanto mais informação e conhecimento tiveres.

Tu fazes a diferença:

Transformas uma ideia num produto ou serviço que funciona, pensas numa inovação que não exista no mercado e conquistas os clientes.

Tu és determinado(a) e dinâmico(a):

Implementas os teus projectos com compromisso, ultrapassas obstáculos com uma enorme vontade de “fazer coisas” e “fazer acontecer”.

Tu és dedicado(a):

Dedicas-te ao negócio 24 horas por dia, 7 dias por semana. És um(a) trabalhador(a) exemplar e encontras energia para continuar, apesar dos desafios.

Tu és optimista e apaixonado(a) pelo que fazes:

Adoras o teu trabalho, sendo que isso te dá energia e te mantém motivado(a) e determinado(a). És o(a) melhor vendedor(a) do teu negócio.

Tu és líder e gestor(a) de equipas:

Para ti, liderar é normal e sentes-te confortável nessa posição. És respeitado(a) pelos teus colegas, pois sabes valorizá-los e recompensá-los, criando uma equipa forte à tua volta.

Tu és bem relacionado(a):

Tens a capacidade de construir uma rede de contactos entre clientes, fornecedores e parceiros que te vão ajudar no teu negócio.

Planeias, Planeias, Planeias:

Sabes a importância de planificar para usar os recursos que tens e melhorar o teu negócio.

Tu tens conhecimento:

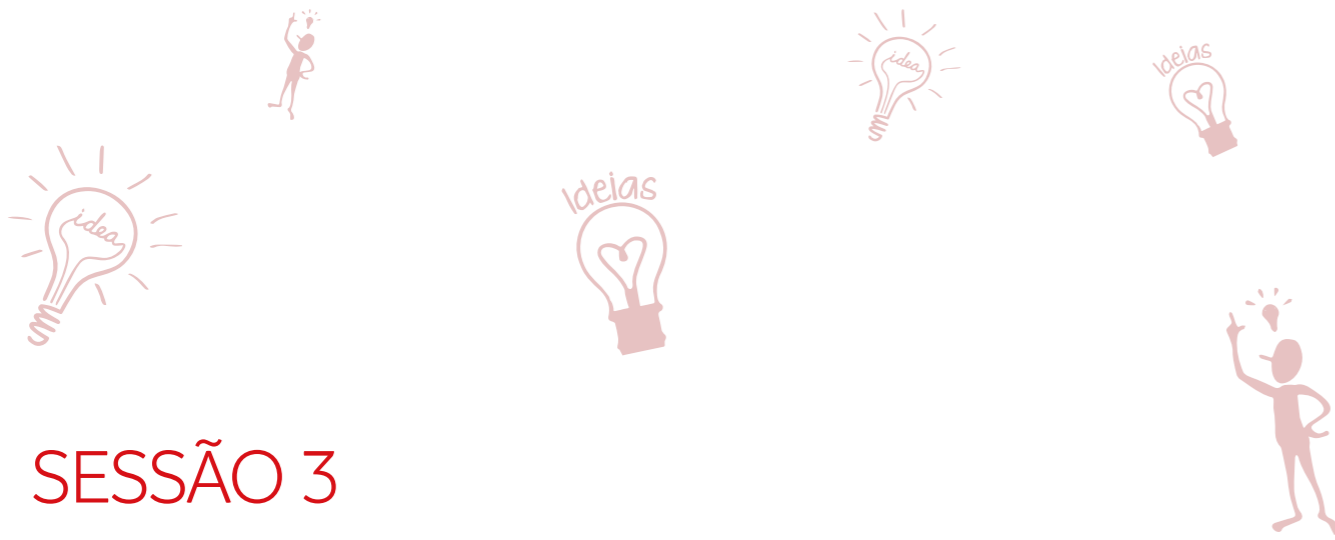
Tens curiosidade e estás sempre a aprender. Sabes que quanto mais conhecimento tiveres, mais sucesso terás.

Tu arriskas:

É a característica mais conhecida dos empreendedores. Algumas das coisas que fazes têm riscos, mas foram planeadas por ti. Sabes que esse risco pode criar novas oportunidades.

Tu ajudas a sociedade:

Quando o negócio do(a) empreendedor(a) ajuda a comunidade, por exemplo: cria emprego, resolve um problema e melhora a vida das pessoas, podemos dizer que esse é um Empreendimento Social.



SESSÃO 3

COMO ANALISAR UMA IDEIA DE NEGÓCIO 1

Objectivos da sessão:

- Aprender a identificar oportunidades de negócio
- Aprender a avaliar uma ideia de negócio usando a análise "FOFA"

Ditados Populares

"Ao perseverar, o ovo anda sobre as pernas."

A paciência leva ao sucesso.

Quem não cansa, alcança.



Dinâmica inicial Emboladão⁶

Duração total



Passos

- Peça para formarem um círculo em pé e darem as mãos; se o grupo for grande, pode dividi-lo em dois e dizer que vence quem concluir a tarefa primeiro;
- Diga a todos para memorizarem quem está no seu lado esquerdo e no direito;
- Em seguida, diga a todos para largarem as mãos e caminharem pela sala;
- Peça que todos se abracem no centro do círculo. Ainda no círculo e sem saírem do lugar, peça que deem as mãos a quem estava anteriormente ao seu lado;
- Diga para abrirem a roda sem soltarem as mãos, e que vale pular braços, passar por baixo ou outra manobra criativa qualquer;
- Explique que se pretende que todos entendam como a colaboração é importante para chegar a um objectivo comum.

