

Capacidade para transpostar o seu negócio // P7



Irlanda e Bielorrússia participam pela primeira vez na FACIM // P3

Bundesliga e Série A serão transmitidas por emissora local // P7



MOZNEGÓCIOS

EDIÇÃO #1

✉ moznegocios@playground.co.mz

☎ +258 82 306 9569

📘 MozNegocios

ARTIGO

// P5



Jorge Menezes, CEO da Radar Executivo, empresa brasileira de treinamento para executivos, fala sobre "Os 7 Pecados Capitais do Negociante".

Crise económica afectará as PME nacionais até o final deste ano // P2



ARTIGO - POR ANTÓNIO ARAÚJO COSTA // P3

Sabia que as MPME podem ter Certificação de Qualidade?

EMPREENDEDORES // P6

Projecto CaDUP. Cada distrito, um produto

As pequenas e médias empresas (PME) estão a enfrentar dificuldades devido à crise económica. Apesar de agregarem valor à economia e a sociedade, contribuir para o bem-estar, fornecer bens e serviços, criar postos de trabalho e impulsionar o desenvolvimento, em 2016 as

PME poderão investir menos na economia nacional por causa da crise. Luís Magaço Jr., economista, administrador do Moza Banco e presidente do Pelouro da Política Financeira do CTA, confirma que a crise está impactar as PME de forma drástica. [\[CONTINUA NA PÁGINA 2\]](#)



Filme moçambicano ganha prémio de melhor produção // P3



Parceria facilita a aquisição de código de barras // P6

Siga-nos no Facebook  **MozNegocios**

Crise económica afectará as PME nacionais até o final deste ano



AS PEQUENAS E MÉDIAS Empresas (PME) estão a enfrentar dificuldades devido à crise económica. Apesar de agregarem valor à economia e a sociedade, contribuirão para o bem-estar, fornecerem bens e serviços, criarem postos de trabalho e impulsionarem o desenvolvimento, em 2016 as PME estão a contribuir menos para a economia nacional por causa da crise.

Luís Magaço Jr., economista, administrador do Mozabanco e presidente do Pelouro da Política Financeira do CTA, confirma que a crise está impactar as PME de forma drástica. Esta situação tende a agravar-se devido ao declínio do crescimento económico, a inflação, a desvalorização do metical e demais problemas apresentados na declaração feita por Michel Lazare, representante do FMI, no fim do mês de Junho 2016, após a avaliação feita pelo fundo.

Neste contexto, com a escassez de divisas e a incapacidade das empresas importarem matéria-prima para produzir, por causa da inflação, o Estado elevou as taxas de juros em mais de cinco por cento. Segundo o economista Luís

Magaço Jr, esta situação vai gerar consequências graves no futuro às PME. Por causa da conjuntura económica do país, questionamos ao economista, como podem então as PME adaptar-se a esta nova realidade, reestruturarem-se no mercado com mais eficiência e evitar a falência.

“As empresas estão a fazer ajustamentos e a otimizar os serviços. Elas estão a cortar custos, postos de trabalho, interrupção dos planos de expansão, estão a racionalizar os custos de energia, água e o ar condicionado e a reconfigurar o mercado”, respondeu Luís.

Luís Magaço Jr. recomendou às PME a adoptar outras estratégias para sobreviver no mercado por mais tempo, como continuar vigilantes, criar métodos de gestão sofisticados, ter disciplina orçamental e operacional, de modo a não ter desvios insanáveis.

Para fazer face a crise económica, a Lin Limpezas, criada em 2012 e vocacionada em serviços de limpeza empresarial, adoptou a criação de parcerias como uma das estratégias

para se adaptar a esta nova realidade. “Somos parceiros de empresas nacionais e estrangeiras. Aconselho as outras PME a fazerem parcerias. Assim, elas darão apoio umas às outras e evitarão que todas vão à falência”, afirmou Lineu Candeeiro, director-geral.

Segundo Lineu, a crise económica não é de toda má para as PME. “Identificar oportunidades em meio a crise e fazer novos negócios é outra estratégia que as empresas devem adoptar. Os empreendedores podem investir em negócios inovadores para se adaptar e funcionar com mais eficiência”, concluiu.

