



**DEPARTAMENTO DE ENSINO INVESTIGAÇÃO E PRODUÇÃO EM CIÊNCIAS  
ECONOMICAS EMPRESARIAIS  
CURSO DE LICENCIATURA EM CONTABILIDADE E AUDITORIA**

**ASINÁLDIA MARIA NDOMBUELA MUAFUNGA**

**CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
DOMÉSTICOS NA CENTRALIDADE DA CAÁLA**

**ASINÁLDIA MARIA NDOMBUELA MUAFUNGA**

**CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS  
DOMÉSTICOS NA CENTRALIDADE DA CAÁLA**

Anteprojecto Apresentado ao Corpo de Juri do  
Curso de licenciatura em Contabilidade e  
Auditoria do Instituto Superior Politécnico da  
Caála como requisito para elaboração do  
projecto de fim de curso, PFC de tipo- Empresa.

**Orientador:** André Pedro Satchenda

**CAÁLA 2024**

Este trabalho é dedicado à memória do meu Tio Custódio Canjonjo, cuja inspiração sempre estará presente e a todos interessados em leitura de planos de negócio.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imenso a Deus Pai todo Poderoso pelo dom da vida, e por tudo quanto tem feito para que seja a Mulher que venho me tornando;

A minha mãe e irmãos pelo suporte prestado e pela força;

Ao meu esposo, filho cunhadas e sogros; pelo apoio;

Ao meu orientador, Professor André Pedro Satchenda por ter aceite ser meu orientador sem hesitar para elaboração deste projecto;

Agradeço também aos professores que tive ao longo da minha formação em especial aos professores Vidal, Edson , Agostinho Chitanda, Pedro Chitandula e o professor Benvindo Ngota, cujos ensinamentos e orientações foram cruciais para a realização deste projecto

Não posso deixar de agradecer ao João Rampa, Mana Misé, Chefe Jô, Chefe João, José a Yolene por mim ao longo deste processo

Aos meus colegas da turma 401 por todo apoio prestado, e a todos que directa ou indirectamente contribuíram para que mais um objectivo fosse concretizado.

## RESUMO

Com a evolução do mercado económico do Huambo, voltado ao sector empresarial e devido as mudanças e instabilidades económica em Angola, surge a necessidade de empreender nas mais diversas áreas que o nosso mercado pode oferecer. Para que esses negócios sejam de sucesso é fundamental criar medidas que contribuam para o seu crescimento, que vai desde a criação de um plano de negócio e analisar a viabilidade da implementação do projecto. Nesse sentido, o presente trabalho tem o objectivo de abrir uma empresa de prestação de serviços domésticos na Centralidade da Caála, tendo em conta o objectivo Geral foram identificados os seguintes objectivos específicos: fundamentar com a literatura os aspectos relacionados com o tema em estudo, identificar as principais técnicas de criação de uma empresa de prestação de serviços domésticos, apresentar um método de criação de uma empresa de prestação de serviços domésticos capaz de atender a necessidade dos moradores da centralidade da Caála, apresentar a viabilidade económica e financeira do projecto para avaliação do retorno do investimento do projecto na Centralidade da Caála.

A criação da empresa poderá trazer como benefícios para os moradores da centralidade da Caála: Melhorar o sistema de prestação de serviços domésticos na Centralidade da Caála, Criação de um negócio e de posto de empregos especializados para os trabalhadores domésticos na Centralidade da Caála. A empresa é designada NEY & Prestação de serviços Lda. Os serviços vão de lavandaria, cozinha e cuidadoras de casa. A empresa será composta por um Director geral, Chefe de Recursos Humanos, Departamento de Contabilidade e Finanças, Departamento dos assuntos jurídicos, Logísticas, recepcionista, supervisor de campo e mais 15 colaboradores numa primeira fase, para a implementação do projecto será necessário um valor de 8 485 643,72( Oito milhões quatrocentos e oitenta e cinco mil, seiscentos e quarenta e três kwanzas e setenta e dois cêntimos) dos quais 4.000.000,00 (quatro milhões de kwanzas) de capital próprio e 4 485 643,72(Quatro milhões quatrocentos e oitenta e cinco mil, seiscentos e quarenta e três kwanzas e setenta e dois cêntimos) de Capital alheio

**Palavras-chaves:** Empresa, objectivos, Serviços domésticos, negócio, viabilidade, Capital próprio, Capital alheio e NEY & Prestação de Serviços Lda.

## ABSTRACT

With the evolution of the economic market of Huambo, aimed at the business sector and due to the changes and economic instabilities in Angola, there is a need to undertake in the most diverse areas that our market can offer. For these businesses to be successful, it is essential to create measures that contribute to their growth, which ranges from the creation of a business plan and analyzing the feasibility of implementing the project. In this sense, the present work aims to open a company providing domestic services in the Centrality of Caála, taking into account the general objective of the company. present a method of creating a domestic service company capable of meeting the needs of the residents of the centrality of Caála, present the economic and financial viability of the project to evaluate the return on investment of the project in the Centrality of Caála.

The creation of the company may bring benefits to the residents of the centrality of Caála: Improve the system of provision of domestic services in the Centrality of Caála, Creation of a business and specialized jobs for domestic workers in the Centrality of Caála. The company is called NEY & Prestação de serviços Lda. The services range from laundry, kitchen and home caretakers. The company will consist of a General Manager, Head of Human Resources, Accounting and Finance Department, Legal Affairs Department, Logistics, receptionist, field supervisor and 15 other employees in a first phase, for the implementation of the project, an amount of 8,485,643.72 (Eight million, four hundred and eighty-five thousand, six hundred and forty-three kwanzas and seventy-two cents) will be required, of which 4,000,000.00 (four million kwanzas) of equity capital and 4,485,643.72 (Four million, four hundred and eighty-five thousand, six hundred and forty-three kwanzas and seventy-two cents) of foreign capital

Keywords: Company, objectives, Domestic services, business, viability, Equity, External capital and NEY & Prestação de Serviços Lda.

## **LISTAS DE ABREVIATURAS**

**VAL-** Valor Actual Líquido;

**TIR-** Taxa Interna de Retorno;

**IR-**Índice de Rentabilidade;

**ROE-** Retorno sobre o capital;

**ROI-** Retorno sobre o Investimento;

**IRP-** Índice de Rentabilidade do Projecto

**CF-** Cash Flow

**CF.AC-** Cash Flow Actual

**CF.ACT ACUM** – Cash Flow Actual Acumulado;

**INSS-**Instituto Nacional de segurança Social;

**IRT-** Imposto de Rendimento de Trabalho

**FSE-** Fornecimento de Serviços Externos;

**RAI-** Resultado Antes do Imposto;

**RLE-** Resultado Líquido de Exercício;

**RH-** Recursos Humanos

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Qual é a sua Profissão .....	39
<b>Gráfico 2</b> Já procurou por uma funcionária Domestica.....	39
<b>Gráfico 3</b> Qual é o Grau de Ausência de uma trabalhadora domestica em casa .....	40
<b>Gráfico 4</b> Já procurou por uma empresa domestica.....	40
<b>Gráfico 5</b> que motivos te levam a procurar uma empresa de serviços Domesticos .....	41

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 2</b> Liquidez Geral .....	24
<b>Tabela 3</b> Liquidez reduzida .....	24
<b>Tabela 4</b> Autonomia Legenda.....	26
<b>Tabela 5</b> valor ideal .....	27
<b>Tabela 6</b> Análise Swot.....	51
<b>Tabela 7</b> oceano azul e vermelho .....	52
<b>Tabela 8</b> MAPA DE INVESTIMENTO.....	54
<b>Tabela 9</b> Custo Com o Pessoal .....	56
<b>Tabela 11</b> Demonstração de Resultados .....	59
<b>Tabela 13</b> indicadores de Validação do Projecto.....	60