⁶ <https://www.ibccoaching.com.br>

Actividade 4

Negócios na minha comunidade



Duração total



Materiais necessários



- Modelo de Observação de Negócios na Comunidade preenchido durante a actividade externa
- Bloco gigante
- Caneta
- Computador e datashow
- Filme "Um por Um"

Objectivos

- Analisar os tipos de negócios existentes na comunidade
- Identificar oportunidades de negócio

Passos



1ª ETAPA

- Peça aos participantes para se dividirem em grupos de 5, tendo em mão os Modelos de Observação preenchidos, e diga para analisarem os seguintes pontos:
 - Negócios mais comuns
 - Negócios inovadores
 - Principais diferenças entre os negócios desenvolvidos por mulheres e por homens
 - Ideias de negócio com potencial para serem implementados no bairro



2ª ETAPA

- Peça a cada grupo para apresentar as suas respostas em 10 minutos;
- Vá anotando no bloco gigante os pontos principais e as ideias de negócio com potencial.

- Pergunte:
 - Porque pensam que os negócios apresentados podem ser considerados inovadores?
 - Como se sentiram ao fazer esta actividade?
 - O que os surpreendeu?
- Passe o filme 'Um por Um' (6 min);
- Pergunte qual é a mensagem que este filme tem que pode ser útil para um(a) empreendedor(a) e porquê.

* PONTOS-CHAVE *

Uma ideia de negócio é a resposta de uma pessoa ou organização para resolver um problema identificado, ou para responder às necessidades percebidas na economia local.

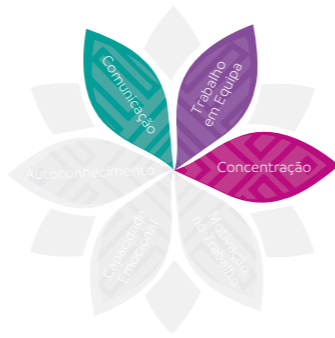
Em 30 ideias, pode haver apenas uma boa oportunidade de negócio. O primeiro passo para transformar o desejo e criatividade do(a) empreendedor(a) numa oportunidade de negócio é ser capaz de entender as ideias que já existem e criar uma boa ideia nova.

Os negócios mais comuns observados em mercados e bairros nas zonas informais de Moçambique são:

- Confeção de Bolos
- Desenho Gráfico
- Criação de Websites
- Serviços de Costura
- Serviços de Catering
- Serviços de Decoração
- Organização de Eventos
- Venda de Produtos Diversos
- Serviço de Estética e Beleza
- Reparação de Telemóveis
- Venda de crédito para telemóvel

Actividade 5

A análise "FOFA"



Duração total



Materiais necessários



- Bloco gigante
- Marcador
- 4 cadeiras
- 4 folhas de papel com as palavras: FORÇAS, FRAQUEZAS, OPORTUNIDADES e AMEAÇAS (FOFA) uma em cada folha, para colocar nas cadeiras
- 16 cartões com os CONTEÚDOS
- Uma caixa ou cesto para colocar os cartões
- 4 papelinhos com as palavras: FORÇAS, FRAQUEZAS, OPORTUNIDADES e AMEAÇAS, para sortear entre os grupos

Objectivo

- Aprender a fazer uma análise "FOFA"

Passos



1ª ETAPA

- Diga que irão aprender um método chamado FOFA para analisar uma ideia de negócio;
- Escreva no bloco gigante:
 - Forças e Fraquezas: dizem respeito ao ambiente interno e podem ser controladas;
 - Oportunidades e Ameaças: dizem respeito ao ambiente externo e estão fora do controle das pessoas.
- Coloque quatro cadeiras, uma em cada canto da sala, cada uma com uma folha de papel correspondente a uma palavra do "FOFA";
- Peça aos participantes para formarem 4 grupos; tenha na mão os quatro papelinhos com as palavras do FOFA e peça aos grupos que retirem um papelinho cada;
- Cada grupo irá posicionar-se junto da cadeira com a respectiva palavra.



2ª ETAPA

- Passe o cesto com os 16 cartões virados para baixo e peça para cada grupo escolher 4, sem virarem os cartões;
- Agora peça que virem os cartões, leiam, decidam em que cadeira os colocar e os coloquem de novo virados para baixo;
- Uma vez colocados todos os cartões, peça ao grupo das FORÇAS que:
 - Vire um cartão de cada vez; leia em voz alta e diga se concorda que o cartão pertença àquela cadeira e porquê;
 - Caso não pertença, o grupo deve dizer a que cadeira pertence, e oferecê-lo ao grupo da respectiva cadeira;
- Repita o mesmo processo para os grupos das FRAQUEZAS, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS;
- Explique no bloco gigante o que é uma análise "FOFA" e para que serve, usando os Pontos-Chave;
- Finalize dizendo que este é um primeiro passo para analisar a sua ideia de negócio ou, caso já tenha um negócio, para o tornar mais bem-sucedido.

Conteúdos dos 16 cartões

FORÇAS

- Habilidade de negociação
- Criatividade
- Honestidade
- Persistência

FRAQUEZAS

- Indecisão
- Desejo de lucro imediato
- Falta de clareza em comunicar
- Desorganização

OPORTUNIDADES

- Um novo fornecedor se estabelece na sua cidade e oferece produtos que vendes com a mesma qualidade e a preços mais baixos
- Um estabelecimento fecha e muda-se para outro bairro
- Um conjunto de novas moradias é inaugurado perto do teu negócio
- Abertura de uma grande escola perto do teu negócio.

AMEAÇAS

- Os preços aumentam
- Um grande armazém passa a vender diretamente ao mercado os mesmos produtos que tens
- Corrupção nos serviços de fiscalização do comércio
- Altas taxas de importação

* PONTOS-CHAVE *

A análise "FOFA" é uma ferramenta que ajuda a fazer um diagnóstico de uma empresa ou de um negócio: ela indica os pontos positivos, os pontos a melhorar, as chances de crescimento e as possíveis ameaças.