O empresário explicou que as PME, devem criar negócios que sirvam de soluções para a sociedade e para se reestruturarem no mercado devem estar conscientes dos problemas sociais e ajudar a resolvê-los.

Ainda de acordo com Lineu as PME devem emprender mesmo em tempos de crise e apostar em negócios adaptáveis à realidade económica e buscar soluções para conter custos e gerar lucros a meio da crise.

MOZ NEGÓCIOS

O jornal MozNegócios é um produto da agência Playground em parceria com o IPEME, sobre negócios que envolvem as PME em Moçambique. Possui uma tiragem de 5.000 exemplares e é distribuído gratuitamente. Para anunciar, ligue +258 82 306 9569 ou envie e-mail para moznegocios@playground.co.mz.

Agradecimentos: Claire Zimba e Manuel Chicane.

EQUIPA MOZNEGÓCIOS

Direcção Executiva: Miguel Proença

Direcção Editorial: Keite Branquinho

Direcção Criativa: Victor Holanda

Direcção Comercial: Patrícia Aquarelli

Conteúdos: Mariamo Salimo

Produção: Carlos Fernando

Projecto Gráfico: Playground

Impressão: Madeira & Madeira Artes Gráficas

NOTÍCIAS RÁPIDAS

Irlanda e Bielorrússia participam pela primeira vez na FACIM



A Irlanda e a Bielorrússia vão participar pela primeira vez na FACIM, que vai decorrer de 29 de Agosto a 4 de Setembro no distrito de Marracuene. João Macaringue, presidente do conselho de administração do IPEX, afirmou que mais de 30 países participarão no evento.

Filme moçambicano ganha prémio de melhor produção



O filme moçambicano "Comboio de Sal e Açúcar", do realizador Licínio Azevedo, foi vencedor do Prémio Boccalini d'Oro (Itália), na categoria de melhor produção.

ARTIGO EXECUTIVO

Certificação de Qualidade para as MPME

MUITAS EMPRESAS ainda não sabem o que é a Certificação da Qualidade. Normalmente, têm uma concepção errada dos conceitos ou associam a Certificação da Gestão da Qualidade com a certificação de que os produtos de uma determinada empresa têm qualidade.

Certamente, se falássemos em disponibilizar um consultor que ajudasse a empresa a reduzir custos, aumentar lucros através de acesso a novos mercados e novos clientes e ainda melhorasse os níveis de eficácia e eficiência do seu funcionamento, os empresários ficariam muito mais interessados. Ora, a implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade, através do qual se consegue a Certificação é exactamente isso.

É possível gerir melhor. Então, implementar um Sistema de Gestão da Qualidade é contratar consultores especializados em melhorar a gestão da empresa.

O Centro de Estudos e Investigação Comportamental e Empresarial, conhecido em Maputo pelo seu acrónimo CEICE, tem como core business a implementação de Sistemas de Gestão da Qualidade (SGQ) baseados nas normas internacionais ISO.

Em tempos de crise sabemos que é fundamental gerir as empresas com o máximo de eficácia e eficiência, reduzindo as despesas supérfluas e evitando custos desnecessários. Existem mesmo consultores especializados em revitalizar e recuperar empresas.

A Implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade, baseado em normas internacionais ISO, procura introduzir nas empresas as melhores práticas de gestão utilizadas no mundo inteiro.

As multinacionais procuram subcontratar as empresas certificadas, porque querem uma ga-

rantia de que as empresas com que trabalham não têm gestão amadora e que se preocupam em gerir os seus negócios cada vez melhor para que os seus clientes fiquem satisfeitos.

Uma empresa que ostenta uma Certificação Internacional ISO, por exemplo a ISO9001:2015, está a assumir perante o mercado que é uma empresa credível e que está constantemente a procurar melhorar e corrigir qualquer problema que seja detectado.

Normalmente, os trabalhadores de uma empresa que implementa um Sistema de Gestão da Qualidade sentem-se orgulhosos com a empresa onde trabalham, empenham-se mais, produzindo mais e sentindo-se reconhecidos e integrados. Eles trabalham com objectivos e motivação, pois sabem o que se espera deles e o que têm de fazer para contribuir para o sucesso da empresa.

