



MANUAL PARA ACELERAÇÃO DE MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS



Ficha Técnica

EDIÇÃO

MUVA

www.muvamoz.org

Maputo

Moçambique

Financiado por:



Criação e Concepção

Comé, Luidmila

Barenboim, Iana

Cardoni, Júlia

Elaboração e Redação

Comé, Luidmila

Lombene, Hélio

Edição e Revisão Linguística

Comé, Luidmila

de Jesus, Vanucci

de Melo, Rebeca

Desenho Gráfico:

de Jesus, Vanucci

Tiragem: **150 exemplares**

A Associação MUVA é responsável pelo conteúdo da presente publicação.


Maputo, Fevereiro de 2022

Índice e Duração

Duração	Capítulo	Página
	Introdução	5
	Perfil das participantes	5
	Formato	6
	BOOTCAMP 1	8
2H	Dia 1 <i>Actividade 1:</i> Encontro no Zoom e Introdução às Participantes	9
45min	Dia 2 <i>Actividade 2:</i> Estabelecendo os Objectivos Pessoais	12
55min	<i>Actividade 3:</i> Género nos negócios	15
2H	Dia 3 <i>Actividade 4:</i> O Business Model Canvas	17
1H30min	Dia 4 <i>Actividade 5:</i> Construção da Jornada da Persona do Negócio	22
1H30min	Dia 5 <i>Actividade 6:</i> Rotina Financeira do Seu Negócio	25
	Mini grupo temático 1	32
45min	Dia 6 <i>Actividade 7:</i> Papéis de Género	33
1H	<i>Actividade 8:</i> O género nos negócios?	35
	Pesquisa inicial em Human Centered Design (4 Semanas)	37
	BOOTCAMP 2	38
1H15min	Dia 1 <i>Actividade 9:</i> Apresentação dos Resultados do Estudo HCD 1	39
50min	Dia 2 <i>Actividade 10:</i> Hora da Mudança	47
50min	Dia 3 <i>Actividade 11:</i> Prototipagem	51
2H	Dia 4 <i>Actividade 12:</i> Gestão de Equipa e Horizontalização de Poder	55

Duração	Capítulo	Página
	BOOTCAMP 3	58
1H	Dia 1 <i>Actividade 13:</i> Apresentação de Resultados do estudo de HCD na testagem de protótipo	59
1H20min	Dia 2 <i>Actividade 14:</i> Aprimorar o Protótipo	65
1H20min	Dia 3 <i>Actividade 15:</i> Como Expandir as Conexões?	68
2H	Dia 4 <i>Actividade 16:</i> Eu, Mulher Empreendedora	71
	Notas Adicionais	75
	Instruções de como usar o Zoom	76
	Estudo de caso	79





“Já temos o género que é diferente, isto significa que temos formas de pensar diferentes. Então os nossos níveis de criatividade são diferentes, e por isso, é sempre bom ter aquele choque de opiniões diferentes”

- Empreendedora ciclo 2

Introdução

O Programa de Aceleração para Micro e Pequenos Negócios da MUVA (PAM) é um projecto desenvolvido para apoiar mulheres empresárias que têm potencial para crescer e, por diversos motivos, lhes faltam habilidades técnicas, acesso à oportunidades e mercados.

O objetivo geral do PAM é o de promover micro e pequenos negócios liderados por mulheres, tornando-os mais sustentáveis financeiramente, promover igualmente a inovação e digitalização dos negócios, com base em evidências de uma pesquisa de mercado, permitindo que as mulheres usem o seu papel para inspirar outras mulheres e, assim, aumentar a visibilidade e dignidade das mulheres empresárias em Moçambique.

Os objectivos específicos da jornada são:

- Promover reflexões sobre lentes de género nos negócios;
- Desenvolver habilidades de empreendedoras de pequenos negócios;
- Promover a literacia digital nas mulheres e a digitalização dos seus negócios;
- Possibilitar a organização financeira do negócio através de uso de ferramentas de gestão;
- Proporcionar experiências de inovação e design nos negócios;
- Promover a criação de redes de mulheres empreendedoras para aumentar o fluxo de colaboração, negócios e sororidade;
- Desenvolver por meio de pesquisadores locais e de forma individualizada protótipos de produtos, serviços e operações com lentes de género;
- Apoiar de forma individualizada o crescimento empresarial e o desenvolvimento da empreendedora.

Perfil das participantes

As participantes do PAM são jovens mulheres empreendedoras dos 18 aos 35 anos, grande parte frequentam ou já frequentaram o ensino superior, desenvolvem micro e pequenos negócios que vão desde a confeitaria, artesanato e salões de cabeleireiro e são residentes nas zonas periurbanas da Cidade e Província de Maputo, com vontade de inovar e fazer seu negócio crescer.

Metodologia

A metodologia do PAM é inovadora e participativa. Colocamos as beneficiárias no centro das acções para garantir que suas vozes, normalmente excluídas do diálogo, encontrem espaço para liderar os seus próprios processos de desenvolvimento. Elas são desafiadas a participar em todos os processos para assumir responsabilidade individual e colectiva para o sucesso delas e de seus negócios.

Nas formações, usamos o método de aprendizagem activa, com os princípios de educação popular, pois estas encorajam o diálogo, partem da vivência e conhecimentos das participantes, problematizam e promovem autonomia e responsabilização, despertando uma maior consciência sobre si mesmo e os outros, desenvolvendo o poder intrapessoal e interpessoal. A Metodologia possui quatro componentes:

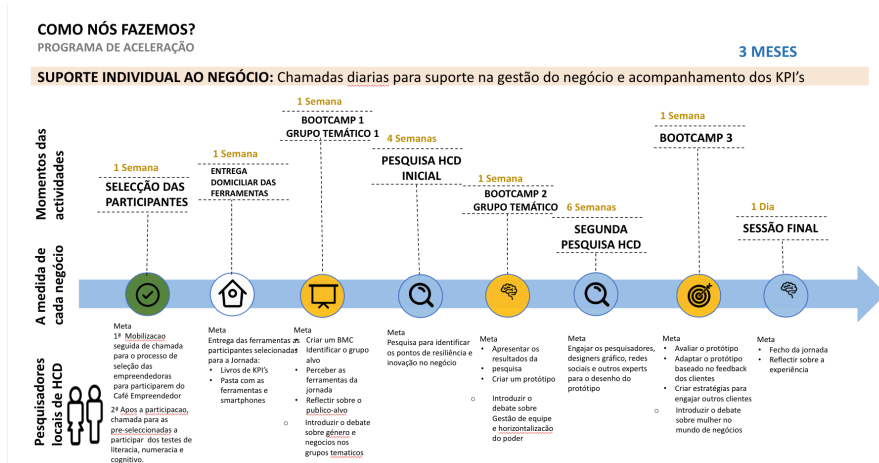
1. O princípio Design Thinking e Human Centered Design na forma de pesquisar para apoiar negócios na inovação;
2. Habilidades empresariais e empreendedoras ;
3. Género nos modelos de negócios;
4. Literacia digital.

Dispõe também de uma metodologia de capacitação diária, o suporte individual por meio de ligações telefónicas regulares. O apoio individual é transversal em todo o programa de aceleração e este suporte é feito por um grupo de facilitadoras e facilitadores agentes de mudança e mediador@s de diferentes saberes.

Formato

A jornada do Programa de Aceleração de Negócios da MUVA é de três meses constituída por:

- 3 bootcamps híbridos (online e presencial);
- 3 Grupos temáticos encontros presenciais em grupos;
- 2 pesquisas de mercado;
- Suporte individual diário;



- O processo de selecção das empreendedoras para participar da jornada de aceleração do PAM é constituído por 4 fases, (1) mobilização das empreendedoras, (2) Café Empreendedor Dia Motivacional (3) visitas aos negócios testes de literacia, numeracia, cognitivo e business (4) selecção final.
- Entrega dos materiais ao domicílio: Os facilitadores entregam pessoalmente um pacote de materiais na casa das empresárias com: Smartphone Básico; cadernos para registos financeiros; Ferramentas para a Jornada; Carta para as famílias. A Entrega dos materiais na casa das participantes permite que os facilitadores e pesquisadores conheçam o local onde se desenvolve cada negócio; cria um momento de conexão e início de uma relação de confiança com a participante; reforça a explicação da jornada e o conhecimento dos termos de compromisso.
- Grupos de WhatsApp: um grupo geral que engloba todas as empreendedoras, facilitadores e os pesquisadores, normalmente neste grupo principal só os administradores podem partilhar no chat as vídeo-aulas e informações relacionadas a jornada de aceleração; Grupos Pequenos de Trabalho são grupos constituídos de acordo com a distribuição das empreendedoras por facilitadora e dupla de pesquisadores. Nestes grupos todos têm acesso ao chat e serve para partilha de dúvidas e esclarecimentos.
- O Zoom é uma ferramenta de uso para a realização de Webinars informativos, com experts e consultores ligados a várias áreas de desenvolvimento de negócios.
- Bootcamps e Grupos Temáticos: Vídeo-aulas produzidas pelos facilitadores para apoiar os empreendedores com as ferramentas de negócios e dinâmicas de grupo presenciais para aprofundar os temas ligados ao género nos negócios.
- Pesquisas de Mercado: Pesquisa Human Centered Design (HCD) jovens pesquisadores desenvolvem planos estratégicos para o crescimento dos negócios e impacto positivo.
- Suporte individual: a equipe de facilitação cria relações de confiança com as participantes e as apoia no desenvolvimento dos exercícios das vídeo-aulas e na reflexão sobre possíveis caminhos de crescimento e inovação do negócio e da empreendedora.

Notas para o(a) facilitador(a)

Para aceder aos vídeos neste manual, abra a câmara do seu celular, posicione de frente ao QR Code do vídeo que pretende aceder. Assim que aparecer o link, clique nele e irá ao vídeo. Depois copie o link do vídeo e envie para as empreendedoras no grupo do whatsapp.



BootCamp 1

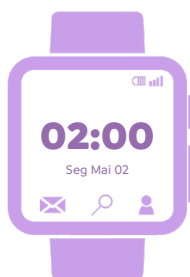
Objectivos

- Criar conexão e confiança entre facilitadores(as) e empreendedoras;
 - Apresentar o modelo de negócio (BMC);
 - Reflectir sobre género nos negócios;
- Reflectir sobre os clientes e desenvolver empatia por eles;
- Apresentar as ferramentas de registo financeiro para micro e pequenos negócios .

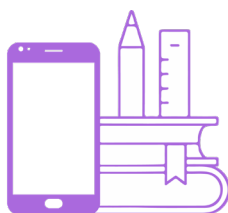
Actividade 1

Alinhamento de Expectativas

Duração Total



Materiais Necessários



- Link para Zoom¹;
- Lista com o nome das empreendedoras e os respectivos negócios.

Objectivos

- Apresentar a jornada do Programa e tirar as dúvidas;
- Elaborar acordos de convivência;
- Apresentar a equipa PAM;
- Explicar o papel e funções dos Facilitadores e dos Pesquisadores;
- Conectar as participantes e criar um espaço seguro de partilha de expectativas.

Passos



Etapa 1

- Faltando uma hora para o início da sessão, partilhe a mensagem no grupo de WhatsApp, dando boas-vindas ao primeiro Bootcamp e use a mesma mensagem para partilhar o link do Zoom. Use a mensagem abaixo para lhe inspirar.

Bom dia, queridas empreendedoras

Como sabem, hoje iniciamos a nossa jornada com o Bootcamp1. Será uma semana cheia de partilhas de conteúdos e de muito trabalho. Contamos com o vosso engajamento, entrega e dedicação para alcançarmos os objectivos estabelecidos.

¹ Instruções sobre acesso e uso do Zoom nos anexos.