As Forças e Fraquezas dizem respeito ao ambiente interno e ao que pode ser controlado pelas pessoas; as Oportunidades e Ameaças dizem respeito ao ambiente externo, ao que está totalmente fora do nosso controle, mas devemos conhecer para sermos capazes de minimizar os efeitos das Ameaças e aproveitar melhor as Oportunidades.

Modelo do "FOFA"

	AJUDA	ATRAPALHA
INTERNA (ORGANIZAÇÃO)	FORÇA 1. 2. 3. 4.	FRAQUEZA 1. 2. 3. 4.
EXTERNA (AMBIENTE)	OPORTUNIDADES 1. 2. 3. 4.	AMEAÇAS 1. 2. 3. 4.

DRAFT

SESSÃO 4

COMO ANALISAR UMA IDEIA DE NEGÓCIO 2

Objectivos da sessão:

- Aprender a avaliar o potencial de uma ideia de negócio usando a ferramenta "Uma Ideia Cinco Estrelas"
- Aprender o conceito de segmentação de mercado
- Analisar os segmentos de mercado para a sua ideia de negócio

Provérbios Sena sobre perseverança e trabalho⁷

Kambalame kununa, nkhudzisozera

*Se o passarinho engordou,
é que procurou comida (caçou) para si mesmo*

Tho, tho, tho si kubumbuwa

Um as gotas só não é molhar-se

⁷ Nzerumbawiri – Provérbios Sena, José Pampalk ' Editora Paulinas-2008

Dinâmica inicial

Cantando juntos!

Duração total



Materiais necessários



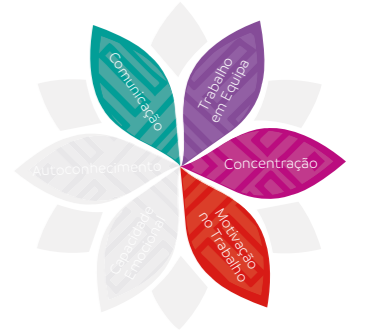
- Papel
- Caneta
- Uma caixa ou um saco pequeno

Passos

- Peça a cada um para escrever num papel o seu nome e o nome de uma música que goste muito, em qualquer língua, e que tenha mensagem positiva;
- Passe uma caixa e peça que coloquem os seus papelinhos dentro;
- Diga para formarem um círculo em pé e ponha a caixa no meio do círculo.
Peça a um(a) voluntário(a) para tirar um dos papelinhos, ler o nome da música e o da pessoa que a escolheu;
- Em seguida, peça à pessoa que escolheu a música sorteada para explicar porque gosta da música, a mensagem positiva e a seguir cantar um trecho da música;
- Diga que todos juntos irão cantar a música;
- Depois de cantarem um pequeno trecho peça a outro(a) voluntário(a) para tirar outro papelinho da caixa e repita o procedimento 5 ou 6 vezes até sentir que o grupo esteja animado e motivado.

Actividade 6

“Uma ideia cinco estrelas”



Duração total



Materiais necessários



- Cartaz com as características de “Uma Ideia 5 Estrelas”
- Papel gigante
- Marcadores
- Estrelas autocolante

Objectivo

- Aprender a avaliar uma ideia de negócio utilizando a ferramenta “Uma ideia 5 Estrelas”

Uma ideia 5 Estrelas

- ★ **Simplicidade** - A tua ideia é simples, fácil de explicar e fácil de implementar?
- ★ **Abrangência** - O problema que resolve é frequente e partilhado por muitas pessoas?
- ★ **Novidade/Inovadora** - Estás a oferecer uma solução nova e diferente?
- ★ **Potencial** - A tua ideia está direccionada a um mercado em crescimento?
- ★ **Conhecimento** - Tu, o dono da ideia, tens a experiência e o conhecimento para implementar o projecto?

DRAFT

DRAFT



Passos

1ª ETAPA

- Explique as cinco características de Uma Ideia Cinco Estrelas usando o cartaz com a descrição das mesmas; dê um exemplo: cabeleireiro com acesso a internet, com serviços especiais para noivas e que atende ao domicílio;
- Distribua duas folhas de bloco gigante e dois marcadores a cada grupo e peça para:
 - Fazer uma lista dos principais problemas do dia-a-dia;
 - Transformar os problemas em duas oportunidades de negócio.



2ª ETAPA

- Convide cada grupo a afixar a sua folha com as duas oportunidades de negócio na parede; peça aos restantes participantes para se aproximarem da folha do grupo 1;
- Os participantes têm 5 minutos para observar, fazer perguntas sobre as duas ideias de negócios apresentadas e receber as respostas. Depois seguem para o grupo 2, repetem o exercício e assim sucessivamente até terem percorrido todos os grupos.



3ª ETAPA

- Pergunte se acham que as ideias são Cinco Estrelas:
 - Quantas estrelas têm as ideias?
 - As ideias são inovadoras e resolvem um problema que ainda não está a ser resolvido pela concorrência?
 - Será que a ideia pode ser reestruturada ou melhorada de forma a acrescentar mais valor?
- Cole as estrelas em cada ideia apresentada;
- Diga a cada grupo que deve escolher uma ideia de negócio que irá desenvolver numa actividade mais adiante;
- Escolha um nome e um logotipo que representem o serviço que vai oferecer.

Notas para o(a) facilitador(a)

Relembre os empreendedores inovadores que viram na Actividade 1 como o Matateu Ubisse, o Claude Champier e a Dita Pfumo que criaram novos mercados e novos produtos. Os(as) empreendedores(as) como eles(as) estão sempre em busca de novas oportunidades, seja para fazerem o seu negócio crescer ou para começarem um novo negócio. Para isso, há que estar atento ao ambiente da comunidade.