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1	DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA.....	11
1.2	OBJECTIVOS.....	12
1.2.1	Objectivo Geral.....	12
1.2.2	Objectivo Específicos: .....	12
1.3	CONTRIBUIÇÕES DO TRABALHO;.....	12
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA; .....</b>	<b>14</b>
2.1	CONCEITOS.....	14
2.1.1	Análise de Investimento.....	15
2.2	ANÁLISE DO MEIO ENVOLVENTE .....	17
2.3	AVALIAÇÃO DE PROJECTO .....	19
2.5	INDICADORES .....	20
2.6	PLANEAMENTO FINANCEIRO; .....	21
2.7	TOMADA DE DECISÕES .....	21
2.8	POLÍTICAS E FONTE DE RENDIMENTO DA EMPRESA.....	21
2.9	POLITICAS DE REMUNERAÇÃO.....	22
2.10	CRITÉRIOS DA ANÁLISE FINANCEIRA.....	23
2.11	EQUILÍBRIO FINANCEIRO A CURTO PRAZO.....	23
2.12	EQUILÍBRIO FINANCEIRO A MÉDIO E LONGO PRAZO.....	25
2.13	PROJECTO DE INVESTIMENTO.....	28
2.14	AVALIAÇÃO DE PROJECTO .....	28
2.15	INDICADORES DE ACEITAÇÃO DO PROJECTO .....	29
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>31</b>
3.1	MÉTODO INDUTIVO.....	31
3.2	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	31
3.2.1	Quanto a natureza; .....	31
3.2.2	Quanto a abordagem .....	32
3.2.3	Quanto aos procedimentos.....	32
3.2.4	Quanto aos objetivos.....	33
3.3	POPULAÇÃO OU UNIVESO.....	33
3.4	INSTRUMENTO DE RECOLHA DE DADOS .....	33
3.4.1	Questionário .....	34
3.5	TIPO DE PESQUISA.....	<b>ERRO! MARCADOR NÃO DEFINIDO.</b>
3.6	INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA .....	34
3.7	POPULAÇÃO E AMOSTRA .....	34
3.8	CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO .....	36
3.9	TRATAMENTO DE DADOS .....	36
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....</b>	<b>37</b>
4.1	VALIDAÇÃO DO QUESTIONÁRIO.....	37
4.1.1	Género.....	37
4.1.2	Estado civil.....	37
4.1.3	Nível académico.....	38
4.1.4	Qual é a sua profissão .....	38
4.1.5	Ja procurou por uma funcionária Domestica .....	39
4.1.6	Quais diculdades tem obtido com a falta de trabalhadora domesticas. <b>Erro! Marcador não definido.</b>	

4.1.7	Ja procurou por uma empresa domestica .....	40
4.1.8	Em que circunstancia voce procura uma empresa de servicos domesticos 41	
4.1.9	Qual é a contribuição que podes trazer para a implementação do projecto na Centralidade da Caála? .....	41
4.2	SUMÁRIO EXECUTIVO .....	44
4.2.1	Visão Geral .....	44
4.2.2	Mercado e Público-Alvo: .....	44
4.2.3	Serviços Oferecidos: .....	44
4.2.4	Estratégia de Marketing: .....	44
4.2.5	Equipe e Infraestrutura:.....	44
4.2.6	Projeções Financeiras:.....	45
4.2.7	Estratégia de Crescimento: .....	45
4.3	DESCRIÇÃO DA IDEIA.....	45
4.4	APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO; .....	45
4.4.1	Missão .....	45
4.4.2	Visão .....	46
4.4.3	Valores .....	46
4.5	PROCESSO DE CRIAÇÃO DA EMPRESA,.....	46
4.6	NATUREZA JURÍDICA. ....	46
4.7	ESTRUTURA FÍSICA DA EMPRESA .....	47
4.7.1	Posicionamento da empresa.....	47
4.8	PROPOSTA DE VALOR E FACTORES AMBIENTAIS.....	47
4.9	CARACTERIZAÇÃO DA CENTRALIDADE DA CAÁLA. ....	48
4.10	ANÁLISE DE MERCADO .....	48
4.10.1	Clientes.....	48
4.10.2	Concorrentes.....	49
4.10.3	Fornecedores .....	49
4.10.4	Estratégias de marketing .....	50
4.10.5	Diferenciação .....	51
4.10.6	Análise SWOT .....	51
4.10.7	Análise PEST .....	51
4.11	ESTRATÉGIA DO OCEANO AZUL E OCEANO VERMELHO:.....	52
4.12	MARKETING 5.0 .....	53
4.12.1	Estratégias de Marketing Digital:.....	54
4.13	PLANO DE INVESTIMENTO .....	54
4.13.1	FONTE DE FINANCIAMENTO .....	55
4.14	PLANO FINANCEIRO.....	55
4.14.1	MAPA DO CUSTO COM O PESSOAL .....	56
4.14.2	Mapa serviço da dívida .....	58
4.15	PLANO DE EXPLORAÇÃO .....	59
4.15.1	INDICADORES DE INVESTIMENTO E TOMADAS DE DECISÃO	60
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>61</b>
5.1	LIMITAÇÕES .....	62
5.2	RECOMENDAÇÕES.....	62
	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>63</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>67</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

O presente trabalho intitulado criação de uma Empresa de prestação de serviços domésticos na centralidade da Caála, com fito de fornecer serviços de lavandaria, cozinha e cuidadoras de lares tendo em conta as grandes transformações ocorridas na era da globalização. A empresa será denominada NEY & prestação de serviços domésticos para se estará revestidas de políticas estratégicas que á diferencie de outras organizações, para o caso da empresa em referencia, irá proporcionar maior qualidade na prestação de serviços através da elaboração de um plano de negócio que torne o projecto viável, da implementando de politicas de marketing apropriadas, investimento na formação dos funcionários, utilização de produtos ambientalmente saudáveis.

Segundo (Agostinho, 2021), Angola é um país que se caracteriza por possuir uma população maioritariamente jovem e empreendedora. Actualmente, Angola enfrenta um grande desafio de elevação dos níveis de desenvolvimento e crescimento económico, em que as bases desta transformação assentam na qualificação da mão de Obra e no estímulo da sua criatividade e inovação para a diversificação da economia.

Deste modo a dinamização das micro e pequenas empresas, assim como a aposta no empreendedorismo tornam-se incontornáveis, porem urge capacitar os empreendedores nas diferentes formas e componentes, alinhando-os com as reais necessidades e situações do mercado, com vista a garantir a sustentabilidade dos seus negócio e consequentemente gerar e manter os empregos.

Assim sendo a criação da empresa NEY Prestação de serviços e filhos, permitirá atender as necessidades dos moradores da Centralidade, mas também poderá gerar emprego e lucros para os Sócios de empresa, sendo um dos principais objectivos da criação de um negócio.

Trata-se de um projecto bastante inovador na Província do Huambo em particular no Município da Caála, para que o projecto seja implementado serão analisados de forma detalhada os critérios de avaliação do projecto. O marketing 5.0 é essencial para o crescimento de qualquer empresa fazendo com que consiga convencer o público alvo e reter clientes.

### **1.1 Descrição da Situação problemática**

As dificuldades dos moradores da centralidade da Caála na busca dos serviços domésticos foi o ponto de partida que motivou a necessidade da criação de um projecto que

permita oferecer trabalhos domésticos qualificados para atender a demanda da comunidade da Centralidade da Caála.

A ideia de criação do projecto, nasceu a partir das dificuldades que os residentes da Centralidade da Caála têm enfrentado na aquisição destes serviços, onde para além de cumprir com os direitos do cliente, a empresa também tem algumas obrigações para com os funcionários a tutelar.

Tendo em conta a situação problemática descrita temos como problema científico o seguinte:

Ausência de uma empresa de prestação de serviços domésticos aos moradores da Centralidade da Caála.

### **Questão da pesquisa**

Como criar uma Empresa de prestação de serviços domésticos aos moradores da Centralidade da Caála?

## **1.2 Objectivos**

### **1.2.1 Objectivo Geral**

Criar uma empresa de prestação de serviços domésticos, capaz de atender a necessidade dos moradores da Centralidade da Caála.

### **1.2.2 Objectivo Específicos:**

- 1) Fundamentar com a literatura os aspectos relacionados com o tema em estudo;
- 2) Identificar as principais técnicas de criação de uma empresa de prestação de serviços domésticos;
- 3) Apresentar um método de criação de uma empresa de prestação de serviços domésticos capaz de atender a necessidade dos moradores da centralidade da Caála;
- 4) Apresentar a viabilidade económica e financeira do projecto para avaliação do retorno do investimento do projecto na Centralidade da Caála.

## **1.3 Contribuições do trabalho;**

- 1) A criação de uma empresa de prestação de serviços domésticos com eficácia e qualidade à nível da Centralidade da Caála;
- 2) Melhorar o sistema de prestação de serviços domésticos na Centralidade da Caála;

- 3) Criação de um negócio e de posto de empregos especializados para os trabalhadores domésticos na Centralidade da Caála.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA;**

Estamos numa sociedade onde as correrias diárias às vezes impossibilitam os moradores a tomar conta da própria casa, Por isso, o serviço doméstico, os pequenos reparos e as manutenções acabam ficando para o fim de semana ou sendo tercerizados. Ter alguém que tome conta das coisas é sempre melhor, por isso para atender a essa necessidade pensou-se em criar uma empresa que possa dar resposta à demanda, pensando no bem estar dos moradores da Centralidade da Caála.