Fiquem prontas a partir das X:XXmin, com os celulares carregados para o nosso primeiro encontro, que tem como objectivo, proporcionar um momento onde as empreendedoras irão conhecer as colegas de jornada, criar conexão e sinergias. Segue abaixo o link que dá acesso a nossa sala no Zoom.

<https://zoom.us/j/xxxxxxxxxxxx>

A equipa está ansiosa.

Até breve!



Etapa 2

- Inicie a sessão dando as boas vindas e explique de forma breve como irá funcionar a jornada;
- Explique da seguinte forma:

Funcionamento da Jornada

Bem-vindas a jornada do PAM.

O PAM foi desenvolvido para apoiar mulheres empresárias como vocês, que têm potencial para crescer e, por diversos motivos, lhes faltam habilidades técnicas, acesso à oportunidades e mercados.

Queremos ao longo destes 3 meses de jornada fazer com que os vossos negócios cresçam, tornando-os mais sustentáveis financeiramente, promovendo a igualdade, a inovação e digitalização dos negócios com base em evidências de uma pesquisa de mercado que será realizada pelo nosso grupo de jovens treinados em pesquisa.

Queremos que vocês, mulheres empreendedoras, usem o vosso papel e a vossa histórias para inspirar outras mulheres.

Estamos Juntas?



Etapa 3

- Explique que vamos fazer uma roda de apresentação para que possamos nos conhecer e nos conectar, inclusive para oportunidades de negócios;
- Explique que a equipa PAM é composta por um grupo de pesquisadores e facilitadores, de seguida, peça que seus/suas colegas se apresentem;

- Diga que agora é a vez das empreendedoras. Pergunte se alguém gostaria de ser a primeira a se apresentar e peça que, durante a apresentação, ela diga seu nome, o nome do seu negócio e passe a palavra para o seu familiar, ou convidado, para contar a história do seu negócio. (2min para cada).



Etapa 4

- No final de todas as apresentações, parabeneze-as por serem empreendedoras engajadas e aos familiares/parceiros que as acompanham, por darem a força necessária para elas se manterem firmes e informe sobre as actividades do segundo dia do Bootcamp e encerre o encontro.



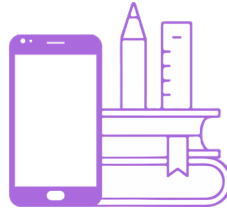
Actividade 2

Estabelecendo os Objectivos Pessoais

Duração Total

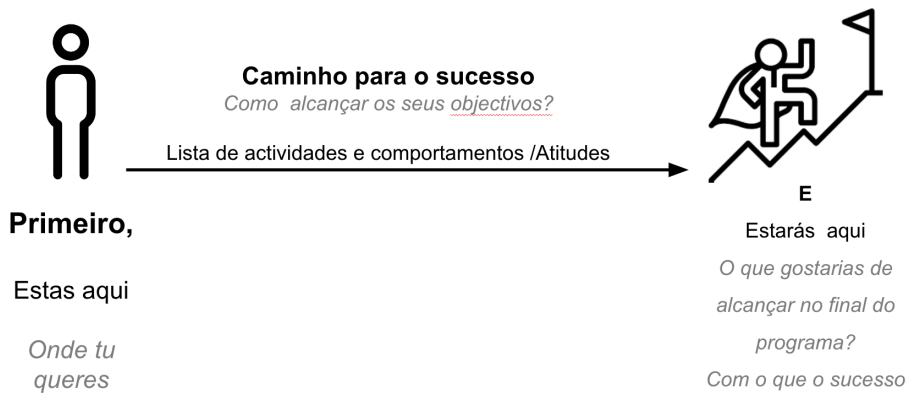


Materiais Necessários



- Canetas, lápis;
- Post-its ou tarjetas;
- Ferramenta “Estabelecendo Objectivos Pessoais”.

Estabelecendo objectivos pessoais | 10 minutos



Objectivos

- Reflectir sobre desejos e aspirações pessoais e dos negócios;
- Apresentar a organização MUVA;
- Apresentar a metodologia Gender Centered Design.

Passos



Etapa 1

- Faltando uma hora para o início da sessão, partilhe a mensagem no grupo de WhatsApp, dando boas-vindas ao primeiro Bootcamp e use a mesma mensagem para partilhar o link do Zoom. Use a mensagem abaixo para lhe inspirares.

Bom dia, queridas empreendedoras

Bem-vindas ao segundo dia de trabalho e reflexão sobre os nossos negócios.

A nossa sessão conta com 2 vídeos, sendo que o primeiro com os seguintes objectivos:

- Introduzir a jornada do PAM;
- Esclarecer o funcionamento do Programa.

O segundo vídeo:

- Apresentar a organização MUVA;
- Apresentar a metodologia Gender Centered Design;
- Explicar a relação entre género e os negócios.

Para o dia de hoje, preparem a ferramenta com o nome objectivos pessoais, escolham um lugar tranquilo e garantam que os celulares estejam devidamente carregados.

Até Já.

- Em seguida, partilhe no grupo do whatsapp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.



Etapa 2

- À hora acordada, envie o vídeo **“Estabelecendo os Objectivos Pessoais”**.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram assistir ao vídeo e se há dúvidas. Para ajudar a identificar a ferramenta, partilhe a foto da tarefa nos pequenos grupos de trabalho.

Explique que a ferramenta “Estabelecendo Objectivos Pessoais” representa o caminho para alcançar um determinado objectivo.

Mais do que traçar-lhes, é importante ter clareza das acções que devem ser realizadas para alcançá-los.



Etapa 3

- Meia hora após a partilha do primeiro vídeo (Metodologia MUVA) e a ferramenta “Estabelecendo Objectivos Pessoais”, inicie com o suporte individual para as empreendedoras, seguindo a ordem de envio das fotos com a ficha preenchida.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora). Aqui é a (nome da facilitadora). Estou a ligar para conversar consigo e perguntar se já viste o vídeo de introdução e o que achou.

Ficou com alguma dúvida?

Como foi preencher a ficha e estabelecer os teus objectivos pessoais?

Como posso te apoiar?

Muito obrigada, a nossa jornada será assim, para cada actividade partilhada será acompanhada por uma chamada nossa para te apoiarmos. Estaremos em contacto para fazermos os exercícios juntas e discutirmos formas inovadoras para melhorar o teu negócio.

Tudo bem? Ficou claro? Tens alguma dúvida?

Muito obrigada, daqui a pouco vamos partilhar um vídeo para reflectirmos sobre como os negócios podem impactar na sociedade e na vida das mulheres em particular.

Até já !”

Notas para o(a) facilitador(a)

Como jeito de fecho, explique que como empreendedora é necessário fazer uma reflexão clara e sincera de onde está e onde deseja estar, e em cima disso reflectir sobre as atitudes e acções que deve tomar para alcançar os objectivos traçados.

Empreendedoras de sucesso fazem o exercício sempre, e podem definir prazos dependendo dos objectivos, podem semanais, mensais ou anuais.



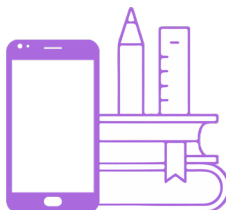
Actividade 3

Género nos Negócios

Duração Total



Materiais Necessários

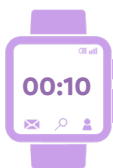


- Bloco de notas;
- Canetas e lápis;
- Marcadores.

Objectivos

- Reflectir sobre a relação entre género e negócios;
- Reconhecer a resiliência e resistência das participantes como mulheres empreendedoras;
- Iniciar uma reflexão sobre ideias inovadoras para criar impacto social de género a partir de seus negócios;
- Reflectir sobre o seu papel como influenciadoras de outras mulheres empreendedoras.

Passos



Etapa 1

- Partilhe o vídeo "**Género nos Negócios**".

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no pequeno grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas.



Etapa 2

- Partilhe as questões abaixo nos grupos de trabalho, e estimule um debate entre as empreendedoras e deixe o debate fluir.

Pode incentivar o debate resgatando as seguintes perguntas:

- Acreditam que com este tipo de reflexão o teu negócio pode obter algum benefício?
- Já tem alguma ideia inovadora para criar impacto social de género a partir deste vídeo?
- Como mulher, como te sentes tendo a oportunidade de ajudar outras mulheres?

- Depois de 45 minutos de reflexão, envie para o grupo geral do whatsapp uma mensagem de agradecimento pela participação das empreendedoras. Comente sobre a necessidade de se colocar esforço no dia a dia para alcançar o sucesso.

Queridas, estamos felizes com o dia de hoje.

Agradecemos pela participação de todas, foi acima das nossas expectativas, até ao momento consideramos o melhor grupo de mulheres do PAM.

Amanhã voltamos com mais uma sessão onde vamos olhar para uma ferramenta chamada “Business Model Canvas”.

Obrigada em nome da equipa.

Vemo-nos amanhã.

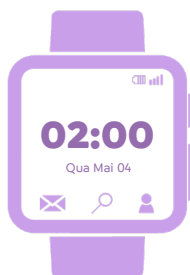
Fiquem bem.



Actividade 4

O Business Model Canvas

Duração Total



Materiais Necessários



- Canetas, lápis, marcadores;
- Post its ou tarjetas;
- Ferramenta “Business Model Canvas”.

Objectivos

- Criar, em conjunto com cada empreendedora, um modelo de negócio para a sua empresa;
- Aprender sobre o significado e a importância de cada parte do modelo de negócios;
- Identificar as oportunidades de negócio em cada sector de operação e avaliar coerência do modelo.

Passos



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo de whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.

Bom dia, queridas empreendedoras.

O dia de hoje está reservado para olharmos para o nosso negócio através da ferramenta chamada “Business Model Canvas” que consta no vosso kit. Pontualmente às 9h faremos a partilha do vídeo explicativo e de seguida ficam com a tarefa por fazer.

Garantam que os telemóveis tenham carga, reservem um espaço tranquilo em casa para que tudo corra bem.

Contamos com a mesma disposição de ontem .

Fiquem bem e em contacto!!!

Até Já.

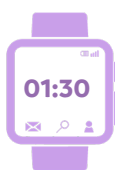


Etapa 2

- À hora acordada envie o video “O Business Model Canvas”;
- Partilhe também no grupo do whatsapp os objectivos das actividades e a ferramenta chamada Business Model Canvas, que será usada no dia.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas. Para ajudar a identificar a ferramenta, partilhe a foto da tarefa nos pequenos grupos de trabalho.