Os(as) empreendedores(as) identificam e aproveitam oportunidades que aparecem devido a:

Novos mercados – Mudanças nos hábitos de consumo. Exemplo: uso de extensões para cabelo, uso de bicicleta para deslocações mais rápidas.

Novos produtos e tecnologias – Facilitam a vida das pessoas e estão ligados a novas formas de prestar serviços. Exemplo: Transferir dinheiro pelo telefone, vendas Online/Facebook (roupa, acessórios), entrega de comida ao domicílio.

* PONTOS-CHAVE *

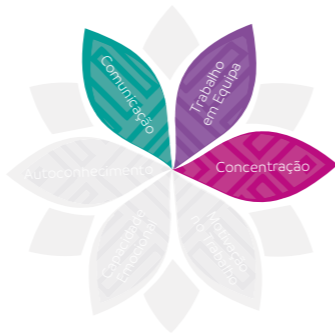
Inovação significa novidade ou renovação, os(as) empreendedores(as) que inovam ficam em posição de vantagem em relação aos outros. As inovações são importantes porque atraem novos clientes, aumentam os rendimentos, ganham novas parcerias e promovem novos conhecimentos. A inovação não é uma tendência ou uma moda, a prova disso é que há milhões de anos que o Ser Humano faz inovações.

Uma boa ideia de negócio deve:

- ✓ **Ser simples** de explicar e de implementar;
- ✓ **Resolver necessidades diárias**, como comer, beber, ter acesso a água, transporte;
- ✓ **Interessar a muita gente**, isto é, muita gente querer comprar esse produto ou serviço.

DRAFT

DRAFT



Actividade 7

A segmentação do mercado

Duração total



Materiais necessários



- 6 fotocópias do triângulo
- Lápis de 4 cores: azul, verde, encarnado e preto
- Computador e datashow
- Vídeo "Segmentação de Mercado da ESAGS-FFGV"⁸

Passos



1ª ETAPA

- Peça que formem 6 grupos e entregue uma fotocópia do triângulo a cada grupo;
- Diga para observarem a figura com atenção. Em seguida, pergunte:
 - Quantos triângulos conseguem visualizar?
 - São todos do mesmo tamanho?
 - Todos os triângulos estão no mesmo local?
- Em seguida, peça que pintem os diferentes triângulos com cores diferentes e no fim contem os triângulos da mesma cor e do mesmo tamanho;



2ª ETAPA

- Peça a dois grupos para se juntarem, fazerem uma comparação dos seus triângulos e responderem:
 - Identificaram o mesmo número de triângulos, da mesma cor e tamanho?
 - Que paralelos podem fazer entre esses triângulos e o potencial mercado de clientes?
 - Explique o facto de diferentes grupos de clientes terem expectativas diferentes de um produto;
 - Passe o vídeo "Segmentação de Mercado da ESAGS-FFGV".
- Peça que revisitem as ideias de negócio que tiveram na Actividade 6 e identifiquem os diferentes tipos de mercado para aqueles negócios;

⁸ Vídeo produzido por alunos da Escola Superior de Administração e Gestão (ESAGS/FGV) de Marketing sobre o tema "Segmentação de Mercado"- 2013

Notas para o(a) facilitador(a)

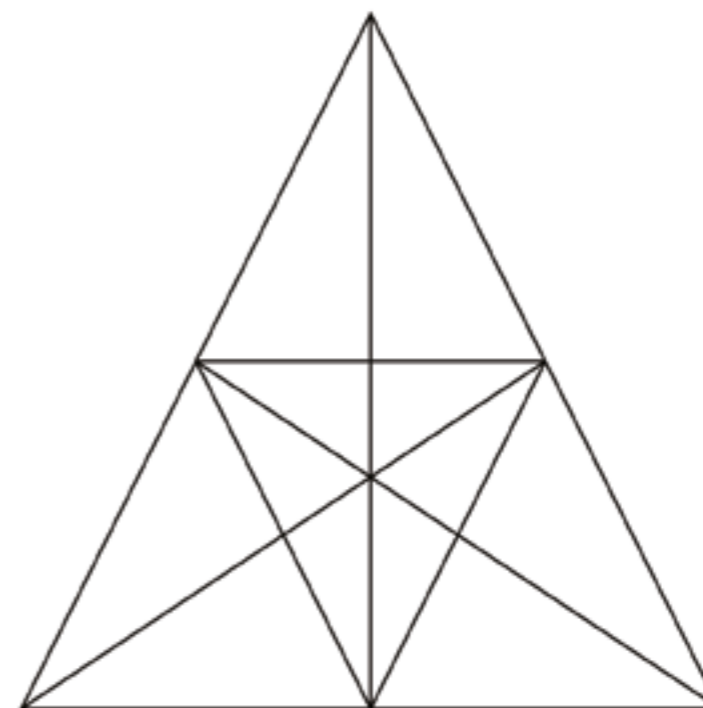
Neste exercício não há um número correcto de triângulos: o importante é perceberem que existem diferentes tipos de mercado.

O triângulo maior representa o mercado total enquanto os triângulos menores representam os diferentes tipos de mercado.

Por exemplo, a telefonia tem um mercado total que é representado pelo triângulo grande. Dentro deste mercado da telefonia existem diferentes segmentos de mercado: o mercado para as pessoas que gostam do Smartphone e tem capacidade de compra deste produto; e o mercado das pessoas que preferem telemóvel mais simples.