Portanto, certificar uma empresa é ter acesso privilegiado a concursos públicos, ter a possibilidade de fornecer à empresas multinacionais e participar nos grandes projectos que se desenvolvem em território nacional e internacional.

É ter mais acesso a soluções propostas pela banca comercial e apoios de fundos para financiamento de suas actividades. É conseguir mais e novos clientes, melhores negócios, descobrir oportunidades e melhorar a capacidade de gestão, com a diminuição de custos e aumento de lucros.

António Araújo Costa é economista, docente universitário e administrador da CEICE - Centro de Estudos e Investigação Comportamental e Empresarial.

ARTIGO CEDIDO PELO IPEME

PUBLICIDADE
ALTERNATIVA
QUE CABE NO
SEU BOLSO



FLYER
MEDIA



TAXI
MEDIA



TAXI
MEDIA



JUBALU

82 306 9569 jubalumediamedia@gmail.com

Entre em contacto e faça já a sua publicidade alternativa!



**Quer anunciar?
Entre em contacto
connosco**

MOZNEGÓCIOS

 moznegocios@playground.co.mz

 +258 82 306 9569

Os 7 pecados capitais do negociante

AO CONTRÁRIO do que muitos pensam os sete pecados capitais não foram criados pelo cristianismo, eles são anteriores a religião cristã e já eram usados de forma primitiva pelos povos antigos. Séculos depois, a igreja católica adoptou a lista dos sete pecados capitais como uma forma de alertar, ensinar e prevenir os seus seguidores sobre as fraquezas da carne, revelando através desta lista de pecados os instintos básicos que movem o ser humano. Os sete pecados originais, para quem não se lembra, são: luxúria, gula, avareza, ira, soberba, vaidade e preguiça.

Esta pequena lista de pecados guarda em si todas as fraquezas da alma humana e alerta-nos para que estejamos sempre atentos e vigilantes aos nossos pecados, pois temos a tendência a cometê-los com uma certa frequência, e o pior, fazemos isso sem nos apercebermos. Este alerta não vale só para os pecados carnis, ele serve também para os pecados cometidos durante as negociações, até porque, profissionais ou não, a origem do pecado é sempre a mesma: a fraqueza das nossas atitudes e a fragilidade das nossas convicções.



Jorge Menezes, CEO da Radar Executivo Business School

Trabalhar baseado em pressupostos: Quanto mais experientes ficamos em determinada área de conhecimento, mais seguros ficamos sobre a qualidade dos nossos pressupostos e das nossas próprias verdades. Começamos a acreditar que temos uma “bola de cristal” em que podemos ver o futuro e prever com segurança as estratégias do nosso oponente. Esta certeza leva-nos a cometer erros nas nossas escolhas e no nosso julgamento quando estamos a negociar.

Confundir pressa com velocidade: Confundir pressa com velocidade é considerado um pecado mortal durante as negociações. Quando negociamos sem ter uma noção clara da diferença entre pressa e velocidade, saltamos etapas do processo de negociação e corremos o risco de perder informações relevantes que nos poderiam ajudar a fazer um acordo mais favorável.

Não ter cuidado na qualidade da meta: Muitas vezes somos forçados a cumprir metas de maneira inconsequente, sem avaliar com inteligência se o preço que estamos a pagar pelo acordo está ou não dentro dos limites de custo aceitáveis. Não basta alcançar uma meta, temos que alcançar obtendo lucro.

Confundir dinheiro com valor: Confundir dinheiro com valor é considerado um pecado mortal para o negociante, nem sempre o preço é o factor decisivo para finalizar o acordo. Nós é que colocamos o dinheiro / preço em lugar de destaque quando negociamos e esquecemos de usar a inteligência emocional do processo e criar valor durante as negociações.

Negociar no "piloto automático": Todos nós temos a tendência natural de repetir comportamentos e hábitos adquiridos ao longo das nossas vidas, e isso não é diferente quando falamos de negociações. Quando adquirimos mais experiência nos negócios, passamos a adoptar procedimentos padrões, abordagens específicas e repetimo-las ao longo dos anos afectando os nossos resultados, que nos impedem de sermos mais criativos e inovadores nas nossas propostas.