Etapa 3

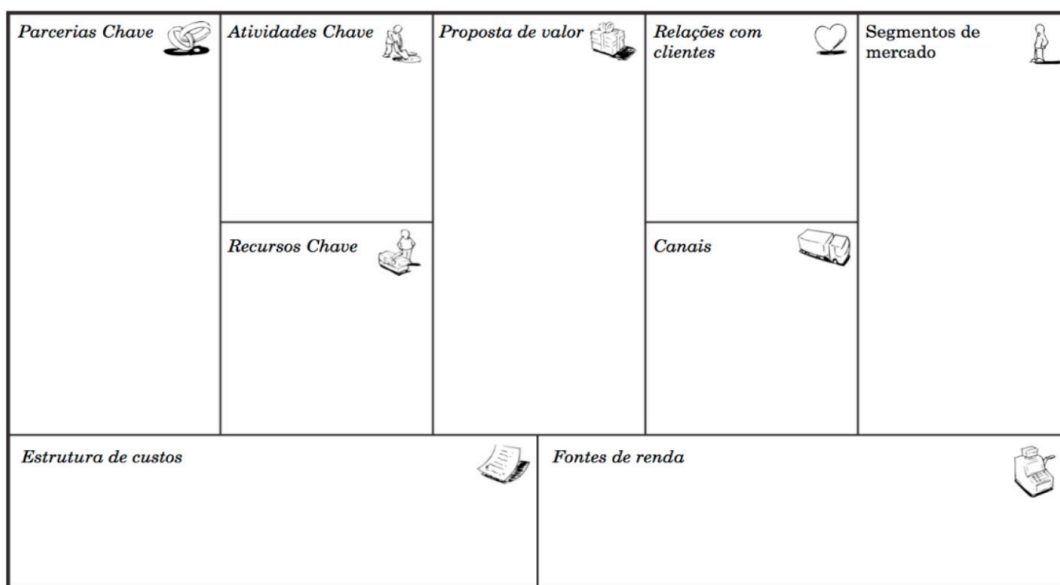
- Logo que receberes a foto da ferramenta preenchida, inicie com o suporte individual (pela complexidade da actividade tenha em conta pelo menos 1hora de suporte com cada uma das empreendedoras) fazendo uma chamada para cada uma das empreendedoras para ver como a ferramenta foi preenchida e ver se há necessidade de um esclarecimentos adicionais.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia (nome empreendedora), aqui é a (nome da facilitadora).
Como foi fazer o preenchimento do BMC?
Podes me apresentar o teu business model canvas?”

Notas sobre os conceitos de cada bloco para apoiar no suporte:

O Business Model Canvas permite que todo o negócio seja visualizado em uma única página.



Segmento de Clientes

O primeiro passo do preenchimento do Business Model Canvas é o bloco de segmentos de clientes. A palavra “segmento” possui implícita que se trata da escolha de uma fatia do mercado. Em outras palavras, é necessário que você defina um nicho de clientes.

Oferta de Valor

Entenda que “valor” neste caso significa “benefício”. Portanto, é fundamental que saiba explicar de forma simples e objectiva quais são estes benefícios dos produtos (ou serviços) que entregam para os seus clientes.

Canais

Canais descrevem quais os caminhos pelos quais a empresa comunica e entrega valor para o cliente. Os canais podem ser de **comunicação (WhatsApp, Facebook), vendas e distribuição do produto.**

Relacionamento

O bloco do relacionamento descreve estratégias que evitam que seus clientes corram para o concorrente por questões como “preço mais baixo”.

Fontes de Renda

O bloco das fontes de renda determina a maneira como o cliente pagará pelos benefícios recebidos.

Recursos-Chave

São os activos fundamentais para fazer o negócio funcionar. Aliás, todo o lado esquerdo está relacionado à parte operacional do negócio.

Esse bloco deve ser limitado a descrever o que realmente importa dentro dos activos de sua empresa. Alguns exemplos de recursos são: activos físicos, como máquinas ou instalações, intelectuais, como patentes, recursos humanos, etc.

Actividades-Chave

De forma complementar aos recursos-chave, as actividades-chave devem tratar das actividades mais importantes que a empresa deve fazer de forma constante para que o negócio funcione corretamente. Se uma empresa possui uma plataforma web como recurso-chave, muito provavelmente terá como actividade-chave a manutenção desta plataforma.

Alguns exemplos de actividades são: Produção de Bens, Resolução de Problemas, Gestão de Plataformas, Vendas Consultivas, Desenvolvimento de Produtos, etc.

Parcerias-Chave

Parceiros-chave no Business Model Canvas refere-se primordialmente a terceirizações (fornecedores). Como dito anteriormente, o lado esquerdo trata de quesitos operacionais, portanto o bloco parcerias lista outras empresas que ajudam seu negócio a entregar a oferta de valor. Qualquer tipo de tarefa ou matéria-prima essencial fornecida por outra empresa e que garante o funcionamento do negócio deve ser listada neste bloco.

Estrutura de Custos

O último bloco do modelo descreve todos os principais custos que têm peso nas finanças e eles resultam da operacionalização do negócio.

Eles provavelmente virão dos blocos de recursos, actividades e parcerias-chave. Porém, também será possível que custos de canais sejam considerados como, por exemplo, comissão de vendedores.



Etapa 4

- Após o suporte, partilhe no grupo principal que a construção de um modelo de negócio não precisa necessariamente ser feita em um dia, pois talvez haja necessidade de envolver mais pessoas no processo e encerre o dia.



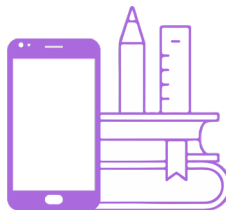
Actividade 5

Construção da Jornada da Persona do Negócio

Duração Total



Materiais Necessários



- Post its ou tarjetas;
- Canetas e lápis;
- Template Jornada da Persona;
- Folha A2 com o Modelo de Negócio.

Jornada da Persona | Nome da Empreendedora _____

Nome do Perfil _____ Idade: _____ Bairro: _____ Família: _____

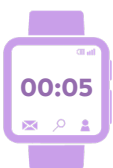
Passos: Procura > Compra > Paga > Utiliza > Recomenda

Como?	Procura	Compra	Paga	Utiliza	Recomenda
Desejos & Expectativas:					
Emoções:					
A Voz do usuário:					

Objectivos

- Identificar os principais públicos-alvo do negócio e refletir sobre a sua segmentação;
- Desenhar a jornada da persona;
- Identificar oportunidades de negócio baseadas nas necessidades da persona;
- Reflectir sobre a importância da empatia nos negócios e como ela pode ser uma mais-valia.

Passos



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha a mensagem abaixo no grupo principal de whatsapp, reforçando a necessidade de reservarem um espaço tranquilo e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.

Bom dia, queridas empreendedoras.

Para a sessão de hoje vamos refletir sobre o nosso público-alvo e procuraremos alcançar os seguintes objetivos:

- Identificar o principal público-alvo do negócio e refletir sobre a segmentação;
- Desenhar a jornada da persona e identificar demandas do segmento para o design de estratégias;
- Identificar oportunidades de negócio baseadas na colaboração com as necessidades da persona.

Para tal precisaremos do seguinte material:

- Folha A2 com o Modelo de Negócio;
- Post it;
- Canetas
- Ferramenta da Jornada da Persona



Etapa 2

- A hora acordada envie o vídeo da **Jornada da Persona do Negócio**.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas.

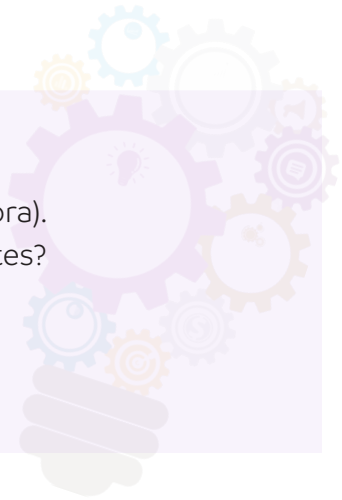


Etapa 3

- Logo que receberes a foto da ferramenta preenchida, inicie com o suporte individual fazendo uma chamada para cada uma das empreendedoras para ver como a ferramenta foi preenchida e ver se há necessidade de esclarecimentos adicionais.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia (nome empreendedora), aqui é a (nome da facilitadora).
Como foi a experiência de reconstruir a rotina dos seus clientes?
Que ensinamento pudeste colher?
Como podes usar esse aprendizado para o seu negócio?
Há algum aspecto em que posso apoiar?”



Etapa 4

- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e o engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual adicional se for necessário.

Notas para o(a) facilitador(a)

- Partilhe no grupo de trabalho que este exercício serve para refletirmos sobre os diferentes segmentos dos e das clientes de cada negócio. Ao fazer essa segmentação, pode-se atendê-los melhor, de forma que fiquem mais satisfeitos e com maior fidelidade à sua empresa. Esse exercício ajuda a pensar de forma novadora e diferente sobre a sua e o seu cliente, assim como o seu negócio. Nesse contexto, reflita sobre as seguintes perguntas:
 - Qual seriam as necessidades desta ou deste cliente? O que busca?
 - Atendo estas necessidades?
 - Como posso melhorar?
 - O que posso fazer de novo para os meus clientes ?



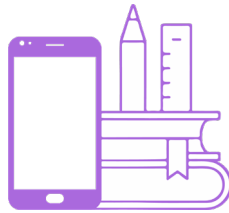
Actividade 6

Rotina Financeira do Seu Negócio

Duração Total



Materiais Necessários

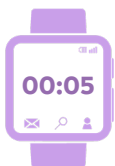


- 1 caderno de registos de Rendimentos;
- 1 caderno de registos de Custos do Produto;
- 1 caderno de registos de Custos Operacionais;
- 1 caderneta de Estruturas Financeiras Mensais;
- 1 caneta azul e 1 caneta preta;
- Canetas coloridas;
- Régua.

Objectivos

- Ensinar como preencher os cadernos de registos financeiros do negócio;
- Melhorar a prática de fazer registos financeiros do negócio;
- Apoiar o uso dos dados financeiros para a tomada de decisão no negócio.

Passos



Etapa 1

- Inicie o dia partilhando uma mensagem motivadora no grupo principal de whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da actividade do dia.

Olá, queridas.

Uau! Tivemos muito aprendizado até aqui, para esta manhã teremos uma sessão voltada para Rotina Financeira do teu negócio

Objectivos

- Explicar o objetivo da mentoria financeira;
- Apresentar os cadernos de registos e demonstrar como preencher;
- Ensinar a prática de fazer registos financeiros do negócio;
- Apoiar o uso dos dados financeiros para tomada de decisão do negócio.

Material

- 1 caderno de registos de Rendimentos;
- 1 caderno de registos de Custos do Produto;
- 1 caderno de registos de Custos Operacionais;
- 1 caderneta de Estruturas Financeiras Mensais;
- 1 caneta azul e 1 caneta preta;
- Canetas coloridas;
- Régua.



Etapa 2

- A hora acordada envie o video **Rotina Financeira do Seu Negócio**.

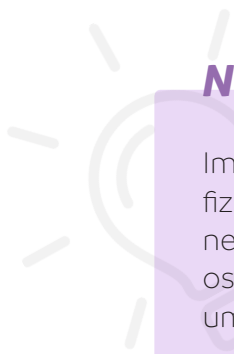
Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas.



Etapa 3

- Depois de te certificares que as participantes partilharam as fotos com a tarefa completa, inicie com o suporte individual reserve 30 minutos para cada uma das participantes.



Notas para o(a) facilitador(a)

Importante levar em consideração que muitas empreendedoras nunca fizeram o registo das finanças do seu negócio e o resultado pode ser negativo, como facilitador tente consciencializar a empreendedora que os actuais resultados menos bons do negócio não significam que ela seja um insucesso.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora). Aqui é a (nome da facilitadora).
Como foi fazer o preenchimento dos cadernos?
Tiveste alguma dificuldade que gostaria de partilhar?”

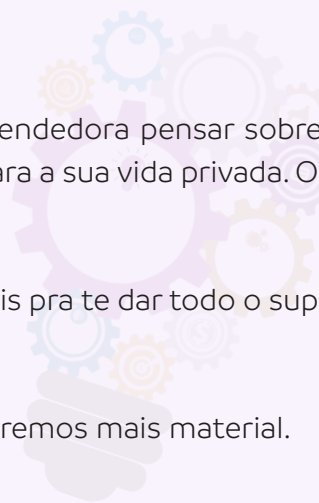
No vídeo falamos muito sobre a necessidade da empreendedora pensar sobre um salário para si e ter em mente que merece este salário para a sua vida privada. O que tu percebeste sobre isto?

Pode sempre ligar que estaremos aqui sempre disponíveis pra te dar todo o suporte necessário.

Tem mais alguma dúvida sobre os cadernos de registo?

Muito obrigada, ficamos em contato e em breve partilharemos mais material.

Até breve!”