Outro exemplo é o mercado de sapatos que é muito amplo e segmentado, porque todas as pessoas precisam de andar calçadas. Porém, alguns gostam e têm poder aquisitivo para comprar sapatos de marca, outros têm preferência por sapatilhas, outros por sapatos para ir à escola. Há ainda os segmentos de mercado para sapatos altos, sapatos baixos, sapatos ortopédicos, sapatos para crianças, sapatos para homens, para mulheres e assim por diante.

Quantos triângulos dentro do triângulo?



SESSÃO 5

PLANO DE NEGÓCIOS

Objectivos da sessão:

- Aprender a elaborar um Plano de Negócios
- Aprender a comunicar e a vender a sua ideia de negócio
- Aprender a fazer um PITCH

O que é um Plano de Negócios?

Um Plano de Negócios é um documento escrito que descreve em detalhe as características de um negócio e a forma como o mesmo irá atingir os seus objectivos. O Plano de Negócio é geralmente usado para novos negócios ou produtos.

O Plano de Negócios deverá conter aspectos relacionados com as áreas comercial, financeira e operacional.

Objectivo de um Plano de Negócios

O objectivo de um Plano de Negócios é demonstrar que o negócio é viável, de forma a convencer os financiadores e parceiros a investirem nele. Para tal o plano deve conter:

- A ideia do(a) empreendedor(a) = O que vou fazer?
- A inovação do negócio = Como a minha ideia é diferente do que os outros fazem?
- A viabilidade do negócio = Como a minha ideia vai trazer rentabilidade/dinheiro?

Elementos de um Plano de Negócios

Existem oito elementos principais de um Plano de Negócios, a destacar:

1. Sumário Executivo
2. Descrição do Negócio
3. Descrição de Produtos e Serviços
4. Plano de Marketing & Vendas
5. Plano Operacional
6. Equipa de Gestão
7. Desenvolvimento e Crescimento do Negócio
8. Demonstração Financeira

1. *Sumário Executivo* - Resumo de uma ou duas páginas de todo o Plano de Negócios. Recomenda-se que escreva o sumário executivo depois de concluir todos os detalhes dentro do próprio plano.

2. *Descrição do Negócio* - Esta seção é a espinha dorsal do seu Plano de Negócios e estabelecerá a base para as informações a incluir nas partes seguintes do plano. Nesta seção deve constar:

- O nome e logotipo do negócio que deve ser uma imagem que representa o produto ou serviço.
- A descrição dos serviços a prestar e que necessidades humanas ou problemas irão resolver.

3. *Descrição de Produtos e Serviços* - Um produto é algo que eu vendo, por exemplo, doce de manga. Um serviço é um trabalho que eu faço, algo que eu crio, por exemplo, recolha de lixo, limpeza de fossas, cabeleireiro, carpintaria.

O produto ou serviço tem que ser explicado de forma clara, para que toda a gente consiga perceber o que o negócio vai fazer e identificar o que torna o seu produto ou serviço único.

4. *Plano de Marketing & Vendas* - Nesta seção é preciso incluir informações sobre:

- **Clientes** – São as pessoas ou empresas que terão acesso ao produto ou serviço mediante um pagamento. A maior parte dos negócios falha porque os(as) empreendedores(as) não sabem quem vai comprar, dizem que é toda a gente, o que não é verdade! Precisamos agrupar os clientes em grupos mais pequenos de acordo com as suas características. As características podem ser: onde vivem, onde comem, o que comem, o que vestem, intervalo de idades, nível de rendimento, etc.
- **Concorrentes** – Que produtos e serviços outros negócios oferecem que sejam iguais ou parecidos aos meus. Os concorrentes lutam pelos mesmos clientes. Os concorrentes não são só aqueles que vendem soluções parecidas às nossas! (exemplo: refresco de laranja e refresco de uva). Os concorrentes são todos aqueles que tentam solucionar o mesmo problema que nós, porque o cliente pode sempre escolher a solução (exemplo: posso matar a sede com água ou refresco de laranja). Assim, todos os negócios têm concorrentes, e todos os concorrentes têm os seus pontos fortes e pontos fracos. Precisamos pensar como vamos vencer os concorrentes, utilizando os nossos pontos fortes e vencendo os pontos fracos deles.

- **Preço** – Valor em dinheiro que o cliente deve pagar para ter um produto ou serviço. O preço do produto deve ser determinado com base nos custos gerais. Por exemplo, num negócio de cabeleireiro, eu tenho que saber os custos de renda do espaço, salários, compra de produtos (champô e amaciador por exemplo). Tendo em conta os custos que tenho, quais os preços que devo praticar? Vamos ver o exemplo no quadro abaixo:

Despesas fixas mensais

Itens	Valor em Meticais
Renda do espaço, água e energia	2.000,00
Salário da(o) cabeleireira(o)	6.000,00
Produtos	1.000,00
Imprevistos	1.000,00
Total	10.000

Se as despesas fixas do(a) cabeleireiro(a) são de 10.000,00 Meticais significa que, para cobrir os custos fixos, este(a) tem de ter ganhos de 10.000 por mês no mínimo.

Se trabalhar 5 dias por semana (20 dias por mês) e considerar que terá dois clientes por dia num total de quarenta clientes, terá de cobrar pelo menos 250,00 Meticais por cliente (10.000,00 Meticais/40 clientes).

Se considerar que terá três clientes por dia fazendo um total de 60 clientes, terá de cobrar pelo menos 167,00 Meticais por cliente.

Se considerar que terá quatro clientes por dia, num total de 80 por mês terá que cobrar pelo menos 127,00 Meticais por cliente.

Quando os ganhos forem maiores do que os custos haverá lucro que pode ser investido na melhoria das condições do negócio para atrair mais clientes.