Uma das particularidades da empresa Ney & Prestações de serviços & filhos Lda, é primar pela qualidade, eficiência e excelência.

### **2.1 Conceitos**

Segundo (Duker, 1986)<sup>1</sup>, o empreendedor é aquele que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. É aquele que apresenta determinadas características para criar, abrir, e gerir um negócio, gerando resultados positivos, é o que toma a iniciativa de criar algo novo, e de valor para o próprio empreendedor e para os clientes, assume os riscos de insucesso do empreendimentos, quer financeiros, sociais ou psicológicos/emocionais.

A empresa é uma unidade que embora constituída como outra organizações, com meios materiais, humanos e monetários, actua na lógica das leis do mercado e é condicionada por variáveis ambientais que interagem com do seu desenvolvimento (ALMEIDA, 2019).

Entende-se por contrato de trabalho doméstico o acordo pelo qual uma pessoa se obriga a prestar a outra, com carácter regular, sob a sua direcção e autoridade, actividades destinadas a um agregado familiar ou equiparado, e dos respectivos membros, mediante remuneração.

O empregado doméstico ou trabalhador doméstico é uma pessoa que presta serviços em uma residência que vão desde os serviços de Limpeza, lavagem de roupas, engomar, cuidar das crianças e idosos, jardinagem, manutenção da electricidade entre outros tantos, que para o

---

\_\_\_\_\_

caso da nossa empresa tem como foco o cuidado com as casas, cozinha, roupas, engomar e serviços de babá.

Em geral, o trabalho doméstico traduz-se no acto pelo qual uma pessoa presta um conjunto de actividades manual ou intelectual de natureza doméstica, a um determinado agregado familiar ou similar, tarefas tais como: trabalho de limpeza da habitação, confeção de refeições, lavagem de roupas, tratamento de criança e outros). Este trabalho é normalmente desenvolvido pela franja da população abaixo da classe média, visando a satisfação das suas necessidades fundamentais, pois, como afirma Cecília de Mello Souza, o trabalho doméstico não é visto como um meio de ascensão social, como outras profissões. É, antes de tudo, uma estratégia de sobrevivência para as camadas mais desprivilegiadas (SOUZA, 2002).

(Santos M. d., 2012) caracteriza o trabalho doméstico como sendo um trabalho inerente às mulheres, seja como dona de casa ou como empregada doméstica. Por serem de responsabilidade feminina e não possuírem função económica directa na produção capitalista, as actividades domésticas tornam-se, do ponto de vista do senso comum, “invisíveis”, desvalorizadas e inferiores às demais.

Nesse sentido, (Bruschini, 2006) afirma que, ao longo do tempo, o trabalho doméstico realizado por donas de casa tem sido considerado uma inactividade económica, sendo igualando à condição dos estudantes, aposentados, inválidos e daqueles que vivem de renda.

Segundo (Preuss, 1997) a crescente participação da mulher no mercado de trabalho repercute no espaço doméstico na medida em que as mulheres de classe média, ao se ausentarem de casa para trabalhar, recorrem à instituição do emprego doméstico que acaba sendo, para as mulheres de classe baixa, uma das poucas opções de trabalho.

Concordando assim com Preuss, actualmente os dias são de muitas correrias e as donas de casa raramente tem tempo para tomar conta das suas próprias casas e ter uma empresa que prestadora de serviços domésticos torna-se ainda mais imperioso.

### **2.1.1 Análise de Investimento**

Para (Lampert K. , 2012), projecto de investimento é uma proposta de acção que, a partir da utilização dos recursos disponíveis, considera possível obter lucros. Estes lucros podem obter-se a curto, médio e longo prazo.

O autor descreve que existem três etapas de um projecto de investimento, sendo elas:

- 1) Fase de concepção: é a fase inicial onde se tem a criação da ideia para se avançar e também a reflexão a respeito de todos os critérios que estão ligados ao investimento que será realizado. É nessa fase onde se faz a identificação da oportunidade, a preparação do projecto e a avaliação do mesmo;
- 2) Fase de implementação: é a fase do investimento, o momento onde se faz a implementação do projecto (o qual necessita duma injeção de recursos).
- 3) Fase operacional é fase final, ou seja, a fase de realização de acções e listagem das operações que enfim darão vida ao projecto.

Segundo (Borges M. H., 2014) sempre que se aplica algum recurso financeiro, é necessário verificar se esta aplicação é rentável ou não. Mais ainda: se a rentabilidade é suficiente, na opinião do investidor, para compensar os riscos e o trabalho que o empreendimento sempre dá, dentro desse raciocínio, a rentabilidade sempre deve ser superior a alguma boa aplicação em banco: se não seria melhor deixar o dinheiro lá aplicado com mínimo risco de rentabilidade garantida. Ainda o autor reforça que esse tipo de cálculo que deve ser feito na análise de investimento, tratada por alguns parâmetros básicos apresentados abaixo:

Ponto de equilíbrio é um parâmetro da maior importância, pois permite determinar o ponto do facturamento da empresa que cobre exactamente os seus custos operacionais. No Break-even point não há lucros e nem prejuízos: o que se factura apenas cobre as despesas, Acima dele, há lucro, abaixo, há prejuízo.

O Pay-back é o período de recuperação do investimento, ou seja o tempo que o investidor levará para recuperar o seu investimento, por exemplo se o Pay-Back de um novo negócio for de 6 meses, significara que nesses período de tempo você terá de volta todo o dinheiro que aplicado no negócio. Este parâmetro não é muito preciso, pois no seu cálculo não são levados em consideração muitos dos eventos que podem ocorrer ao longo do tempo mas é útil para prever se o negócio é bom ou não, pois quanto mais tempo levar para receber o dinheiro investido, mais riscos o negócio terá.

Valor presente líquido é o parâmetro que mostra se o investimento é atractivo ou não. Ele pode ser calculado dividindo-se o custo fixo pela margem de contribuição, e permite determinar a produção que você deve desenvolver para cobrir seus custos.

Taxa interna de Retorno- é um cálculo semelhante, mas igualando o VPL ao investimento inicial. Logo a variável é a taxa, que for igual ou maior que a desejada pelo

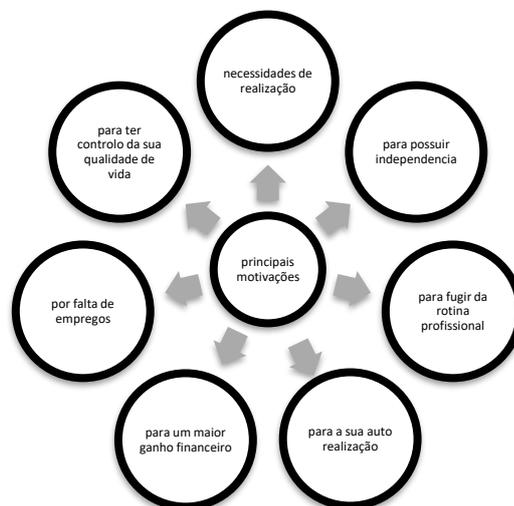
investidor, sinaliza um bom negócio, se for menor, sinaliza um negócio mal avaliado. ATIR é calculada com os dados do fluxo de caixa, por uma calculadora financeira.

Tanto o VPL como TIR são considerados ótimos parâmetros para análise de investimentos, já que levam em consideração o desempenho, o mais real possível, da empresa ao longo do tempo.

Capital giro – necessidade de capital para girar o negócio. É uma parte do investimento que deve subsidiar as despesas operacionais do negócio até que ele atinja o ponto de equilíbrio. Como nenhum negócio pode funcionar com fluxo de caixa negativo, o capital de giro garante essa reserva para que o negócio não deixe de operar por falta de dinheiro. É importante lembrar que o fluxo de caixa positivo não é sinónimo de lucro. Porque você pode ter valor sobrando no caixa, mas este valor na verdade estar comprometido para pagar dívidas futuras ou passadas.

### 2.1.1.1 Principais estímulos para empreender :

**Figura 1** Razões de empreender



**Fonte:** Elaboração da autora

## 2.2 Análise do Meio envolvente

Numa primeira abordagem, o meio envolvente é considerado como englobando toda uma diversidade de aspectos dos quais podem resultar os fenómenos que afectam a vida das empresas. São aspectos, essencialmente:

- 1) Económicos e tecnológicos para uns;
- 2) Económicos sociais e políticos para outros.