Etapa 4

- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.

Conceitos para apoiar o(a) facilitador (a)

Definição de rendimentos/receita: É o dinheiro que recibes pela venda de um produto ou pela prestação de um serviço.

Nome do produto	Preço unitário	Qtd vendida Segunda	Qtd vendida Terça	Qtd vendida Quarta	Qtd vendida Quinta	Qtd vendida Sexta	Q.V. Total Semanal	Valor Total Vendido
Saias	200	2	3	1	1	2	9	1800
Vestidos	500	3	1	4	1	5	12	6000
Calças	500	1	1	2	3	2	11	5500
Camisas	200	4	2	1	1	2	10	2000

O caderno de Custos de Produtos ou Serviços

Definição de produtos: Produto é um objeto que é produzido ou revendido para atender a demanda de clientes. Produto pode ser um vestido que faz ou uma laranja que compra para revender.

Definição de serviços: Prestar um serviço significa ser contratada para desempenhar uma atividade a qual tem competências para tal. Por exemplo, se tem uma empresa de decoração de eventos, a mão de obra que cobra para montar a decoração é um serviço, portanto, está a vender sua competência ou da sua equipa para decorar um espaço.

Assim sendo, **CUSTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS** será todo valor gasto na aquisição desses produtos ou serviços no negócio.

Custos de produtos e serviços			
Semana de 20 a 25 de Abril de 2020			
O que comprei	Quantidade	Valor	Dia de compra
Campulanas	8	400	20/04
Ziper	3	100	20/04
Linhas	5	150	20/04
Agulhas	4	50	20/04
Total de custos			

No fim de cada dia faça os somatórios diários e no fim da semana os somatórios semanais como fizeste com o caderno das receitas.

Os custos operacionais.

O QUE PAGUEI	VALOR	DIA DO PAGAMENTO
Renda	2000	25/04
Energia	500	20/04
Transporte	200	20/04
Salário Maria	5000	25/04
Salário Alice	5000	25/04
Total de custos operacionais da semana		

Definição de Custos Operacionais: São todos os custos que mantêm seu negócio em funcionamento. Esses custos tua empresa tem independente do valor das vendas. São considerados custos operacionais a renda, água, energia, salários, transporte, etc.

O salário da empresária: É comum que empreendedoras fiquem com o lucro que sobra da empresa e não tirem um salário para si, entretanto, há alguns problemas nessa prática a nível do negócio e a nível da organização pessoal da empresária.

A importância do salário a nível do negócio

É importante para o negócio a capacidade de previsão. Se sabes quais são os custos do negócio, programas-te para vender com o objectivo de cobrir os custos e lucrar. Entretanto, quando não tens o valor do vosso salário nas contas da empresa, parece que o negócio está a lucrar quando na realidade mal paga salário para a empreendedora.

A estrutura financeira é uma ferramenta que nos ajuda a resumir nosso negócio. Com ela é possível ter a fotografia da semana e do mês e saber se o negócio está a dar lucro ou prejuízo. Com essa informação em mãos, podemos tomar melhores decisões empresariais.

MÊS: _____

ANO: _____

Semana: _____ Semana: _____ Semana: _____ Semana: _____ Semana: _____

Rendimentos: _____

_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

Total de Rendimentos da Semana

Custo de produtos e serviços: _____

_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

Total de custos de produtos e serviços

Custos Operacionais: _____

Renda	_____	_____	_____	_____
Energia	_____	_____	_____	_____
Água	_____	_____	_____	_____
Plásticos	_____	_____	_____	_____
Ajudantes: carregador, entregador, etc	_____	_____	_____	_____
Transporte	_____	_____	_____	_____
Custo do Xitique	_____	_____	_____	_____
Salário do/a funcionário/a: _____	_____	_____	_____	_____
Salário do/a funcionário/a: _____	_____	_____	_____	_____
Salário do/a funcionário/a: _____	_____	_____	_____	_____
Salário da Empresária: _____	_____	_____	_____	_____
Impostos: _____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

Total de Custos Operacionais

Lucro: _____

Investimento: _____

Caixa: _____

Lucro Mensal: _____

Definição de Lucro: Lucro é aquilo que sobra da venda que fazes depois de subtrair todos os custos relativos ao negócio. $\text{Lucro} = \text{Rendimentos} - \text{Custos de produtos e serviços} - \text{Custos operacionais}$.

Definição de Investimento: Investimento é o dinheiro que tu colocas no negócio a espera de que o faça crescer.

O “Caixa da empresa” é a reserva de dinheiro que tens para que possas comprar mais produtos na próxima semana e também é a poupança que tens para uma eventualidade que possa acontecer.



Mini Grupo Temático 1

Género para Inovação, da cadeia de valor ao produto ou ao serviço

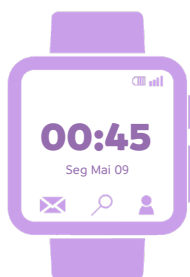
Objectivos

- Reflectir sobre as aprendizagens e sensações que surgiram da experiência do Bootcamp 1;
- Construir uma conexão humana entre as participantes;
- Introduzir um debate conceptual sobre género e sexo;
- Aprofundar o tema de género nos negócios de forma aberta e honesta.

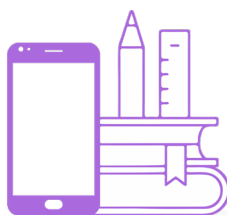
Actividade 7

Papéis de Género

Duração Total



Materiais Necessários



- Folha A4;
- Caneta;
- Cartolinas com conceitos sobre género e sexo.

Passos



Etapa 1

- Receba as empreendedoras em uma sala arejada em forma de círculo;
- Dê as boas-vindas e introduza que o encontro tem como objectivo tirar duvidas e refletir sobre o Bootcamp1 e reflectir sobre os papéis de género e como eles podem influenciar positiva ou negativamente no desempenho do negócio;
- Pergunte a elas o que acharam do Bootcamp 1. Peça para que digam os momentos mais fáceis, os mais difíceis e os mais inspiradores;
- Deixe o debate fluir entre as participantes por 10 minutos e encerre a etapa mostrando que é natural ter dificuldades pois trata-se de conteúdo novo para a maioria e parabeneze-as pelo empenho demonstrado.



Etapa 2

- Objectivo:
 - Fazer uma reflexão sobre a diferença entre sexo e género e como esse entendimento pode promover mudança nos negócios.
- Forme dois grupos e distribua cartolinas com as frases de forma aleatória;
- Instrua as empreendedoras para escolherem em que categoria a frase que cada uma delas tem se enquadra, isto é, se é SEXO ou GÉNERO e dê espaço para que cada uma justifique o porquê da decisão.

Sexo	Género
Características biológicas (incluindo genética, anatomia e fisiologia) que geralmente definem os humanos como femininos ou masculinos. Note que estas características biológicas não são mutuamente exclusivas; no entanto, existem indivíduos que possuem características masculinas e femininas.	Conjunto socialmente construído de papéis e responsabilidades associados a ser menina e menino ou mulheres e homens, e em algumas culturas um terceiro ou outro género.
Nasce com	Não se nasce com
Natural	Aprende-se
Universal, Não variam de cultura para cultura; Não mudam com o tempo	Os papéis de género variam muito em diferentes sociedades, culturas e períodos históricos, e também dependem de factores socioeconómicos, idade, educação, etnia e religião.
Não pode ser alterado, excepto com o tratamento médico	Embora profundamente enraizados, os papéis de género podem ser alterados ao longo do tempo, uma vez que os valores e as normas sociais não são estáticos.
Exemplo: apenas mulheres podem dar à luz. Só as mulheres podem amamentar.	Exemplo: A expectativa de os homens serem provedores económicos da família e de as mulheres serem cuidadoras é uma norma de género em muitos contextos culturais. No entanto, as mulheres são capazes de fazer trabalhos tradicionalmente masculinos, assim como homens (por exemplo, homens e mulheres podem fazer tarefas domésticas; homens e mulheres podem ser líderes e gerentes).



Etapa 3

- Passe o vídeo “um sonho impossível” (9 min);
- Incentive um debate entre um grupo sobre o tema retratado no vídeo, pergunte:
 - Quem gostaria de partilhar o que percebeu do vídeo?
 - Há diferença entre os papéis de homens e mulheres? Quais são? E porquê essas diferenças existem?
- Encerre dizendo que a desconstrução dos papéis de género não acontecem de um dia para o outro, é um processo gradual que envolve uma reflexão individual e colectiva.
- Sendo empreendedoras onde através de seus negócios como podem proporcionar oportunidades tendo em conta a dupla jornada que as mulheres enfrentam a carreira e o cuidado com a família em casa?
- Através dos vossos negócios como podem promover oportunidades económicas para outras mulheres?

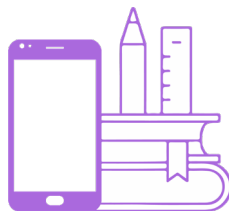
Actividade 8

O género nos Negócios?

Duração Total



Materiais Necessários



- Estudos de Caso inspiradores² sobre género e negócios;
- Folhas A4 com as perguntas:
 - Explique o que a empresa faz em uma linha.
 - Qual a motivação social do negócio?
 - Qual a motivação do negócio?
 - O que o negócio mudou para poder atingir as necessidades das pessoas e para aumentar vendas?
 - Quais foram os resultados destas mudanças?

Passos



Etapa 1

- Diga para que o grupo de 5 participantes se divida em 2 pequenos grupos (um trio e uma dupla). Explique que cada grupo receberá um estudo de caso sobre uma empresa.
- Já nos grupos, peça que leiam o estudo de caso.
- Distribua uma folha A4 limpa para colocarem as respostas para cada um dos grupos e dê 15 minutos para o grupo ler o estudo de caso, refletir e responder às perguntas. (15 min)
- Peça para que retornem para o círculo. Peça uma representante de cada grupo para explicar seu estudo de caso.

² Estudos de caso em anexo.

- Pergunte:
 - O que acharam sobre estas formas de inovar no negócio?
 - O que acharam da abordagem dos mesmos com as consumidoras?
 - Qual foi a abordagem para o impacto social?
 - Como esta abordagem ajudou o negócio?

- Deixe o debate fluir e incentive as empreendedoras a refletirem sobre como as lentes de género podem ser ao mesmo tempo bons para o negócio e gerar impacto social.

- Peça para que as participantes se espalhem pelo ambiente. Explique que cada uma receberá uma folha em branco e deverá responder as seguintes perguntas:
 - Como o teu negócio poderia inovar promovendo impacto social de género?
 - Quando olhas para o teu bairro e as tuas clientes, quais são as oportunidades que vês que o seu negócio poderia contribuir para trazer impacto social de género?
 - Dos exemplos dos estudos de caso, algum deles vos inspira para ser implementado no negócio? Qual e porquê?

- Peça para voltarem ao círculo e pergunte se alguma delas ficaria à vontade para partilhar sua estratégia e o que pensou.

- Encerre a etapa perguntando se alguém gostaria de partilhar sua percepção sobre as aprendizagens de hoje. Diga que se quiserem escrever reflexões nos seus cadernos ao final do encontro ou ao chegar em casa sempre é positivo.

- Explique que ao longo da jornada, será debatido individualmente as oportunidades que pensaram e o potencial para o negócio.

Finalize a sessão agradecendo pela presença e engajamento de todas. Diga que a MUVA é um espaço seguro para que se abordem assuntos relacionados ao género, e no nosso dia-a-dia como empreendedoras e mulheres devemos pensar em como os nossos negócios podem melhorar a vida das mulheres e como podemos contribuir para criar mais postos de trabalho para outras mulheres.