Ainda em relação ao preço há que ter em conta a concorrência e o valor para o cliente. Quais são os preços que praticam outros cabeleireiros no bairro e que serviços oferecem?

O cliente valoriza muito ou pouco o produto e o serviço? Está disposto a pagar muito? Se eu fosse meu próprio cliente, estaria disposto(a) a pagar este preço para o mesmo serviço?

◦ **Pontos de Venda** – Local onde o negócio vai ocorrer. O(A) empreendedor(a) tem que pensar como vai fazer chegar os seus produtos ou serviços aos clientes. Mas atenção, nem todos os negócios precisam de um espaço físico. Alguns exemplos e estratégias de distribuição: O cabeleireiro pode ter um salão ou pode ir cortar o cabelo a casa dos clientes; Distribuição de água engarrafada pode ser através de parceiros como cafés, restaurantes, hotéis. Venda de roupa poder ser venda Online, catálogo, porta-a-porta, etc.

◦ **Comunicação** – Como vai dar a conhecer o seu negócio (produtos ou serviços) aos clientes? Tem de criar maneiras de dar um “empurrão” aos clientes, de modo que estes experimentem uma primeira vez, para depois disso continuarem a comprar os produtos e os serviços. Alguns exemplos de “empurrão” aos clientes para experimentarem a 1ª vez:

- Dar um “prémio” ao cliente : “50% de desconto durante o mês de abertura!
- Reduzir o risco para o cliente: “Se não ficar satisfeito, não paga!”
- Levar o cliente a experimentar: “Prove uma amostra do nosso produto grátis”

Se ajudarmos os clientes a lembrarem-se de nós, é provável que façam mais negócios connosco. Algumas ideias para criar “hábitos” nos clientes e torná-los fiéis:

- Promoções que chamam a atenção e levam a comprar mais: leve 2 pague 1!
- Entrega de prémios a quem compra: cartão que oferece um produto na 5ª compra
- Não perder o contacto com os clientes: enviar SMS no aniversário e no Dia da Família por exemplo.

◦ **Teste de Mercado** – Um bom negócio tem várias pessoas interessadas em pagar pelo produto/serviço. Há testes que devem ser feitos antes do lançamento de um negócio e que devem custar pouco dinheiro, como: observar a comunidade, fazer entrevistas a concorrentes e entrevistas a prováveis clientes.

5. *Plano Operacional* - O propósito desta secção é ajudar o(a) empreendedor(a) a descrever o lado administrativo de sua empresa, incluindo:

- Localização do escritório;
- O pessoal necessário;
- Equipamentos disponíveis e a utilizar;
- Despesas gerais e outras despesas;
- Rede de fornecedores – onde comprar o material e matéria-prima necessários para a produção do produto ou prestação do serviço;
- Políticas de crédito - modalidades de pagamento para os clientes: vender apenas à vista; em prestações; com condições.

Voltando ao exemplo do negócio de cabeleireiro:

- O salão será localizada no bairro X
- Precisamos de uma recepcionista para fazer marcações e limpeza
- Precisamos de tesouras, amaciadores, champôs, espelhos, cadeiras, electricidade
- Precisamos pagar a renda, a electricidade e os fornecedores dos produtos e equipamentos
- Iremos comprar os produtos em grandes quantidades
- Precisamos pagar o fornecedor no momento da compra ou podemos ter uma conta e pagar no final do mês
- Precisamos receber dinheiro dos clientes imediatamente após a entrega do serviço, não haverá vales.

6. *Equipa de Gestão* - O(a) empreendedor(a) tem de pensar se ele(a) é a pessoa ideal para implementar o negócio. Tem as motivações certas? Tem o conhecimento necessário? Tem as competências necessárias? Se o(a) empreendedor(a) não estiver 100% certo na resposta a estas perguntas, deve encontrar uma boa equipa ou bons parceiros. Uma parte muito importante de qualquer negócio é a equipa, para fazer um equilíbrio com as competências do(a) empreendedor(a). Voltando novamente ao exemplo do cabeleireiro: eu tenho paixão para cuidar de cabelos das pessoas e a minha irmã tem paixão e jeito para pintar unhas. Podemos trabalhar juntas e abrir um salão. No entanto, nenhuma de nós tem competência de gestão. Neste caso, há duas alternativas: ou vou aprender, ou vou empregar uma pessoa com essa competência.

DRAFT

DRAFT

7. *Desenvolvimento e Crescimento do Negócio* - Nesta fase podes sonhar um pouco, projectar o teu negócio e pensar grande. Desenvolvimento e crescimento é uma parte necessária do negócio para permanecer competitivo. É a visão de onde o(a) empreendedor(a) quer chegar nos próximos três a cinco anos. Voltando novamente ao exemplo do cabeleireiro: depois de três anos, o nosso salão terá capacidade para cortar cabelo a homens e mulheres, cuidar das unhas e fazer massagem. Em cinco anos, vamos abrir mais duas filiais na cidade.