Assim, Andrews (1971) propõe as características económicas e técnicas da indústria, as tendências económicas e técnicas, a natureza da concorrência dentro da indústria e entre indústrias.

Porter (1980) concentra-se, principalmente, nos aspectos económicos ao propor a análise concorrencial da indústria.

Outros, numa linha mais ampla, consideram que a complexidade de relações que as empresas mantêm com o seu meio envolvente ultrapassa largamente as dimensões económicas e tecnológicas.

Glover (1968) propõe a estruturação do meio envolvente em:

- 1) Comunidade – população de todos os indivíduos e instituições que constituem o contexto imediato e intermédio das actividades da empresa; imediato e intermédio das actividades da empresa;
- 2) Cultura - combinação de valores, atitudes, conceitos, costumes e leis que condicionam a vida e relações entre as pessoas e organizações;
- 3) Produto - fluxo de bens e serviços que a empresa põe à disposição do meio envolvente para ser consumido ou transformado noutros produtos.

Steiner e Miner (1977) propõem, por outro lado, uma lista quase exaustiva de dimensões importantes: económica, técnica, política, valores sociais, atitudes dos accionistas, militar, educacional, legal, médica; e governamental.

Martinet (1984) insiste no meio envolvente total - o Estado, as evoluções tecnológicas, culturais, sociais, relações de poderes entre nações influenciando a concorrência, são dimensões a considerar.

Ansoff (1979) acrescenta às dimensões técnico-económicas e socio-políticas a complexidade e instabilidade.

Das diversas categorizações, a mais comum, é a que distingue o meio envolvente geral ou mediato do meio envolvente da actividade, específica ou mediato. Neste último nível incluem-se todas as forças que são relevantes, de uma forma mais directa, para a tomada de decisões na organização e para os processos de transformação internos. Compreendem os

clientes, fornecedores e concorrentes (DESS E BEARD, 1984; BEARD E DESS, 1988). DILL (1958), inclui também os grupos reguladores - governo, sindicatos, associações patronais e Kast e Rosenzweig (1985) acrescentam ainda a componente tecnológica, aproximando-se da noção de indústria que outros consideram ser a unidade de análise relevante para o estudo do meio envolvente imediato (Porter, 1980, 1985).

### **2.3 Avaliação de projecto**

De acordo com (Sales, Administração e Recursos Humanos, 2007) a avaliação de projectos surge como análise prévia do retorno do investimento face à impossibilidade de conhecer, com certeza o tipo de remuneração que os recursos aplicados em investimentos no presente, geram através dos fluxos de caixa futuros.

A avaliação de projectos de investimento de uma maneira geral está intrinsecamente ligada a um conjunto de critérios que visam verificar a sua viabilidade económica e financeira. Os critérios de avaliação de investimentos são indicadores calculados com base na rentabilidade e servem de suporte à tomada de decisão para eventuais projectos a realizar (Lampert K. , 2012)

O autor classifica esses critérios em: Valor Actualizado Líquido, Taxa Interna de Rentabilidade, Índice de Rentabilidade do Projecto e Período de Recuperação do Projecto.

O Valor Actual Líquido (VAL) é uma metodologia amplamente utilizada na avaliação de projectos de investimento. Ele consiste na diferença entre o valor presente das entradas de caixa (receitas) e o valor presente das saídas de caixa (despesas), descontadas a uma taxa de desconto apropriada. O VAL é uma ferramenta essencial na análise de investimentos, pois considera o valor temporal do dinheiro (Neto, 2019)

(Borges M. H., 2014) Faz algumas abordagens relativamente ao plano de negócio não é um negocio. Um projecto tem começo, meio e fim, enquanto o negócio não tem um fim, pelo contrário, é esperado que sempre se projecte crescimento para o negócio. O facto de um plano de negócio ter um horizonte de tempo definido, cinco anos, por exemplo, não caracteriza como projecto pois o negócio não vai acabar ao fim dos cinco anos. Dentro de uma empresa, pode haver vários projectos, mas nem todos são de negócios. Um projecto não é negócio, pois o negócio envolve também a comercialização desse produto, a geração de receita. A confusão acontece porque o plano de projecto também e parte do plano de negócio. O plano operacional é o exemplo disso antes da empresa começar a operar, o empreendedor deve alugar um espaço,

comprar imóveis, e equipamentos, contratar pessoas, constituir-se legalmente etc. Todas essas actividades necessárias antes de começar um negócio fazem parte do projecto de implantação e não da operação do dia-a-dia do negócio.

#### **2.4 Indicadores para ver a situação da empresa.**

Ainda o Autor apresenta os indicadores que são utilizados para ver a situação financeira da empresa.

Esses indicadores estão classificados nos seguintes tipos:

- 1) Índice de liquidez- usados para avaliar as condições de cumprimento das obrigações de curto prazo;
  - a) Índice de liquidez corrente – indica a solvência a curto prazo da empresa e em que medida os compromissos de curto prazo poderão ser pagos por disponibilidade de curto prazo. É calculado dividindo-se o activo circulante pelo passivo circulante;
  - b) Capital circulante líquido- tem a mesma função do índice de liquidez corrente, é calculado pela diferença entre o activo circulante e o passivo circulante;
  - c) Índice de liquidez seco – retira o valor dos estoques do índice de liquidez corrente. Se os estoques não tiveres um giro alto, tem-se um retrato muito melhor da liquidez corrente da empresa. É dado pela fórmula :  $(\text{activo circulante}-\text{estoques})/\text{passivo circulante}$ .
- 2) Índices de endividamento- usados para medir em que extensão a empresa esta sendo financiada com recursos de terceiros:
  - a) Endividamento geral- mede a proporção dos activos da empresa financiada por credores. É calculado pela relação do passivo total e do Activo total;
  - b) Cobertura de Juros- mede a proporção dos activos da empresa para efectuar os pagamentos dos juros devidos. É calculado pela fórmula:  $\text{Lucro antes do juros e do imposto de renda} / \text{despesa anual em juros}$ .
- 3) Índices de rentabilidade - usados para medir o retorno gerado pelo investimento e pelas vendas:
  - a) Margem bruta - mede a rentabilidade bruta das vendas, ou seja. A percentagem que sobra para a empresa de receitas após deduzir os custos dos produtos ou serviços. É calculado pela fórmula:  $(\text{Vendas}-\text{custos dos produtos ou serviços vendidos})/\text{vendas}$ ;

- b) Margem operacional - indica a rentabilidade operacional das vendas realizadas no período considerado. Divide-se o lucro operacional pelas vendas.
- c) Margem líquida – indica a rentabilidade líquida das vendas realizadas no período considerado: divide-se o lucro líquido pela vendas;
- d) Retorno sobre o investimento – retorno sobre o activo total, determina a eficiência global da empresa, ou seja, o quanto ela consegue gerar lucros com activos que possui: é dado pela relação entre o lucro líquido pelo activo total.

## **2.5 Planeamento Financeiro;**

SHIM,J.K.; SIEGEL,J.G. (2008) enfatizam a importância do orçamento operacional para prever as receitas e despesas, e a sua função no controle financeiro e após a tomada de decisões é necessário estabelecer um orçamento inicial que cubra os custos operacionais, como salários, marketing, equipamentos e outros recursos necessários, para isso BREALEY, R.A.; MYERS, S.C.; E ALLEN, F. (2020) discutem as opções de financiamento através do mercado de capitais, empréstimos bancários, e a diferença entre financiamento de dívida e de capital, assim sendo é crucial identificar as fontes de financiamento que para o caso da empresa Ney & Prestação de serviços domésticos contará com Capital próprio e um empréstimo bancário.

## **2.6 Tomada de decisões**

O planeamento só fica completo quando forem tomadas as decisões necessárias à sua implementação. A tomada de decisões é uma constante no dia-a-dia dos gestores, os quais são avaliados fundamentalmente pelos resultados dessas mesmas decisões. No entanto, para implementação deste projecto não poderão ser tomadas decisões de forma rápida e sem um estudo para a análise eficaz do processo. Por esta razão, viu-se a necessidade de conferir qual é o problema envolvido no contexto, quais são os dados e informações que permitem uma avaliação sobre o problema, quais são as alternativas existentes (prós e contra de cada um deles), além de planejar a implementação dessas alternativas e monitorar continuamente os resultados, caberá a todos os elementos a tomada e análise das decisões na empresa sem excepção de ninguém.