Pesquisa inicial em Human Centered Design

Lopo após BC1, dá-se início a pesquisa inicial de mercado. Durante quatro semanas a equipa de pesquisa busca identificar novas demandas por produtos e serviços, novas tendências e, por fim, novas oportunidades específicas para cada negócio. A pesquisa é feita através de entrevistas presenciais ou online, via internet, mídias digitais, redes sociais e por telefone. O objectivo é fornecer feedback as empreendedoras sobre as diferentes oportunidades para manter o negócio funcionando e gerando renda. Metodologias foram compartilhadas com os participantes para realizar a análise de género, bem como desenvolver ferramentas para promover a empatia.





BootCamp 2

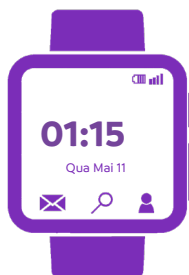
Objectivos

- Analisar os dados da pesquisa;
- Identificar oportunidades de negócio ligadas a questões de género (serviço, produto ou operação);
- Criar um protótipo baseado nos resultados do estudo para ser testado logo após o Bootcamp 2;
- Identificar o que negócio já pode iniciar a implementar e os recursos a serem conquistados para implementação das novas ideias.

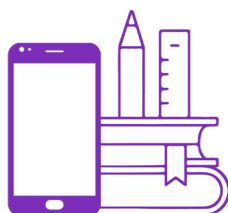
Actividade 9

Apresentação dos Resultados do Estudo HCD 1

Duração Total



Materiais Necessários



- 1 Bloco de notas;
- Link para o Zoom;
- Apresentação dos resultados em powerpoint;
- Feedback Form.

Objectivos

- Analisar os resultados do trabalho de campo;
- Identificar as oportunidades de negócio a partir das lentes de género;
- Trazer inspiração para o desenho de protótipos e para o modelo de negócio de cada empreendedora.

Passos



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo de whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.
- Partilhe também no grupo do whatsapp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.

Olá queridas empreendedoras.

Depois de 3 semanas intensas de pesquisas, hoje iniciamos com o 2º Bootcamp. A nossa semana de trabalho tem os seguintes objectivos:

- Analisar os dados da pesquisa e identificar oportunidades de negócio;
- Identificar oportunidades de negócio ligadas a questões de género (serviço, produto ou operação);
- Criar um protótipo baseado nos resultados do estudo que será testado logo após o Bootcamp 2;
- Identificar o que negócio já pode iniciar a implementar e os recursos necessários para implementar as novas ideias.

Para o dia de hoje a nossa equipa de pesquisa fará de forma individual a apresentação dos Resultados do Estudo HCD 1.

Ate já.

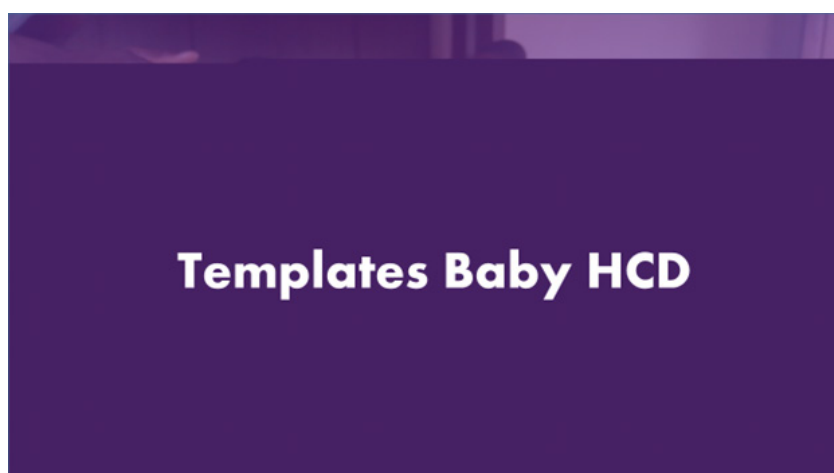


Etapa 2

- A hora acordada os pesquisadores partilham o link e iniciam com a sessão de apresentação dos resultados da pesquisa;
- Abaixo o template da apresentação.

Templates Baby HCD

O template padrão da baby HCD contém os elementos básicos abordados nesta fase, desde os dados sobre o número de pessoas entrevistadas até às recomendações resultantes da pesquisa.





Baby HCD Objectivos

- ❖ Avaliar no modelo de negócio de cada uma (empreendedora) e;
- ❖ Identificar oportunidades de crescimento e inovação no mercado;
- ❖ Conhecer estudos de caso de empresas que aplicam as lentes de género para melhorar sua capacidade de crescer sustentavelmente;

CAPA

Sobre o Negócio

Explicar o perfil do negócio através de elementos como: Localização do negocio, Processo de produção e insumos (dependendo do tipo de produto ou serviço), oferta de valor e outras informações relevantes

Contexto

Explicar o objectivo da pesquisa

Pesquisa

- Número de entrevistados, intercepts, observações;
- Perfil dos entrevistados;
- Locais das entrevistas;

A Cadeia do Valor do Negócio

- Notas sobre como ocorre o processo, junto com as falas das empreendedoras

Perfil de Clientes Recorrente

- Persona (desejos, necessidades, medos, estilo de vida, comportamentos, valores, objectivos)

Jornada da Persona

- Aspectos a considerar na jornada da persona:
O momento em que el@ entra em contacto com a produto/servico, fazendo um match entre a actividade e a fala da persona.

Também ouvimos que....

Desafios do negócio

- Cadeia de valor
- Perfil dos clientes;
- Analisar as necessidades d@s clientes com uma lente de género!!!!

Insights

- Uma frase simples: **autêntica, não óbvia e reveladora** (Baseada nos resultados da pesquisa, na voz do consumidor e com olhar de género).

A concorrência em Moçambique e no mundo: ideias para inspirar e se diferenciar

- Como a concorrência esta fazer?
- O que se pode melhorar?

Exemplos realísticos de Empresas Moçambicans com produtos/serviços muito próximos ao negócio da empreendedora. Pode-se usar exemplos de empreendedoras que participaram dos ciclos passados e que estejam a inovar no mercado.

O diferencial do teu negócio na tua Cidade.

- Cada pesquisa deve trazer ideias de como esta empreendedora pode se diferenciar, do que existe para ganhar espaço e se manter firme no mercado, olhando para toda a cadeia de valor do negócio.

Comunicação

- Como melhorar a comunicação olhando para toda cadeia de valor;
- Como expandir a rede de contactos e ampliar os canais de venda;
- Material de comunicação digital (ex. Logotipos, capas e flyers)

(A criação de contas nas redes sociais deve ser feita em função das preferências de cada empreendedora.

Desde o início a criação de conteúdos para as redes sociais deve envolver mais as empreendedoras, os pesquisadores e os facilitadores serão o auxílio!!!...)

Frase de inspiração

- Uma frase motivacional relacionada com o tipo de negócio



Etapa 3

- Após a conclusão da apresentação dos resultados partilhe no grupo principal do Whatsapp a ficha de feedback.
- Peça para que elas preencham e partilhem no grupo de trabalho a ficha de feedback abaixo:

FEEDBACK FORM PESQUISA HCD

Responda as questões a seguir a partir da escuta das apresentações dos resultados de pesquisa:
Os resultados e relatos de campo foram úteis para o seu negócio?

() Sim

() Não

Por que? _____

Algo foi surpreendente nas apresentações? Porquê?

O que tu achas que podes reestruturar no teu negócio depois dos resultados da pesquisa?

Quais ideias tens para implementar no teu negócio a partir apresentação?



Etapa 4

- Após a recepção das fotos com as fichas de feedback preenchidas inicie com a chamada de suporte individual.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora). Como estas?

Aqui é a facilitadora _____(nome da facilitadora) e a equipa de investigadores _____(nome dos investigadores) que passaram as ultimas duas semanas a desenvolver o estudo sobre o teu negócio.

Muito bem. Gostaríamos de nos colocar a disposição nessa chamada para escutar o que achaste dos resultados e se tens algumas dúvidas para que possamos esclarecer.

Nas actividades dos próximos dias vais ter a oportunidade de focar nas mudanças que fazem sentido implementar neste momento, iremos trabalhar em conjunto. Qualquer dúvida não esqueças de entrar em contacto.

Obrigada!”



Etapa 5

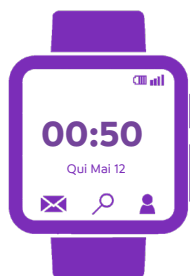
- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.



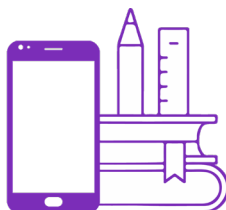
Actividade 10

Hora da Mudança

Duração Total



Materiais Necessários



- 1 Bloco de notas;
- Business Model Canvas;
- Post its;
- Canetas, lápis;
- Ferramenta Ideias para Mudanças.

Ideias para Mudanças

Nome _____

O que mudou na vida das pessoas?

O que mudou sobre:

A rotina das pessoas? O que as pessoas tem feito?

Sobre a forma de comprar e acessar bens?

Sobre a forma de trabalhar/estudar?

Sobre a forma de se comunicar?

Sobre a forma de lazer das pessoas?

O que posso mudar no meu negócio?

O que posso mudar no negócio para colaborar com:

A nova rotina pessoas

A facilidade de compra e acesso para as pessoas

O trabalho e estudo das pessoas

Uma comunicação clara e acessível para tod@s

Criação de alternativas de lazer para pessoas

Objectivos

- Identificar mudanças que já podem/devem ser feitas com os recursos existentes;
- Identificar os canais de comunicação do negócio e sua forma de operação;
- Identificar a mensagem que o negócio passa e que tipo de mensagem precisa passar;
- Identificar o que ainda precisa ser criado para testagem com lentes de género;
- Revisar o modelo de negócio (BMC).

Passos



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo de whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.
- Partilhe também no grupo do whatsapp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.

Bom dia, queridas.
Sejam bem-vindas a mais um dia de trabalho.

A nossa sessão de hoje tem como objectivos:

- Identificar mudanças que já podem/devem ser feitas com os recursos existentes;
- Identificar os canais de comunicação do negócio e sua forma de operação;
- Identificar a mensagem que o negócio passa e que tipo de mensagem precisa passar em meio a crise;
- Identificar o que ainda precisa ser criado para testagem com lentes de género;
- Revisitar o modelo de negócio (BMC).

Materiais necessários:

- Ferramenta ideias para a mudança;
- O modelo de negócio (BMC);
- Canetas, e post it.

As 9h faremos a partilha dos vídeos e depois da recepção e compreensão do vídeo vocês iniciam com as tarefas. Após a conclusão partilhem com as facilitadoras para iniciarem a discussão das novas ideias que surgirem.

Até já.



Etapa 2

- A hora acordada envie o vídeo **Hora da Mudança**.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas.



Etapa 3

- Depois de certificar que as participantes partilharam as fotos com a tarefa completa inicie com o suporte individual para cada uma das participantes.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora), aqui é a (nome da facilitadora). Como foi fazer o preenchimento da ferramenta? Queres me apresentar as novas ideias para mudança que identificaste para o teu negócio?”

Muito bem!

E sobre o Business Model, há algum aspecto que precisa ser revisto?

- Canal de venda?
- A relação com os clientes?
- A proposta de valor muda ou segue a mesma? Qual mensagem pretendes passar para os e as clientes?

<i>Parcerias Chave</i>	<i>Atividades Chave</i>	<i>Proposta de valor</i>	<i>Relações com clientes</i>	<i>Segmentos de mercado</i>
	<i>Recursos Chave</i>		<i>Canais</i>	
<i>Estrutura de custos</i>		<i>Fontes de renda</i>		

Muito obrigada pela partilha, por hoje encerramos aqui, amanhã seguiremos pensando em acções para a realização destas novas ideias.