8. *Demonstração financeira* - Para perceber se um negócio tem sucesso é preciso conhecer e escrever todas as saídas e entradas de dinheiro previstas para todos os meses. De um lado coloca-se as entradas de dinheiro, do outro as saídas, a diferença será o lucro, conforme o exemplo do resumo financeiro do cabelereiro:

Entradas de Dinheiro – Mês 1	
Financiamento	8,300 Meticais
Fundos Próprios	2,700 Meticais
Pagamento de Clientes	11,000 Meticais
<i>Total de entradas</i>	<i>22,000 Meticias</i>
Saídas de Dinheiro – Mês 1	
Renda Espaço + Água + Energia	2,000 Meticais
Salário cabeleireira(o)	6,000 Meticais
Produtos	1,000 Meticais
Imprevistos	1,000 Meticais
Compra de outros materiais	10,000 Meticias
Impostos	1,700 Meticais
<i>Total de entradas</i>	<i>21,700 Meticais</i>
Resultado Financeiro Mês 1	300 Meticais

Dinâmica inicial

Palitos de fósforo

Duração total



Materiais necessários



- 8 caixas de palitos de fósforo
- 5 fotocópias da primeira imagem

Passos

- Peça aos participantes para se dividirem em grupos de três;
- Entregue a cada grupo uma caixa de fósforos e a primeira imagem e peça que reproduzam a conta nas suas mesas, tal como a veem na imagem;
- Pergunte se o resultado está correcto; facilmente irão concluir que não está;
- Peça que refaçam a conta adicionando dois palitos de fósforo, de forma que o resultado seja correcto;
- Verifique quais dos grupos conseguiram resolver a conta;
- Peça que mostrem aos outros a solução e encerre chamando a atenção para o facto de mesmo aquilo que é difícil tem sempre uma ou mais soluções.

Primeira imagem



Solução

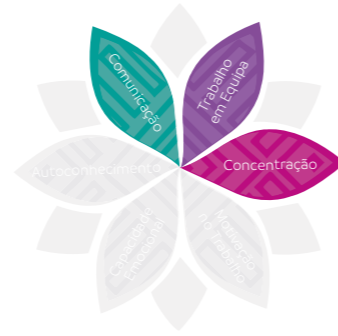


DRAFT

DRAFT

Actividade 8

Plano de negócios



Duração total



Materiais necessários



- Conjuntos de 8 cartões para cada grupo:
 1. Sumário Executivo
 2. Descrição do Negócio
 3. Descrição de Produtos e Serviços
 4. Plano de Marketing e Vendas
 5. Plano Operacional
 6. Equipa de Gestão
 7. Desenvolvimento e Crescimento do Negócio
 8. Demonstração Financeira
- Bostik

Objectivo

- Conhecer os passos para estruturar uma ideia num Plano de Negócios

Passos



1ª ETAPA

- Peça para formarem 4 grupos e dê um conjunto de cartões a cada grupo. Explique que os cartões são os passos para elaborar um Plano de Negócios;
- Peça que coloquem os passos em ordem na sequência que pensarem ser mais lógica.



2ª ETAPA

- Peça para cada grupo:
 - Afixar os cartões na parede na sequência que pensaram ser lógica. Os grupos devem afixar uns ao lado dos outros para poderem comparar;
 - Peça para cada grupo explicar a razão pela qual escolheram aquela sequência.
- Apresente o conceito de “Plano de Negócios” e explique cada um dos passos, dando exemplos.

Notas para o(a) facilitador(a)

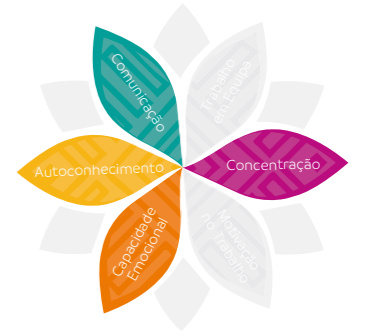
Neste exercício é importante avaliar algumas competências pessoais como: a capacidade de iniciativa, de trabalho em equipa e de argumentação.

Não é importante que os grupos coloquem os passos exactamente na mesma ordem. O que deve ser avaliado é a capacidade de raciocínio dos participantes e os seus argumentos para a escolha de determinada sequência.

Utilize a definição de Plano de Negócios e os Elementos de um Plano de Negócio na introdução da Secção 5.

Actividade 9

Vamos aprender a fazer um ‘Pitch’?



Duração total



Materiais necessários



- Computador e datashow
- Caixas de altifalante e fichas de observação
- Vídeo do ‘Pitch’ da jovem do Curso de Formação Humana

Objectivos

- Aprender a fazer um ‘PITCH’ para apresentar uma ideia de negócio
- Simular uma apresentação de ‘PITCH’ a financiadores

Passos



1ª ETAPA

- (5 min) Apresente a definição de ‘PITCH’ e os elementos que fazem parte dele;
- (20 min) Peça que formem 8 grupos de três pessoas cada e diga que cada um deverá escrever um ‘PITCH’ de dois minutos e simular; os membros do grupo podem apoiar-se uns aos outros na concepção;
- (5 min) Distribua o Guião de Observação do ‘PITCH’ e explique como deve ser usado;
- (15 min) Diga que agora cada um irá apresentar o ‘PITCH’ para o seu grupo; durante a apresentação, os outros participantes deverão preencher o Guião de Observação do ‘Pitch’ e dar feedback à pessoa que apresentou;
- Passe o filme do Pitch da jovem do curso de FH.



2ª ETAPA

- (5 min) Peça que refaçam o PITCH baseado no *feedback* recebido e no filme a que assistiram;
- (5 min) Peça que cada um faça a apresentação do novo ‘Pitch’ para o seu grupo; durante a apresentação os outros participantes devem preencher o Guião de Observação do ‘PITCH’;
- (10 min) Peça para darem feedback à pessoa que apresentou, comparando os dois ‘Pitches’ e os aspectos que foram melhorados.



3ª ETAPA

- Em plenário, pergunte:
 - Como se sentiram ao apresentar o 'PITCH'?
 - Que lições tiraram para fazerem uma boa apresentação do 'PITCH'?

* PONTOS-CHAVE *

O que é o 'PITCH'?