## **2.7 Políticas e Fonte de rendimento da empresa**

A empresa NEY Prestação de Serviços & Filhos Lda, para além da obtenção de lucro visa também satisfazer a necessidade dos clientes e não nos esquecer das obrigações para com os colaboradores que vão desde pagamentos de salários, inscrição no INSS para terem

algum benefício quando deixarem de exercer as suas actividades, caderneta de trabalhador, direito à férias e secções de formações na área em que são colocadas, entre outros direitos que um trabalhador deve ter.

A ideia é agenciar os trabalhadores domésticos, as rendas serão obtidas a medida que os contratos vão sendo celebrados com os moradores da Centralidade da Caála. O cliente será livre de escolher qual tipo de contrato irá celebrar com a empresa, tendo em conta as modalidades de contractos que vão desde os diários, semanais ou mensais. O valor cobrado irá depender do nº do agregado familiar e do tipo de serviço que os clientes vão solicitando. Normalmente vai de 30 a 70 mil kwanzas, porque é preciso ter em conta os encargos e as responsabilidades que a empresa irá assumir perante os clientes. A nossa empresa terá serviços diários que podem chegar a 15 mil kwanzas. Também dispõe de serviços de empregada doméstica externa, interna, especializadas, bem como cozinheiras, e babás.

Como novidade, a empresa terá as trabalhadoras domésticas internas, tendo em conta aquelas famílias onde os pais trabalham distante de casa, e na maioria das vezes são obrigados permanecerem por mais tempo nos locais onde laboram.

## **2.8 Políticas de Remuneração**

Segundo (Snell, 2010) Em razão da inflação, os salários precisam ser reajustados periodicamente para ajudar os funcionários a manterem o seu poder de compra, as empresa podem fazer esses reajustes com base no índice de preços do consumidor. O IPC é medidor da mudança média nos preços ao longo do tempo em um pacote de bens e serviços.

Segundo (Chavienato, 2009) as pessoas que trabalham na empresa contribuem com os seus conhecimentos, capacidades e habilidades; Os clientes contribuem para a organização adquirindo os seus bens e serviços. Cada funcionário transacciona seu trabalho par obter recompensas, financeiras e não financeiras. A compensação financeira pode ser directa ou indirecta, a Compensação financeira directa consiste no pagamento que cada funcionário recebe na forma de salários, bónus, prémios e comissões. O salário representa o elemento mais importante que é a retribuição em dinheiro ou equivalente paga pelo empregador em função do cargo que este exerce e dos serviços que presta durante determinado período de tempo.

## 2.9 Critérios da análise financeira

De acordo com Borges *et al.*, (2010) existem alguns critérios de análise financeira que norteiam a uma análise concisa e sólida:

- 1) **Eficiência:** melhor relação custo/benefício possível para o alcance dos objectivos estabelecidos no programa;
- 2) **Eficácia:** medida do grau em que o programa atinge os seus objectivos e metas;
- 3) **Impacto (ou efectividade):** indica se o projecto tem efeitos (positivos) no ambiente externo em que ele interveio, em termos técnicos, económicos, socioculturais, institucionais e ambientais;
- 4) **Sustentabilidade:** mede a capacidade de continuidade dos efeitos benéficos alcançados através do programa social em questão, após o seu término;
- 5) **Análise custo-efectividade:** actividade/projecto que atenda aos objectivos ao menor custo; Satisfação do beneficiário: avalia a atitude do usuário em relação à qualidade do atendimento que está obtendo do programa;
- 6) **Equidade:** procura avaliar o grau em que os benefícios de um programa estão sendo distribuídos de maneira justa e compatível com as necessidades do usuário.

## 2.10 Equilíbrio financeiro a curto prazo

A liquidez de uma empresa traduz a sua capacidade para cumprir com as obrigações a curto prazo, ou seja, a sua capacidade para solver os compromissos de curto prazo, nas respectivas datas de vencimento (Moreira, 2001).

A existência de liquidez é um factor determinante no normal funcionamento de uma empresa, dado que estas dívidas de curto prazo são as que mais directamente estão relacionadas com a sua actividade operacional. As dificuldades de liquidez podem, por isso mesmo, colocar em causa a operacionalidade da empresa, e, até, a sua sobrevivência. Ainda o mesmo autor acrescenta que a

Liquidez geral é uma representação do fundo de maneo e tem grande importância para os credores, sendo muitas vezes percebida como a almofada de segurança da empresa face a dívidas de curto prazo. Face ao exposto, facilmente se percebe que quanto maior for o valor deste rácio, maior será a capacidade da empresa em cumprir as suas obrigações a curto prazo. O rácio de liquidez geral é, então, calculado pela seguinte fórmula:

**Equação 1** Liquidez Geral

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Activo corrente}}{\text{passivo corrente}}$$

**Tabela 1** Liquidez Geral

Valor ideal	Valor aceitável	Valor crítico
Liquidez reduzida		
$\geq 2$	$1,5 \geq LG \geq 1,3$	$< 1$

Fonte: Adaptação das Autoras de acordo com Moreira (2011).

É muito usual, também, utilizar-se outro indicador – rácio de liquidez reduzida – que resulta do reconhecimento de que as existências de uma empresa são tipicamente o activo menos líquido do seu activo circulante (Menezes, 2001). Na prática, este rácio reflecte o peso que as existências representam na empresa. Calcula-se da seguinte forma:

**Equação 2** Liquidez Reduzida

$$\text{Liquidez Reduzida} = \frac{\text{Activo Corrente} - \text{Inventários}}{\text{Passivo Corrente}}$$

**Tabela 2** Liquidez reduzida

Valor ideal	Valor aceitável	Valor crítico
Liquidez reduzida		
$\geq 2$	$1,5 \geq LG \geq 1,3$	$< 1$

Fonte: Elaboração das Autoras

Um terceiro indicador utilizado frequentemente – liquidez imediata – restringe ainda mais o conceito do que constitui o activo líquido da empresa, cingindo-o aos meios financeiros líquidos dessa mesma empresa (Fernandes, 2012). Calcula-se pela fórmula:

**Equação 3** liquidez imediata

$$\text{Liquidez Imediata} = \frac{\text{Meios Financeiros Líquidos}}{\text{Passivo Corrente}}$$

Ainda segundo Fernandes (2012), não é possível apresentar valores de referência para este indicador, uma vez que o valor adequado das disponibilidades está directamente dependente da actividade operacional da empresa. Idealmente, o montante disponível deve ser planeado de

acordo com as necessidades específicas da empresa e, por vezes, de acordo com momentos específicos.

### 2.11 Equilíbrio financeiro a médio e longo prazo

O equilíbrio financeiro de uma empresa não pode ser estudado apenas numa

Valor ideal	Valor aceitável	Valor crítico
<b>Solvabilidade</b>		
$\geq 0,5$	$\geq 0,35$	$< 0,35$

perspectiva de curto prazo. É igualmente importante que seja feita uma análise num horizonte temporal de médio/longo prazo, que permita aferir a capacidade da empresa para manter as condições necessárias ao seu normal funcionamento, de forma a garantir a sua sustentabilidade no futuro (Menezes , 2001).

Nesta perspectiva, é fundamental avaliar a capacidade da empresa em solver os seus compromissos a médio e longo prazo, e também perceber a origem dos capitais que financiam a empresa (Neves J. , 2012).

Em sentido lato, e numa linguagem empresarial, o termo solvabilidade pode definir-se como a aptidão para liquidar compromissos de carácter financeiro nas respectivas datas de vencimento Santos (1994), Como já foi referido, quando se tratam de dívidas de curto prazo, utiliza-se a expressão liquidez (que acaba por traduzir o conceito de solvabilidade a curto prazo). Na sua utilização mais comum, a solvabilidade determina, então, a capacidade da empresa para fazer face aos seus compromissos a médio e longo prazo.

Este indicador mede a relação entre os capitais próprios e os capitais alheios de uma empresa, traduzida na seguinte equação:

#### Equação 4 Solvabilidade

$$Solvabilidade = \frac{\text{capital próprio}}{\text{capital alheio}}$$

### *Solvabilidade*

A solvabilidade de uma empresa será tanto maior quanto maior for o valor deste rácio. Deste modo, um valor elevado traduz-se numa perspectiva de sustentabilidade a médio/longo prazo, enquanto um valor baixo indicia uma elevada fragilidade financeira, que poderá trazer dificuldades de viabilidade da empresa no futuro (Moreira, 2001)

Um grau elevado de solvabilidade permite que a empresa esteja menos dependente financeiramente dos credores, concedendo-lhe uma maior capacidade de negociação e melhores perspectivas no que concerne ao acesso a financiamento alheio. Por outro lado, é garantia de alguma segurança para os credores, uma vez que aumenta as suas possibilidades de recuperação de créditos, diminuindo o risco a que estes estão sujeitos (Neves J. , 2012).