Etapa 4

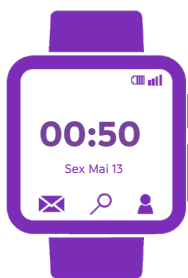
- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.



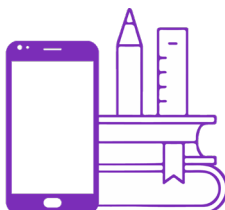
Actividade 11

Prototipagem

Duração Total



Materiais Necessários



- Caneta/lápis, borracha;
- Ferramentas de prototipagem.

Protótipo

Nome _____

Vou testar:

Explique ou desenhe as novas ideias:

O que deseja testar?

- () Novo Produto
- () Novo Serviço
- () Novo Canal de Comunicação
- () Entrega a Domicílio
- () Nova mensagem

Qual público alvo? _____

Quais canais de comunicação vais usar para testar?



Protótipo

Nome _____

Lista do que precisa ser feito:

Para a criação do protótipo, o negócio precisa de:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Objectivos

- Identificar o protótipo que se deseja testar;
- Identificar se o protótipo estará relacionado a produto, serviço ou operação;
- Desenhar o esboço do protótipo;
- Identificar os recursos necessários para criação do protótipo;
- Promover a interação entre o designer e a empreendedora na criação e aprimoramento do material para comunicação.



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo de whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.
- Partilhe também no grupo whatsapp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.

Bom dia, queridas.

Seguimos com mais um dia de reflexões em torno das mudanças que visam melhorar os negócios.

A sessão de hoje tem como objectivos:

- Identificar se o protótipo estará relacionado ao produto, serviço ou operação;
- Desenhar o esboço do protótipo;
- Reconhecer os recursos necessários para criação do protótipo.

Materiais necessários:

- As duas fichas de Protótipo;
- Canetas, e post it.

Às 9h faremos a partilha dos vídeos, depois da recepção e compreensão do vídeo, iniciem com as tarefas.

Não se esqueçam de partilhar com as facilitadoras.

Até já.

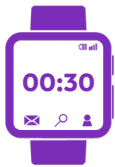


Etapa 2

- A hora acordada envie o vídeo **Protótipos**.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas. Para ajudar a identificar a ferramenta, partilhe a foto das ferramentas nos pequenos grupos de trabalho.



Etapa 3

- Depois de te certificares que as participantes partilharam as fotos nos grupos de trabalho com a tarefa completa, inicie com o suporte individual para cada uma das participantes.

Chamada para o suporte individual

Bom dia, (nome empreendedora). Obrigada pelo envio dos materiais. Gostaríamos de conversar sobre a tua ideia de protótipo. Por isso, faremos algumas perguntas:

- Podes explicar a tua ideia?
- Que recursos já tens e quais precisas adquirir para a implementação do protótipo?
- Como pensas em adquirir os recursos?
- Nos cadernos de registo financeiro há possibilidades de fazer este tipo de investimento?
- Podes detalhar mais esta ideia? (Se for necessário, solicitar o envio de detalhamento dos textos, contatos-chave e etc)

Muito bem. No âmbito do Programa temos alguns profissionais disponíveis para auxiliar neste processo. Os pesquisadores irão entrar em contacto para assessorar este processo. Tudo bem?

Até breve!



Notas para o(a) facilitador(a)

Crie um grupo no WhatsApp com o designer de forma a facilitar a comunicação.

Relembrar que durante a construção do protótipo deve estar alinhado com os recursos existentes, priorizar na cadeia de valor as necessidades chave a serem alavancadas.



Etapa 4

- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.

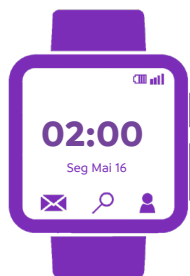


Minigrupos Temáticos

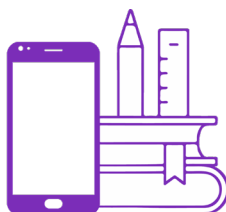
Actividade 12

Gestão de Equipe e Horizontalização de Poder

Duração Total



Materiais Necessários



- Template da FOFA;
- Desenho do Gato.

Análise SWOT Pessoal

Ambiente Interno	Forças Quais são seus pontos fortes, principais forças, qualidades, virtudes ou talentos?	Quais são seus pontos a serem melhorados, principais fraquezas, defeitos ou dificuldades?
	Potencializar	Melhorar
Fraquezas	Que oportunidades existem para aproveitar estas forças e alcançar seus objetivos?	Que ameaças existem pelas suas fraquezas que podem impedir de atingir seus objetivos?
	Acompanhar	Eliminar
	Oportunidades	Ameaças
	Ambiente Externo	



Objectivos

- Avaliar como foi o Bootcamp 2 e quais aprendizagens e sensações surgiram da experiência;
- Destacar a comunicação como uma chave para romper relações de poder;
- Incentivar o debate sobre ter estagiárias e aprendizes na equipa.



Etapa 1

- Receba as empreendedoras em uma sala arejada em forma de círculo;
- Dê as boas-vindas e introduza que o encontro tem como objectivo tirar dúvidas e refletir sobre o Bootcamp 1, assim como aprofundar alguns temas;
- Pergunte a elas o que acharam do Bootcamp 1 e peça para que contem sobre os momentos mais fáceis, os mais difíceis e os mais inspiradores;
- Deixe o debate fluir entre as participantes. (20min).



Etapa 2

- Distribua o template da FOFA e explique que:
 - Cada uma fará o seu retrato por escrito.
 - Em cada um dos quadrados da folha, refletiremos sobre nossas Forças e Oportunidades, assim como nossas Fraquezas e nossas Aprendizagens.
 - Terão 20 mins para fazerem este exercício.
- Ao final do preenchimento, peça para que cada uma apresente a sua FOFA e abra a discussão sobre a importância de conhecer a si mesma para agir com consciência.



Etapa 3

- Como um quebra-gelo, divida o grupo em duplas. O (a) facilitador(a) deve fazer uma dupla com a empreendedora que sobra. Peça para que uma das membras de cada dupla vá na sala ao lado para olhar um desenho na parede. Ao retornarem, peça para que expliquem para sua dupla o desenho o que viu sem dizer o que é a imagem, apenas descrevendo seus formatos.

- Entregue uma folha A4 para cada membra da dupla que NÃO viu o desenho e deixe elas desenvolverem os desenhos com base apenas no que a colega está a descrever.
- Peça para que apresentem os desenhos e depois mostre o desenho original para todas. Pergunte: “Foi fácil? Foi difícil? O que sentiram?”
- Após o debate, perguntem a elas qual o tema que acham que esta atividade representa?
- Veja se o tema comunicação surge espontaneamente. Se não, traga o tópico “comunicação” e questione:
 - Teria sido mais fácil desenhar correctamente a figura caso a sua colega lhe explicasse directamente e com clareza o que era o desenho?
 - Como esse exercício se relaciona com a comunicação dentro dos vossos negócios?
 - Como avaliam a sua comunicação?
 - Para aquelas que têm uma equipa, como avaliam a comunicação com eles ou elas?
 - Quem não possui equipe, como gostaria que fosse a comunicação com a sua equipa caso desejem e possam ter uma?
- Explique que ter uma equipa exige um trabalho de gestão, paciência e, fundamentalmente, de comunicação. Diga que existem várias formas de ser líder e fazer a gestão de uma equipa e essa é uma relação de poder e é fundamental ter clareza de que há poder nessa relação e que sempre devemos observar nossa forma de comunicar com clareza e de forma sensível e empática para não causar um ambiente de opressão. Pergunte ao grupo: “alguma de vocês já se sentiu oprimida em alguma relação de trabalho ou sente que foi a opressora”?
- Deixe o debate fluir.
- Na sequência deste debate, pergunte se alguma empreendedora já teve alguma estagiária em sua empresa antes e o que pensa sobre criar oportunidade de aprendizagem para jovens na empresa?

Finalize a sessão agradecendo pela presença e engajamento de todas. Explique que os minigrupos de debates são para trazer “questões quentes” e profundas para o negócio e que a equipa MUVA está sempre disponível para refletir mais no acompanhamento individual se for do interesse da empreendedora, porque essas reflexões impactam imensamente no ambiente geral do negócio.





BootCamp 3

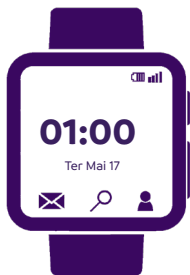
Objectivos

- Analisar os dados da pesquisa;
- Identificar oportunidades de negócio ligadas a questões de género (serviço, produto ou operação);
- Criar um protótipo baseado nos resultados do estudo para ser testado logo após o Bootcamp 2;
- Identificar o que negócio já pode iniciar a implementar e os recursos a serem conquistados para implementação das novas ideias.

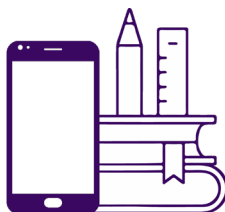
Actividade 13

Apresentação de Resultados do estudo de HCD na Testagem de Protótipo

Duração Total



Materiais Necessários



- 1 Bloco de notas;
- Link para o Zoom;
- Apresentação dos resultados em powerpoint.

Objectivos

- Avaliar o desempenho do protótipo;
- Identificar as mudanças necessárias no protótipo e as oportunidades existentes.



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo do WhatsApp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.
- Partilhe também no grupo do WhatsApp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.

Bom dia, queridas empreendedoras.

Hoje iniciamos com o nosso bootcamp 3.

Os grandes objectivos desta semana são:

- Dia 1 Apresentação dos resultados do estudo na testagem de protótipos;
- Dia 2 Aprimorar o protótipo;
- Dia 3 Como expandir as conexões;

Logo após estas actividades ter acesso aos materiais de comunicação impressos que possam seguir implementando.

Até já, queridas.

Desejamos uma boa semana com muitas vendas.

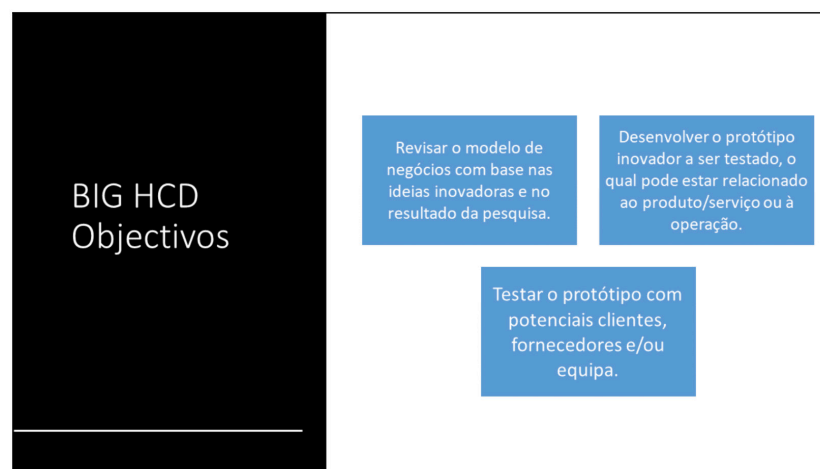


Etapa 2

- A hora acordada os pesquisadores partilham o link e iniciam com a sessão de apresentação dos resultados da pesquisa.

Templates Big HCD

Os resultados da grande pesquisa (Big HCD) são também apresentados em templates padronizados e dão ênfase à análise do protótipo testado, as estratégias de comunicação adoptadas e a análise comparativa para análise das mudanças entre as Baby HCD e Big HCD.





Contexto

- Fazer um slide explicando os objectivos e a duração da pesquisa.