'PITCH' é uma palavra da língua inglesa que passou a ser usada para definir uma apresentação com 3 a 5 minutos de duração no máximo. O(a) empreendedor(a) tem que 'vender' a sua ideia e despertar o interesse do financiador durante este tempo, e para isto deverá dizer:

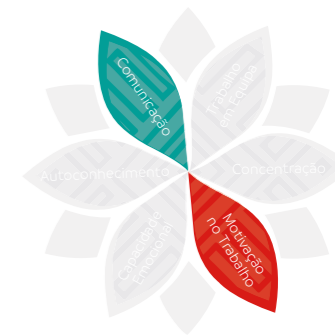
- O problema que o negócio pretende resolver;
- A solução para o problema, isto é, o produto ou serviço que o negócio irá oferecer;
- Quem são os clientes, o tamanho do mercado;
- A inovação que distingue este negócio dos demais negócios já existentes no mercado;
- As competências do(a) empreendedor(a) ou da equipa para implementar o negócio;
- O valor do negócio, o capital necessário e onde irá encontrar esse valor.

Dicas para fazer um bom 'PITCH'

- Não faças um discurso – trata o 'PITCH' como uma conversa, com espontaneidade, fazendo com que todos sintam que estão a ter uma boa conversa consigo.
- Não uses palavras difíceis – todas as pessoas na sala têm que perceber o que estás a dizer.
- Usa histórias pessoais para tocar o público – por exemplo o caso do empreendedor Paulino Uiaene que começou a limpar latrinas e recolher lixo porque vivia no bairro que foi afectado pelas cheias e estava cheio de lixo colocando em risco a sua saúde e dos demais.
- Mostra entusiasmo - o teu PITCH deve deixar os financiadores animados a apostarem na tua ideia de negócio.
- Pratica, treina bastante o 'PITCH' em casa.

Actividade 10

Jornalistas por um dia



Duração total



Materiais necessários



- Cronómetro
- Cópia da Carta ao(à) Jovem Empreendedor(a) para cada jovem
- Computador e datashow
- Filme "O menino e a árvore"

Objectivos

- Resumir as principais lições e mensagens deste Módulo
- Encorajar aos jovens empreendedores a persistirem nos seus sonhos

Passos



1ª ETAPA

- Diga que estamos a chegar ao fim deste Módulo e que vamos fazer de conta que jornalistas da rádio e TV chegaram para o encerramento do Módulo e desejam contar para o público o que foi tratado durante as cinco sessões.



2ª ETAPA

- Peça que em duplas pensem como jornalistas e formulem duas perguntas que deverão ser feitas aos participantes.



3ª ETAPA

- Convide um(a) voluntário(a) a iniciar a entrevista ao público levantando-se e dirigindo-se a algum(a) colega simulando ser jornalista e fazendo uma das perguntas que elaborou. Convide outro(a) voluntário(a) até que as perguntas tenham coberto os temas tratados no Módulo.



4ª ETAPA

- (5min) Peça a um(a) voluntário(a) para ler a Carta ao Jovem Empreendedor(a) e encerre mostrando o vídeo 'O menino e a árvore';
- Agradeça a boa colaboração e entusiasmo dos participantes e peça uma salva de palmas para todos.

Caro(a) jovem empreendedor(a),

São várias as pessoas que sonharam em lançar-se como empreendedores(as) ou mesmo em transformarem as suas ideias num negócio real.

Na verdade são muito poucas as que conseguiram atingir esse importante passo.

Iniciar e construir uma empresa de sucesso é uma viagem de compromisso, foco e longas horas de trabalho árduo.

Haverá dias em que os seus clientes, trabalhadores, fornecedores, membros da sua família ou mesmo o governo não estarão por perto para lhe dar apoio e coragem na hora em que mais precisar. Quando essa altura chegar, terá que buscar coragem e energias em si mesmo.

Como empreendedor(a), os seus hábitos diários terão que mudar, e você terá que estar disposto(a) a renunciar a prazeres temporários por ganhos de longo prazo.

Para construir um negócio de sucesso, é necessário manter disciplina na forma como gere o seu tempo, as suas prioridades, as suas relações, na forma como lida com o dinheiro, como cuida da sua saúde, como serve os seus clientes e como assume liderança.

Ser empreendedor(a) é ser capaz de fazer a diferença. Como empreendedor(a), não se espera apenas que mude a forma como pensa, mas também aquilo em que pensa.

Recorde-se sempre que você não é o(a) único(a) no mercado. Há muitos outros que concorrem para os mesmos clientes. Na linguagem de negócios são chamados concorrentes.

Por isso, deve estar constantemente atento(a) e encontrar melhores formas de tratar e convencer os clientes e atraí-los para o seu produto. Aprenda dos seus competidores, faça perguntas, fique atento(a) ao “mundo” a sua volta.

Seja valente, bravo e pronto(a) para enfrentar qualquer medo que vier. Quando tiver medo, recorde-se que qualquer empreendedor(a) experimentou alguma vez o medo, mas superou-o com coragem e determinação.

Mantenha o foco e o pensamento positivo. Seja honesto(a) consigo mesmo, e nunca em nenhum momento perca de vista a figura do seu negócio.

(Mensagem extraída da carta escrita por Chinonso Ogbogu, CEO of The SM Group)



MUVA'titude



MÓDULO

EMPREENDEDORISMO UM ESTILO DE VIDA

MÓDULO PARA O(A) FACILITADOR(A)
PARA O CURSO DE FORMAÇÃO HUMANA
E ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL

Este Módulo faz parte de um conjunto de 5 Módulos do
Curso de Formação Humana e Orientação Profissional financiado pela UKaid
e implementado pelas ONGs UPA em Maputo e ESSOR na Beira, em Moçambique.



Para mais informações visite o site do programa **MUVA**

www.muvamoz.co.mz

MUVA

pensa à frente, faz diferente