A autonomia financeira de uma empresa traduz-se na capacidade dessa empresa em financiar o activo através dos seus capitais próprios, sem ter de recorrer a empréstimos (capital alheio). É um indicador particularmente valorizado pelos analistas de crédito, apoiando a análise do risco sobre a estrutura financeira da empresa (Fernandes, 2012).

Este rácio mostra, então, a parcela dos activos que é financiada por capital próprio, sendo calculado através da equação:

#### **Equação 5** Autonomia Financeira

$$\text{Autonomia Financeira} = \frac{\text{Capital Próprio}}{\text{Activo Total}}$$

**Tabela 3** Autonomia Legenda

Autonomia Financeira	Valor ideal	Valor aceitável	Valor crítico
	≥ 0,35	≥ 0,25	< 0,25

Fonte: Elaboração da Autora

De uma forma prática, este rácio reflecte as necessidades de financiamento da empresa através de capital alheio, e, consequentemente, a sua posição de autonomia ou dependência face aos credores.

Deste modo, quanto mais elevado for o valor deste rácio, maior a autonomia da empresa relativamente a terceiros, isto é, quanto maior for a proporção de capital próprio no financiamento, menor é a necessidade de recorrer a capitais alheios, menores os encargos financeiros e o risco financeiro da empresa.

Por outro lado, uma autonomia financeira baixa implica uma grandependência em relação aos credores, um contexto que tem riscos inerentes e coloca a empresa numa posição desvantajosa na negociação de novos financiamentos (Moreira, 2001).

O rácio de endividamento é complementar ao de autonomia financeira, uma vez que determina a dependência da empresa face ao capital alheio, representando, dessa forma, a proporção do passivo no total das fontes de financiamento da empresa (Fernandes C. ,2012)

**Equação 6** Rácio de Endividamento

$$\text{Rácio de Endividamento} = \frac{\text{Capital alheio}}{\text{Capital total}}$$

**Tabela 4** valor ideal

<b>Valor ideal</b>	<b>Valor aceitável</b>	<b>Valor crítico</b>
<b>Endividamento</b>		
< 0,5	$0,5 \geq X \geq 0,65$	> 0,65

Fonte : Elaboração da autora

Fernandes (2012), ainda fala sobre a estrutura do endividamento, avalia a estrutura temporal do capital alheio, averiguando se o endividamento da empresa incide, maioritariamente, no curto prazo ou no médio e longo prazo. A equação seguinte permite o seu cálculo:

**Equação 7** Estrutura de Endividamento

$$\text{Estrutura de Endividamento} = \frac{\text{Capital Alheio de Curto Prazo}}{\text{Capital Alheio}}$$

Desta fórmula facilmente se depreende que quanto maior for o valor deste rácio, maior o endividamento a curto prazo, situação que pode exercer uma grande pressão sobre a tesouraria, dado que essas obrigações vencem a prazos inferiores a um ano.

Deste modo, quanto maior for o capital alheio de médio e longo prazo (em comparação com o de curto prazo), tanto melhor para a solidez e o equilíbrio financeiro da empresa (Neves J. , 2012).

## **2.12 Projecto de investimento**

Em Gestão de Empresas, somos confrontados com momentos de decisão de investir ou desinvestir, como seja, ponderar a entrada em novas áreas de negócios, modernizar, expandir ou mesmo criar alianças, fusões ou aquisições. Essas decisões, enquadram-se na Gestão Estratégica das empresas e, influenciam o valor de médio e longo prazo dos Projectos em Investimentos Reais (Lampert, 2012)

Para Lampert ( 2012 ), projecto de investimento é uma proposta de acção que, a partir da utilização dos recursos disponíveis, considera possível obter lucros. Estes lucros podem obter-se a curto, médio e longo prazo.

O autor descreve que existem três etapas de um projecto de investimento, sendo elas:

Fase de concepção: é a fase inicial onde se tem a criação da ideia para se avançar e também a reflexão a respeito de todos os critérios que estão ligados ao investimento que será realizado. É nessa fase onde se faz a identificação da oportunidade , a preparação do projecto e a avaliação do mesmo;

Fase de implementação: é a fase do investimento, o momento onde se faz a implementação do projecto (o qual necessita duma injeção de recursos).

Fase operacional é fase final, ou seja, a fase de realização de acções e listagem das operações que enfim darão vida ao projecto.

## **2.13 Avaliação de projecto**

De acordo com Sales (2007), a avaliação de projectos surge como análise prévia do retorno do investimento face à impossibilidade de conhecer, com certeza o tipo de remuneração que os recursos aplicados em investimentos no presente, geram através dos fluxos de caixa futuros.

A avaliação de projectos de investimento de uma maneira geral está intrinsecamente ligada a um conjunto de critérios que visam verificar a sua viabilidade económica e financeira. Os critérios de avaliação de investimentos são indicadores calculados com base na rentabilidade e servem de suporte à tomada de decisão para eventuais projectos a realizar (Lampert, 2012).

O autor classifica esses critérios em: Valor Actualizado Líquido, Taxa Interna de Rentabilidade, Índice de Rentabilidade do Projecto e Período de Recuperação do Projecto.

1) O Valor Actual Líquido (VAL)

Numa óptica de maximização do valor dos investidores, este é um critério de avaliação muito utilizado porque nos mostra a verdadeira riqueza criada pelo projecto e também considera o valor temporal do dinheiro e o custo de oportunidade do capital. “O VAL é o somatório dos cash-flows líquidos atualizados

2) O Índice de Rentabilidade de um Projecto (IRP)

3) A Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)

A Taxa Interna de Rentabilidade é a taxa de actualização que torna o valor actual líquido igual a zero, isto é, a remuneração máxima que o projecto pode conceder aos investidores sem por em causa a cobertura do investimento inicial. Para tal, iguala-se a equação do VAL a zero e resolve-se em ordem à taxa de actualização ( $r = TIR$ ).

O IRP é um critério de avaliação de projectos baseado no rácio entre o VAL adicionado do investimento e o próprio investimento. Assim o índice de rentabilidade (IRP) de um investimento que mede a rentabilidade efectiva por unidade de capital investida

## **2.14 Indicadores de Aceitação do Projecto**

Segundo Hashimoto & Borges (2014), os indicadores de validação do Investimentos são os seguintes :

- 1) Pay Back: é o período de recuperação do Investimento, ou seja, o tempo que levará para o investidor recuperar o seu investimento. Por exemplo, de pay back de um novo negócio for de 6 meses, significará que nesse período de tempo você, terá de volta todo dinheiro que investiu no negócio,
- 2) Valor Actual Líquido : é um Parâmetro que demonstra se o investimento é atractivo ou não em termos

- 3) de retorno. Por exemplo, se você aplicar no seu empreendimento 10.000,00 por cinco anos e desejaria receber pelo menos 15% ao ano. Isso renderia a você, ao final de cinco e faria o cálculo ao contrário traria na presente data a taxa prevista subtraindo o valor inicial.
- 4) Taxa interna de Retorno : é um cálculo Semelhante, porém igualando o VAL ao Investimento inicial do Projecto. Logo a variável é a taxa que se for igual ou maior do que a desejada pelo investidor, sinaliza um bom negócio, se for menor sinaliza um negócio mau. A TIR é calculada com base ao fluxo de Caixa usando uma calculadora Financeira, habitualmente a TI (*Texas Instruments*).
- 5) COC: Custo de Oportunidade de Capital, é um indicador que permite avaliar o risco de mercado e serve de critério de comparação com a TIR.

Sendo assim para uma empresa de prestação de serviços domésticos como a Ney & Prestação de Serviços, serão definidas algumas políticas de remuneração adequada para tentar minimizar o impacto do IPC, podendo incluir: um salário base competitivo, remuneração variável e fornecer alguns benefícios adicionais aos funcionários.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Neste capítulo serão abordados os aspectos relacionados com a metodologia da pesquisa que estará constituída da seguinte forma: conceito métodos e metodologia, classificação da pesquisa quanto a natureza, quanto a abordagem, procedimentos e objectivos, população ou universo bem como os instrumentos de recolha de dados.

Segundo Fachin (2001), Método é um instrumento do conhecimento que proporciona aos pesquisadores, em qualquer área de sua formação, orientação geral que facilita planejar uma pesquisa, formular hipóteses, coordenar investigações, realizar experiências e interpretar os resultados.