Pesquisa

- Perfil dos entrevistados;
- Nr de pessoas entrevistadas;
- Locais das entrevistas;


O Que foi testado?

- Adicionou-se um produto/serviço/Estratégia
- Em que moldes testou-se?
- A quem testou-se?



Comunicação

- Falar do trabalho feito sobre os canais de comunicação, material produzido e do impacto no negócio



Insights

- Uma frase simples: **autêntica, não óbvia e reveladora** (Baseada nos resultados da pesquisa, na voz do consumidor e com olhar de género).

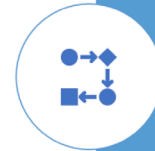
Jornada da Persona com HCD

- Antes
- Depois

Conclusão

Próximos passos

- O que precisa ser feito para manter o negócio depois da jornada (baseando-se nos insights).



FIM

Uma frase motivacional relacionada com o negócio da empreendedora!!!



Etapa 3

- Depois de certificar que as participantes receberam os relatórios da pesquisa inicie com a chamada de suporte individual.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora). Como estas?

Aqui é a facilitadora (nome da facilitadora) e a equipa de investigadores (nome dos investigadores) que passaram estas ultimas 6 semanas na testagem do protótipo.

Como foi a apresentação do relatório da pesquisa?

Muito bem. Gostaríamos de nos colocar a disposição nessa chamada para escutar o que achaste dos resultados e se tens algumas dúvidas para que possamos esclarecer.

[disponibilizar tempo para ouvir as questões e trazer as respostas]

Nas actividades a seguir terás tempo para avaliar o protótipo e adequar as mudanças necessárias para cada o desempenho seja cada vez melhor.

Obrigada!



Etapa 4

- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.



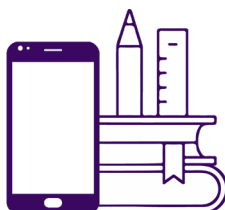
Actividade 14

Aprimorar o Protótipo

Duração Total



Materiais Necessários



- Caneta/lápis;
- Post it;
- Ferramenta de avaliação de protótipo.

Protótipo

Nome _____

O que funcionou bem:

1. Por quê?
2. Porquê?
3. Porquê?
4. Porquê?

O que não funcionou bem e deve melhorar?

1. Por quê?
2. Porquê?
3. Porquê?
4. Porquê?

Objectivos

- Aprimorar o protótipo baseado na avaliação do dia anterior;
- Verificar a existência de novas ideias.



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo do whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da próxima actividade.
- Partilhe também no grupo do whatsapp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.

Bom dia, queridas.

Vamos a reflexão de hoje??

Como bem dissemos ontem, hoje vamos aprimorar o nosso protótipo.

E pensarmos nos aspectos que funcionaram bem e naqueles que precisam ser melhorados.

Material:

- Ficha do Protótipo;

- Post it;

- Canetas;

E boa disposição.



Etapa 2

- A hora acordada envie o vídeo **Aprimorar o Protótipo**.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas. Para ajudar a identificar a ferramenta partilhe a foto da tarefa nos pequenos grupos de trabalho.



Etapa 3

- Depois de certificar que as participantes partilharam as fotos com a tarefa completa inicie com o suporte individual para cada uma das participantes.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora), aqui é a (nome da facilitadora). Queres partilhar a tua reflexão em torno da avaliação da testagem do protótipo?”

Este exercício parece muito básico, mas é aqui que iremos definir bem quais os próximos passos a serem feitos para melhoria deste protótipo e construção de um modelo de negócio que seja resiliente e eficiente para ti e para os usuários do teu negócio.

Muito obrigada pela partilha, por hoje encerramos aqui, amanhã seguiremos pensando em como podemos potencializar os protótipos bem-sucedidos através das redes de network.



Etapa 4

- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.



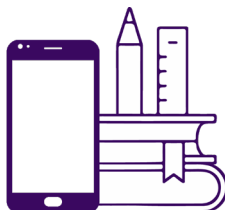
Actividade 15

Como Expandir as Conexões?

Duração Total



Materiais Necessários



- Bloco de notas;
- Caneta/lápis;
- Post it.

Objectivos

- Refletir sobre a importância de ter umas boas conexões;
- Pensar em formas de expandir as conexões existentes;
- Criar caminhos para novas conexões.



Etapa 1

- Inicie o dia com a partilha de uma mensagem motivadora no grupo do whatsapp, reforçando a ideia da necessidade de reservarem um espaço tranquilo em casa e garantirem carga nos seus smartphones de forma a assimilarem melhor o conteúdo da proxima actividade.
- Partilhe também no grupo WhatsApp os objectivos das actividades e as ferramentas que serão usadas no dia.

Bom dia, queridas.

Todas sabemos que um dos elementos mais importantes num negócio é conseguir criar e manter ou expandir uma rede de clientes e parceiros.

Pois é sobre isso que vamos reflectir hoje. Como expandir conexões?

Vídeo explicativo ja a seguir.



Etapa 2

- A hora acordada envie o vídeo **Como Expandir as Conexões**.

Notas para o(a) facilitador(a)

Dê um tempo de 10 minutos, de seguida pergunte no grupo de trabalho se todas conseguiram ver o vídeo e se há dúvidas. Partilhe no grupo de trabalho as dicas que podem ser úteis para criar novas conexões

- Prepare uma boa apresentação do teu produto ou serviço. A apresentação tem que ser clara e atraente, se tens dúvidas sobre como fazer essa apresentação, anote elas no teu caderno e vamos falar na nossa sessão de acompanhamento;
- Agora busque contatos na internet de pessoas e ou empresas com o perfil desejado e ligue ou envie um email a apresentar seu produto ou serviço;
- Podes também pedir e perguntar também a pessoas da tua rede de contactos se conhecem outras pessoas a quem devias apresentar o teu negócio;
- Crie uma base de dados com todas as tuas conexões para que possas dar seguimento às comunicações feitas.



Etapa 3

- Depois de certificar que as participantes tiveram acesso ao vídeo, inicie com a chamada de suporte individual.

Chamada para o suporte individual

“Bom dia, (nome empreendedora), aqui é a (nome da facilitadora).

Conseguiste ver o vídeo?

Conseguiu realizar o exercício?

Se sim, muito obrigado. Tiveste alguma dificuldade que gostaria de partilhar?

Para a implementação do protótipo, vais precisar de contratar mais pessoas?

Olhando para os teus registos financeiros, achas que tens condições financeiras para aplicar o protótipo neste momento? Se não, em quanto tempo achas que poderá ser possível?

Agora tomamos tempo para conversar e dar dicas a empreendedora caso achemos necessário e tomamos notas de dúvidas que não tenhamos respostas diretas para partilhar com a equipa e depois ligar de volta a empreendedora para partilhar.

Tem mais alguma dúvida?

Se não, muito obrigada.



Etapa 4

- Encerre a sessão no grupo principal, agradeça a participação e engajamento das empreendedoras e continue o suporte individual se for necessário.

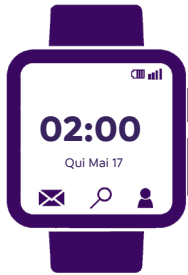


Minigrupos Temáticos

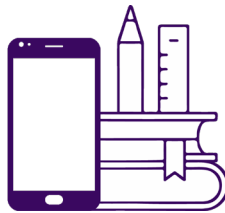
Actividade 16

Eu, Mulher Empreendedora

Duração Total



Materiais Necessários



- Vídeo sobre como negociar no mercado.

Objectivos

- Avaliar como foi o Bootcamp 3 e quais aprendizagens e sensações surgiram da experiência;
- Aprofundar a reflexão sobre ser mulher empreendedora e a sua responsabilidade para com a igualdade de género;
- Entender que é possível negociar e encontrar palavras que nos ajudam.



Etapa 1

- Receba as empreendedoras em uma sala arejada em forma de círculo;
- Dê as boas-vindas e introduza que o encontro tem como objectivo tirar dúvidas e refletir sobre o Bootcamp 1 assim como aprofundar alguns temas;
- Pergunte a elas o que acharam do Bootcamp 3 e peça para que falem sobre os momentos mais fáceis, os mais difíceis e os mais inspiradores;
- Deixe o debate fluir entre as participantes.



Etapa 2

- Diga para que cada empreendedora escreva em um post it e coloque em uma caixa as respostas para as duas perguntas abaixo:
 - Qual é a minha dor como mulher Empreendedora?
 - Qual é a minha alegria como mulher empreendedora?



Etapa 3

- Diga ao grupo que o tema da sessão do dia é: “Ser mulher e empreendedora moçambicana e como negociar no mercado”;
- Pergunte ao grupo o que passa em suas mentes com esta questão e se elas sabem negociar;
- Partilhe o vídeo Como Negociar Mercado;
- Inicie com o debate:
 - 1- Qual foi a dica que mais a chamou atenção e porquê?
 - 2- Como queres te posicionar daqui para frente?
 - 3- Um conselho queres dar as colegas de jornada sobre a negociação e posicionamento no mercado como empreendedora?



Etapa 4

- Recolha as caixas com as dores e alegrias;
- Faça a leitura das frases da caixa e pergunte: “Quantas de vocês possuem a mesma dor e a mesma alegria?” Não resolveremos todas as dores hoje, mas juntas talvez contruímos uma grande rede;
- Pergunte o que sentiram com isso;
- Fale sobre a importância de se conectarem, trocarem informação e crescerem juntas.



Etapa 1

- Receba as empreendedoras em uma sala arejada em forma de círculo;
- Dê as boas-vindas e introduza que o encontro tem como objectivo tirar dúvidas e refletir sobre o Bootcamp 1 assim como aprofundar alguns temas;
- Pergunte a elas o que acharam do Bootcamp 3 e peça para que falem sobre os momentos mais fáceis, os mais difíceis e os mais inspiradores;
- Deixe o debate fluir entre as participantes.

Notas para o(a) facilitador(a)

Faça um discurso de encerramento informando que:

“Nossa jornada se encaminha para o fim, mas será apenas o fim dos nossos contatos semanais por telefone e do recebimento de vídeos e exercícios.

São muitos os desafios que encontramos neste caminho e queremos dizer que deixaremos o grupo do WhatsApp das Empreendedoras PAM para que esta conexão não se perca. O teu kit de ferramentas pode ser sempre revisitado para que consigas seguir inovando. Também queremos informar que seguiremos te acompanhando para analisar o teu desempenho e fornecer apoio quando for possível.

Tu irás receber chamadas de nossa equipa de pesquisa para coleta de feedback sobre a jornada. Fique a vontade, sê sincera e compartilhe o que pensas, queremos ouvir para melhorar cada vez mais com nosso apoio as mulheres empreendedoras do país.

Conta connosco!

Grande abraço de toda equipa MUVA!”



Notas Adicionais

Lista de links para os vídeos



Vídeo 1: Estabelecendo Objectivos Pessoais



Video 7: Hora da Mudança!



Vídeo 2: Género nos Negócios



Video 8: Protótipos



Vídeo 3: O Modelo de Negócio



Video 9: Aprimorando o protótipo



Video 4: A jornada da Persona do Seu Negócio



Video 10: Como expandir as conexões



Video 5: Rotina Financeira do Seu Negócio



Video 11: Como Negociar no Mercado



Video 6: Um Sonho Impossível

Instruções de como usar o Zoom:

- Receba as empreendedoras em uma sala arejada em forma de círculo.
- Dê as boas-vindas e introduza que o encontro tem como objectivo tirar dúvidas e refletir sobre o Bootcamp 1 assim como aprofundar alguns temas.
- Pergunte a elas o que acharam do Bootcamp 3 e peça para que falem sobre os momentos mais fáceis, os mais difíceis e os mais inspiradores.
- Deixe o debate fluir entre as participantes.