Não fazer perguntas inteligentes: É preciso entender que ninguém convence ninguém de nada, a única coisa que podemos fazer para influenciar o pensamento de outra pessoa é semear na sua mente as sementes certas, para que as ideias possam crescer por conta própria, sem a nossa interferência. Ainda não inventaram um maneira melhor de influenciar

as pessoas do que fazer perguntas que as façam pensar sobre as suas próprias necessidades e desejos.

Não explorar todas as oportunidades: Como negociante, é preciso aprender a explorar todas as possibilidades durante as negociações. Não podemos trabalhar baseados numa única linha de acção; temos que abrir nossas mentes e os nossos olhos para identificar novas alternativas que possam levar à finalização do acordo.

Jorge Menezes é pesquisador especializado no desenvolvimento de competências para liderança e training design specialist. Tem mais de 20 anos de experiência e já formou mais de 5.000 executivos ao longo da sua carreira. Foi o pioneiro ao utilizar a ciência do neurocoaching no Brasil. É autor dos livros "Aprenda a Negociar com os Tubarões" e Transformando Networking em Negócios", ambos da Editora Alta Books.

contacto@playground.co.mz

NOVIDADE

EMPREENDEDORES

Parceria facilita a aquisição de código de barras às empresas



A empresa Embalapack assinou um acordo de parceria com o IPEME, com vista a prestar assessoria na área de embalagens e atribuição de Código de Barras, para facilitar o acesso das PME ao mercado.

Esta parceria prestará um serviço agregado, melhorando a apresentação dos produtos das Micro, Pequenas e Médias Empresas, conferindo competitividade a nível local e no mercado da SADC.

Desde que se firmou o acordo, este serviço já beneficiou PME nacionais dos sectores do agroprocessamento e indústria, nas Províncias de Maputo, Gaza e Inhambane.

O apoio prestado foi principalmente na obtenção de licenças de Código de Barras emitidos a partir de Bruxelas, e na criação e elaboração de rótulos de acordo com a legislação moçambicana.

A preocupação em oferecer serviços desta natureza ao IPEME decorrem da recomendação do Governo em promover a competitividade as PME moçambicanas.

Esta actividade tem por objectivo servir o sector privado e o IPEME, como entidade de facilitação, desenvolveu parcerias para providenciar estes serviços, colaborando com a CTA e a Associação GS1 Moçambique.

Projecto CaDUP. Cada distrito, um produto



Sofia Issufo, Pro-Socala

SOFIA ISSUFO é proprietária e gerente da Pro-Socala, uma pequena empresa de processamento de óleo orgânico localizada em Quissico, Distrito de Zavala, província de Inhambane. Ela iniciou a actividade em 2011, quando encontrou uma receita de óleo extra virgem de coco que ajuda na massagem da barriga de grávidas.

A pedido de um conjunto de amigas, decidiu pôr em prática a sua ideia e assim começou o negócio de processamento de óleo orgânico. No início tinha capacidade para apenas dois cocos por dia, mas com as encomendas que iam surgindo, passou a produzir um litro diário do óleo.

Sofia é beneficiária do projecto CaDUP, que chegou a província de Inhambane enquanto a Pro-Socala estava na fase inicial de produção do óleo extra virgem de coco. Ela começou a participar nas sessões de capacitação e a beneficiar-se da assistência técnica presencial do IPEME. Aprendeu muita coisa e identificou a necessidade de aumentar a produção. Ela recebeu do IPEME através do projecto "Cada Distrito Um Produto - CaDUP", o que a ajudou

a arranjar um método para que durante o inverno, pudesse continuar a processar o óleo sem prejudicar o seu negócio.

Para além desta assistência técnica, em matérias de marketing, elaboração de um plano de negócios e a capacitação em gestão de negócio (fluxo de caixa). O projecto CaDUP, através do Instituto para a Promoção das Pequenas e Médias Empresas – IPEME, ajudou a Sofia a testar em laboratório o óleo de gergelim, apoiou-a na concepção de um rótulo melhorado e atractivo para o mercado e ofereceu um termómetro para regular a temperatura do produto no acto do processamento.

A empresa produz agora, para além do óleo extra virgem de coco, óleo de rícino, moringa, eucalipto e abacate. Em 2015, Sofia participou na FACIM e conseguiu criar uma parceria com a empresa brasileira Sambú, especializada na produção de sabonetes.