#### **3.1 Método indutivo**

Sobre a pesquisa indutiva, Marconi (2007), esclarecem que a indução é parte de um processo mental em que a partir de dados particulares e suficientemente contactados “infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas.

Escolheu-se o método indutivo para o presente trabalho, sobre a criação da NEY Prestação de Serviços e Filhos Lda, porque oferece uma abordagem prática e fundamentada em dados para explorar o contexto empresarial, identificar oportunidades de negócios e desenvolver recomendações estratégicas.

#### **3.2 Classificação da Pesquisa**

Segundo Minayo (1993), Pesquisa é considerada como uma criatividade básica das ciências na sua indagação e descoberta da realidade. É uma atitude e uma prática teórica de constante busca que define um processo inacabado e permanente. É uma actividade de aproximação sucessiva da realidade que nunca se esgota fazendo uma combinação particular entre teorias e os dados.

##### **3.2.1 Quanto a natureza;**

A pesquisa básica tem como objectivo principal “o avanço do conhecimento científico”, sem nenhuma preocupação com a aplicabilidade imediata de resultados a serem colhidos (Appolinário, 2011).

Pesquisa aplicada segundo o autor acima citado é realizada com o intuito “de resolver problemas ou necessidades concretas e imediatas” muitas vezes nessa modalidade de pesquisa os problemas emergem do contexto profissional e podem ser sugeridos pela instituição. Para a

presente pesquisa utilizaremos a pesquisa aplicada uma vez que o objectivo é desenvolver um plano de negócio para a criação de uma empresa cuja finalidade é de fornecer serviços domésticos para os moradores da Centralidade Faustino Muteka, vulgo Centralidade da Caála.

### **3.2.2 Quanto a abordagem**

Segundo Appolinário (2011), Os dados da pesquisa qualitativa são colectados nas interacções sociais e analisados subjectivamente pelo pesquisador, pois nesta modalidade a preocupação é com o fenómeno.

Para a elaboração do presente trabalho quanto a forma de abordagem utilizou-se a pesquisa Qualitativa isto porque, procuramos aprofundar o fenómeno da terceirização dos serviços através de inquéritos nomeadamente o questionário.

Na sua perspectiva a pesquisa quantitativa é a modalidade em que variáveis predeterminadas são mensuradas e expressas numericamente. Os resultados também são analisados como o uso preponderante de métodos quantitativos, por exemplo, estatísticos (Appolinário, 2011).

Na mesma senda utilizou-se a pesquisa quantitativa pois através dos instrumentos indispensáveis de validação do projecto do plano de negócio, desde os mapas de investimento, financiamento, exploração, mapa de RH, análise de indicadores financeiros, como VAL, TIR e o Pay Back vamos validar o critério de aceitação e ou rejeição.

### **3.2.3 Quanto aos procedimentos**

Muitas vezes a recolha dos procedimentos são demoradas e complexas porque o número de opções é bastante amplo.

Segundo GIL (2007), Pesquisa bibliográfica é elaborada a partir de material já publicado, como livros, artigos periódicos, internet. Pode-se dizer que essa categoria de pesquisa é um tipo de revisão bibliográfica pesquisados sobre as suas experiências, a não intervenção do pesquisador sobre o ambiente que está sendo pesquisado, para a presente pesquisa foram efectuadas pesquisas bibliográficas, relacionadas com a prestação de serviços domésticos.

Pesquisa de campo ela é caracterizada pelas investigações realizadas através da colecta de dados junto às pessoas, somando a pesquisa bibliográfica ou documental. Sendo assim a pesquisa bibliográfica foi uma das ferramentas utilizada na elaboração do projeto.

### 3.2.4 Quanto aos objetivos

Segundo Menezes (2000), a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenómeno ou estabelecimento entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de colecta de dados, questionário, observação sistemática.

Para Malhotra (2001), pesquisa exploratória é um tipo de pesquisa que tem como principal objetivo o fornecimento de critérios sobre a situação-problema enfrentada pelo pesquisador e a sua compreensão costuma a ser de natureza qualitativa. No nosso caso utilizamos esta pesquisa para compreender o real problema enfrentado pelos moradores da Centralidade da Caála na aquisição dos serviços domésticos.

### 3.3 População ou universo

Segundo (Lakatos, 2003), o universo ou população é um conjunto de séries animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica comum.

Para a presente pesquisa a população ou universo constitui os moradores da Centralidade da Caála.

Existem duas formas de conduzir um estudo por censo ou mostragem. Enquanto censo consiste em estudar todos os integrantes da população, a amostragem pesquisa apenas uma parte dela (amostra) Gil (2008).

De acordo com (Vegara, 2010), amostra ou população amostral, é uma parte do universo escolhida segundo algum critério de representatividade. Assim, a amostra objetiva extrai um subconjunto da população que é representativa nas principais áreas de interesse da pesquisa (Roesch, 1999).

Neste caso foi utilizado o método de amostragem aleatória simples tendo em conta a facilidade de acesso as informações de interesse para a nossa pesquisa.

### 3.4 Instrumento De Recolha De Dados

Segundo Lakatos Marconi (2009), que definem instrumento de colecta de dados como qualquer dispositivo utilizado pelo pesquisador para obter informações de que necessita. São exemplos de instrumento de recolha de dados, questionários, entrevistas, observação sistemática, testes, escalas de atitudes e medidas fisiológicas.

### 3.4.1 Questionário

Miranda (2020), Define questionário como um conjunto de perguntas que obedecem uma sequência lógica sobre variáveis e circunstâncias que se deseja medir ou descrever. O questionário pode ser aplicado para que um povo seja conhecido em suas crenças, conhecimentos, representações e informações pontuais ou para questões a respeito do meio em que vive. Apesar das perguntas serem capturadas diretamente da fonte, não é uma tarefa fácil a aplicação do questionário, até que se alcance uma boa ferramenta, nos bastidores existem muita cautela e muitos estudos apontam que é fácil construir um questionário, difícil mesmo é elaborar um bom questionário.

### 3.5 Instrumentos e procedimentos de pesquisa

Os instrumentos e os procedimentos de recolha de dados são elementos fundamentais uma vez que deles depende, na maior parte dos casos, a qualidade da investigação, são os procedimentos de actuação, questionários, inquéritos e entrevistas entre outros recursos para o avanço da pesquisa, far-se-há uma recolha de dados obtidos de fontes primárias e secundárias a fim de demonstrar a necessidade de implementação do projecto no Município da Caála (BISQUERRA 1989 Apud COUTINHO, 2018, p. 24),

### 3.6 População e Amostra

Para o presente estudo a projecção da pesquisa tem como proposta trabalhar com uma amostra representativa afim de demonstrar as vantagens da criação de uma empresa de prestação de serviços domésticos na centralidade da Caála. Da amostra estarão incluídos os responsáveis dos apartamentos e as respectivas trabalhadoras domésticas

Calculo de amostra

Para calcular o tamanho da amostra de uma população de 4001 indivíduos, utilizaremos a mesma fórmula e parâmetros que usamos anteriormente.

Parâmetros

- 1) **Tamanho da população (N):** 4001
- 2) **Nível de confiança (Z):** 95% (1,96)
- 3) **Erro amostral (E):** 5% (0,05)
- 4) **Proporção esperada (p):** 50% (0,5)

## Fórmula

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Vamos calcular passo a passo.

- 1) Calcular o numerador

$$\text{Numerador} = 4001 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$\text{Numerador} = 4001 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$\text{Numerador} = 4001 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$1,96^2 = 3,8416, 1,96^2 = 3,8416, 1,96^2 = 3,8416$$

$$4001 \cdot 3,8416 \cdot 0,25 = 3843,9844001 \cdot 3,8416 \cdot 0,25 =$$

$$3843,9844001 \cdot 3,8416 \cdot 0,25 = 3843,984$$

- 2) Calcular o denominador

$$\text{Denominador} = 0,05^2 \cdot (4001 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$\text{Denominador} = 0,05^2 \cdot (4001 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$\text{Denominador} = 0,05^2 \cdot (4001 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5$$

$$0,05^2 = 0,0025, 0,05^2 = 0,0025, 0,05^2 = 0,0025$$

$$0,0025 \cdot 4000 = 10, 0,0025 \cdot 4000 = 10, 0,0025 \cdot 4000 = 10$$

$$1,96^2 \cdot 0,25 = 0,9604, 1,96^2 \cdot 0,25 = 0,9604, 1,96^2 \cdot 0,25 = 0,9604$$

$$\text{Denominador} = 10 + 0,9604 = 10,9604$$

$$\text{Denominador} = 10 + 0,9604 = 10,9604$$

$$\text{Denominador} = 10 + 0,9604 = 10,9604$$

- 3) Calcular o tamanho da amostra

$$n = 3843,984 / 10,9604 \approx 350,75$$

$$n = \frac{3843,984}{10,9604} \approx 350,75$$

$$n = 10,9604 \cdot 350,75 \approx 3843,984$$

Portanto, o tamanho da amostra necessário para uma população de 4001 indivíduos, com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, é aproximadamente 351 indivíduos.