O Zoom é um aplicativo de videoconferência baseado em nuvem que pode ser usado para encontros virtuais com outras pessoas - seja por vídeo, áudio ou ambos.

O Zoom tem as seguintes funcionalidades:

Reuniões individuais: ilimitadas, mesmo com o zoom gratuito.

Videoconferências em grupo: podem participar até 500 participantes (no complemento “reunião grande”). O zoom gratuito, no entanto, permite que se tenha videoconferências de até 40 minutos e até 100 participantes.

Compartilhamento de tela: permite o compartilhamento da tela entre dos participantes da reunião permitindo a visualização do mesmo conteúdo.

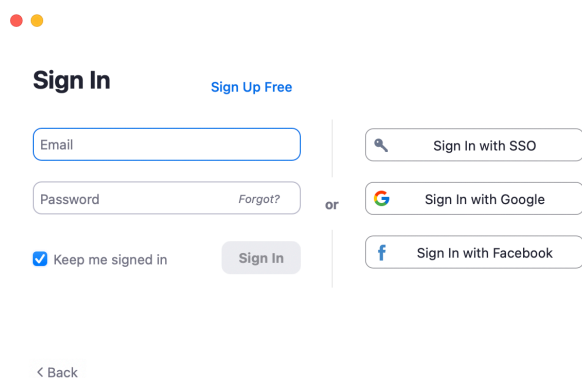
Gravação: pode gravar reuniões ou eventos.

COMO FUNCIONA O ZOOM?

O aplicativo de desktop está disponível para Windows e macOS, enquanto o aplicativo móvel está disponível para Android e iOS.

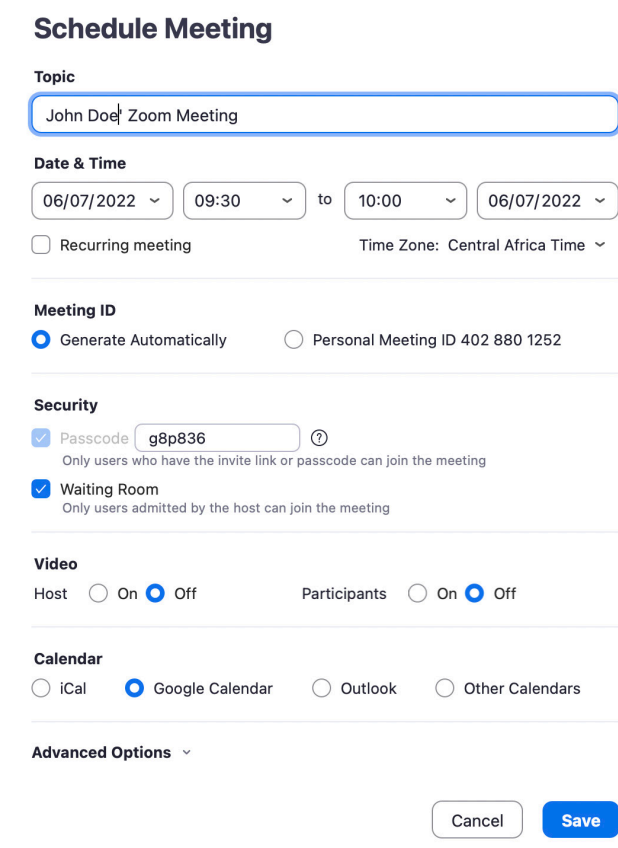
Todos os aplicativos permitem que se entre em uma reunião sem fazer login, mas também permitem que se entre usando uma conta do Zoom, Google, Facebook ou SSO. A partir daí, pode-se iniciar uma reunião, ingressar em uma reunião, compartilhar a sua tela em uma sala de zoom inserindo o ID da reunião, iniciar reuniões de zoom, activar / desactivar o som do microfone, iniciar / parar o vídeo, convidar outras pessoas para a reunião, alterar seu nome da tela, faça bate-papo na reunião e inicie uma gravação na nuvem.

Passos para iniciar uma reunião no zoom:

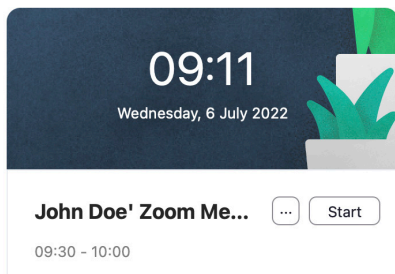


1- Após a instalação do aplicativo, você deve se cadastrar/inscrever para obter uma conta.

Inicie a partir da tela Home para começar a sua reunião e clique em Schedule para criar uma sessão agendada. Em Home, clique no botão Schedule para abrir uma janela de configurações:

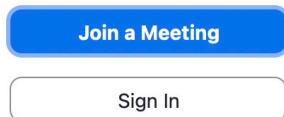


- Em "Topic" dê um nome para sua sala de reunião;
- Coloque a data e hora de início e a duração esperada da sua reunião;
- Em "Meeting ID" pode-se usar uma senha pessoal ou uma gerada;
- Defina uma senha de números para o acesso à sala, se necessário;
- Configure se irá permitir as interações por vídeo do Administrador e dos participantes da reunião.
- Configure as entradas e saídas de áudio. **Opcional:** inclua a vídeo chamada em seu calendário. Você quer notificar os participantes e, se necessário. Considerando o acordo da USP com a Google, seleccionar o Google Calendar é a melhor opção.
- Clique no botão azul "Schedule" para avançar.



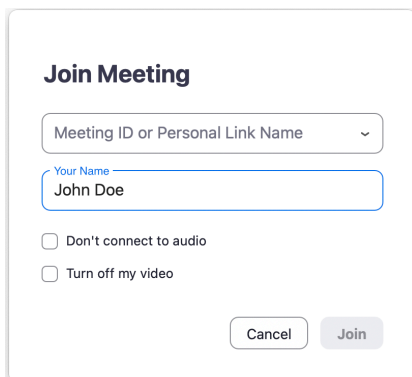
3- Na data selecionada, entre no Zoom. A primeira tela mostrará as próximas sessões agendadas. Clique em Start para iniciar.

Como participar de uma reunião no zoom como convidado:



1- Abra o aplicativo Zoom para Desktop ou telemóvel. Participe em uma reunião usando os métodos a seguir:

- Clique em Join a meeting se você deseja participar sem efetuar login;
- Alternativamente efetue login no Zoom e clique em Join.



2- Digite o número da sua ID da reunião e seu nome de exibição.

- Se tiver efetuado login, altere seu nome se não quiser que seu nome padrão apareça;
- Se não tiver efetuado login, digite um nome de exibição.



3- Como manusear comandos (mute, vídeo, levantar a mão, acesso ao chat) durante uma reunião no zoom.

Estudos de Caso



A GUARDIAN enfrenta o problema do saneamento na Índia, fornecendo empréstimos e produtos de saneamento acessíveis para clientes de baixa renda no sul da Índia. A empresa é uma instituição de microfinanças que se dedica ao microcrédito a famílias para apoiar a compra de activos de água e saneamento.

Metade da população da Índia ainda defeca ao ar livre e não tem acesso a saneamento básico. As mulheres são especialmente prejudicadas pela falta de soluções de água, saneamento e higiene (WASH). Elas são responsáveis por passar horas buscando água e também podem enfrentar riscos de segurança quando saem para defecar.

Portanto, essas soluções têm um enorme potencial para melhorar a vida das mulheres, mas apenas se as mulheres puderem comprá-las.

Os empréstimos da GUARDIAN permitem que as mulheres tenham acesso a soluções de água e saneamento acessíveis e de alta qualidade que economizam tempo, melhoram a saúde e fornecem segurança e dignidade. A empresa leva em consideração as necessidades das mulheres ao projetar seu esquema de empréstimo, resultando em alta satisfação do cliente. Eles também envolvem mulheres em funções de vendas e distribuição para alcançar mais consumidores, especialmente mulheres. A GUARDIAN acredita que as clientes do sexo feminino estão mais motivadas a comprar saneamento mais do que os clientes do sexo masculino, porque eles administram as finanças domésticas e são responsáveis pelas tarefas domésticas, incluindo água, cozinha e cuidados infantis. Além disso, a empresa também acredita que as mulheres são mais responsáveis no pagamento de seus empréstimos do que os homens.

Como tal, a GUARDIAN oferece um esquema de empréstimo de saneamento exclusivo voltado especificamente para clientes do sexo feminino e tem tomado medidas positivas para reconhecer e considerar as necessidades financeiras e de saneamento específicas das mulheres na concepção de seus serviços. Após oito anos de implementação, as taxas de reembolso da GUARDIAN são superiores a 99%. As clientes mulheres entrevistadas valorizam particularmente os requisitos de empréstimo da GUARDIAN que levam em consideração as preferências das mulheres, o que também pode levar a uma alta satisfação do cliente.

Os impactos da integração das lentes de gênero no modelo de negócios da GUARDIAN foram um aumento nas vendas e alta taxa de reembolso, enquanto abordavam questões sociais, como mais mulheres pobres têm acesso a serviços de água e saneamento devido a empréstimos de saneamento acessíveis.

Vários clientes, gerentes e funcionários da GUARDIAN sublinharam a importância de ter oficiais de crédito do sexo feminino e masculino para promover os empréstimos de saneamento da GUARDIAN. As oficiais de crédito do sexo feminino podem facilmente iniciar o primeiro contato com clientes potenciais do sexo feminino, e várias clientes do sexo feminino disseram que se sentem seguras ao convidar oficiais de crédito do sexo feminino para suas casas, mesmo quando seus maridos não estão presentes. Enquanto isso, os oficiais de crédito do sexo masculino conseguem convencer maridos suspeitos e clientes recalcitrantes que se recusam a pagar. Além disso, os agentes de crédito do sexo masculino estão aprendendo a abordar clientes do sexo feminino com suas colegas. Usando uma combinação de masculino e agentes de crédito do sexo feminino permitiram que a GUARDIAN alcançasse e construísse confiança em mercados de gênero diverso.



SafeBoda é uma empresa de Motoristas de Moto - Táxi com sede no Uganda.

Como os acidentes rodoviários são uma das maiores causas de morte em países de baixa renda, o **SafeBoda** tem como objetivo modernizar o transporte informal e garantir o acesso seguro à mobilidade.

Por meio de um aplicativo móvel, o cliente escolhe o destino, o local de encontro e aguarda a chegada do motociclista no local indicado.

A empresa montou uma comunidade de motoristas que recebeu amplo treinamento para tornar os motoristas mais seguros e profissionais nas ruas.

O aumento da concorrência neste mercado no Uganda levou a **SafeBoda** a enfrentar o desafio comercial da urgência em trazer um diferencial.

A empresa percebeu que mulheres e meninas enfrentam muitos problemas de segurança ao viajar para a escola, trabalho e outros lugares. No entanto, sua base de clientes era majoritariamente masculina, pois, entre outros motivos, os motoristas são homens e as mulheres se sentem menos confortáveis com o uso de aplicativos móveis.

Como atrair mais passageiros do sexo feminino e se diferenciar dos demais concorrentes?

O SafeBoda presumiu que era importante investir em capacetes.

No entanto, depois de interagir com seu grupo-alvo e realmente ouvir quais eram suas preferências, necessidades e preocupações, a empresa aprendeu que as mulheres valorizavam mais a habilidade do motorista e a segurança pessoal, enquanto os capacetes ficavam em último lugar!

Então, eles mudaram o foco em como promover esses dois elementos de melhorar a segurança e na comunicação com seus clientes e investiram em torná-los o Serviço de Motocicletas mais seguro no Uganda - ao invés de dar capacetes.

Com este novo enfoque, o SafeBoda alcançou a notável conquista de 3500 novos passageiros exclusivos durante sua nova campanha em torno da segurança.