"Em 2015, Sofia participou na FACIM e conseguiu criar uma parceria com a empresa brasileira Sambú, especializada na produção de sabonetes."

Actualmente, a empresa tem um total de seis trabalhadores fixos, onde cinco são mulheres. Para melhorar a produção, Sofia adquiriu uma máquina eléctrica de ralar coco, podendo assim flexibilizar o trabalho, racionalizar tempo e aumentar a quantidade da produção.

Sofia aprendeu com o projecto CaDUP a utilizar as plataformas de divulgação da marca, como o serviço de SMS, panfletos, cartões de visita, Facebook e WhatsApp, para promover os seus produtos. Sofia participa também em diversas feiras para criar mais parcerias e promover o seu negócio.

DESPORTO

Bundesliga e Série A serão transmitidas por emissora local



A StarTimes Moçambique e o grupo SOICO assinaram um acordo de parceria, que permitirá a Stv fazer a transmissão dos jogos do campeonato alemão, a Bundesliga.

O acordo, com duração de um ano renovável, foi assinado pelo director de Operações da StarTimes, João Ribeiro, e pelo administrador do pelouro de Conteúdos da SOICO.

"Estamos satisfeitos por aliarmo-nos ao maior grupo de media do país e pretendemos manter esta parceria", comentou João Ribeiro sobre o compromisso entre as duas partes.

O representante do grupo SOICO também mostrou-se satisfeito com a parceria. "É proveitosa porque nos permite proporcionar conteúdos de forte relevo aos nossos telespectadores", acrescentou Jeremias Langa. A transmissão da Liga Italiana (Série A), também está incluída no acordo entre as duas empresas.

AUTOMÓVEIS

Capacidade para transportar o seu negócio



NP300 Hardbody da Nissan

NUM MERCADO com infinitas possibilidades de escolha para os consumidores, os empresários procuram um veículo que apresente as melhores especificações em durabilidade, fiabilidade e preço. O Nissan NP300 Hardbody, concebido para todo tipo de estrada, é um veículo robusto e preparado para ultrapassar qualquer desafio.

Com um motor potente, exterior resistente, chassis com estrutura em aço reforçado, excelente assistência pós-venda e custo total reduzido, o NP300 é uma excelente escolha para empresários das PME moçambicanas.

Alicerçado numa assistência pós-venda sólida e um custo competitivo, o NP300 Hardbody é sinónimo de confiança para uso profissional. Apresenta também um nível de consumo de combustível eficiente com um motor potente

a gasóleo common rail de 2.5 litros e com peças facilmente encontradas nos stands e representantes de marca.

A durabilidade e a fiabilidade deste veículo são comprovadas, também, pelo chassis com estrutura em aço reforçado, suspensão resistente a diferentes utilizações e uma durabilidade que é constantemente comprovada ao longo do tempo. O carro apresenta óptimo desempenho para todos os negócios nos terrenos exigentes de África.

O NP300 Hardbody, é um veículo cuja história de durabilidade e fiabilidade se resumem numa herança de orgulho, capacidade comprovada de trabalho e baixo custo, pelo que se torna um sério candidato a ocupar a garagem de um pequeno ou médio empresário moçambicano.

**ESPECIALIZADOS
NA IMPRESSÃO DIGITAL
DE PEQUENOS
E GRANDES FORMATOS**

RUA JOSÉ MATEUS 75. POLANA CIMENTO - MAPUTO
C. 82 062 7280 E. GERAL@MADEIRA-MADEIRA.CO.MZ

CARTÃO DE VISITA

REVISTAS, BROCHURAS E LIVROS

ROLL UP E BANNER

STAND

PAPEL TIMBRADO

CONVITES

Madeira & Madeira
ARTES GRAFICAS

playground.co.mz



**Escolha
a Playground
antes que a
concorrência
tenha a mesma
ideia brilhante.**

Se o futuro da sua marca é importante para si, é melhor pensar na sua futura agência de comunicação.

Entre em contacto connosco e agende uma apresentação.



Playground

+258 82 677 9829

+258 84 422 9568

+258 21 496 098