Logo para a presente pesquisa foram inquiridos 351 Indivíduos da Centralidade da Caála

### **3.7 Critérios de inclusão e exclusão**

Fizeram parte da pesquisa todos os utentes comprometidos com a necessidade de trabalhadoras domesticas. Como critério de exclusão não fará parte os residentes que já possuem trabalhadoras domesticas.

### **3.8 Tratamento de dados**

Os dados foram recolhidos e apresentados em forma de gráficos e tabelas a partir do aplicativo da SPSS Statistical Progran Social Scienc por meio de estatísticas feitas, para analise da necessidade de emplementação da proposta de solução.

## 4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

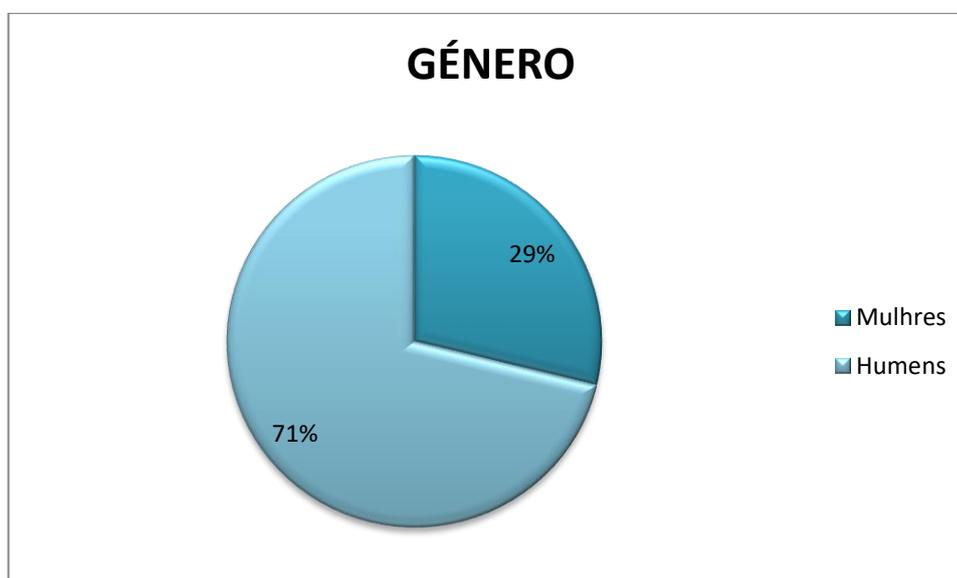
Neste capítulo, exploramos detalhadamente as técnicas utilizadas para analisar os dados relevantes para a pesquisa. A colecta e análise de dados são etapas cruciais em qualquer estudo, pois fornecem a base para a obtenção de resultados e conclusões significativas. Discutiremos os procedimentos adoptados para garantir a confiabilidade e validade dos dados, bem como as ferramentas e abordagens utilizadas para sua análise. Ao longo deste capítulo, será apresentada uma visão detalhada dos projecto, fornecendo uma compreensão abrangente do projecto a nível operacional, tático e estratégico.

### 4.1 Validação Do Questionário

#### 4.1.1 Género

Após ao inquérito foi possível identificar que a maioria dos inquiridos pertence ao Género Masculino correspondendo a 250 inquiridos o que corresponde a 71% da amostra, sendo que o género feminino foi representado por apenas 101 inquiridos o que corresponde a 29% da amostra.

Gráficos 1 Género



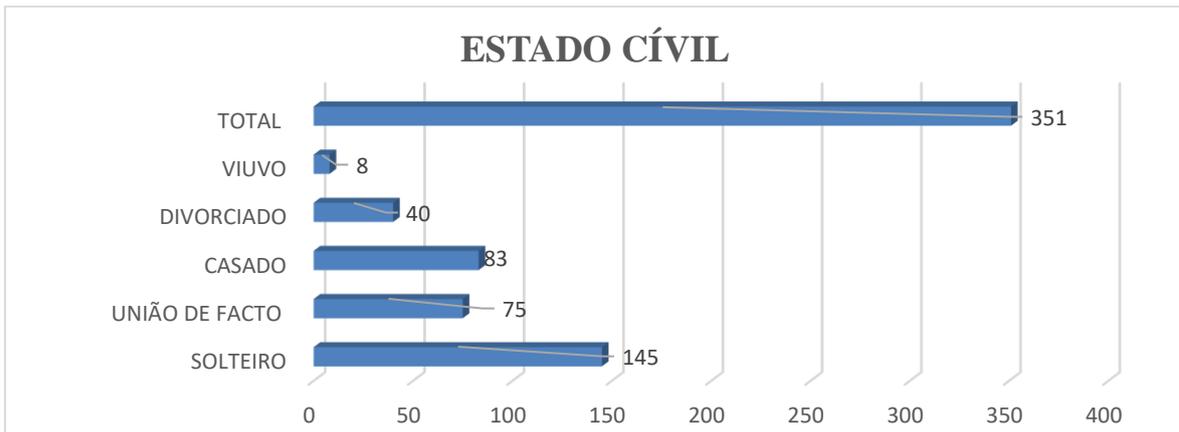
**Fonte:** Elaboração da Autora com base ao Inquérito Dirigido aos moradores da centralidade da Caála.

#### 4.1.2 Estado civil

Após ao inquérito foi possível identificar que a maioria dos inquiridos pertencem ao estado civil solteiro correspondente a 145 inquiridos, o que corresponde 41,31% seguindo dos casados correspondendo em 83 inquiridos, equivalentes a 23,65%, união de facto com 75

inquiridos equivalente 21,37%, seguindo os divorciados com 40 correspondem 11,4 % já o estado civil de viúvos foi representado minimamente com uma fasquia de 8 inquiridos correspondendo 2,27% da amostra.

Gráficos 2 Estado Civil

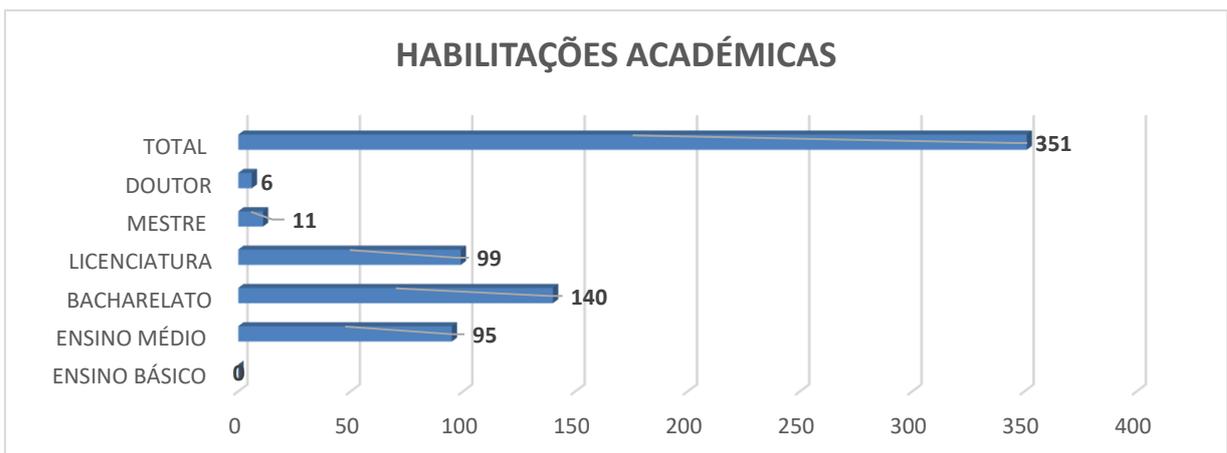


**Fonte:** Elaboração da Autora com base ao Inquérito Dirigido aos moradores da Centralidade da Caála

#### 4.1.3 Nível académico

Quanto ao Grau Académico a pesquisa nos demonstra que maior parte dos inquiridos possui o grau de Bacharelato correspondendo a 140 inquiridos equivalente a 39,89% da amostra sendo que apenas 6 inquiridos alegam possuir apenas a grau de Doutorado.

GRÁFICOS 3 Nível Académico



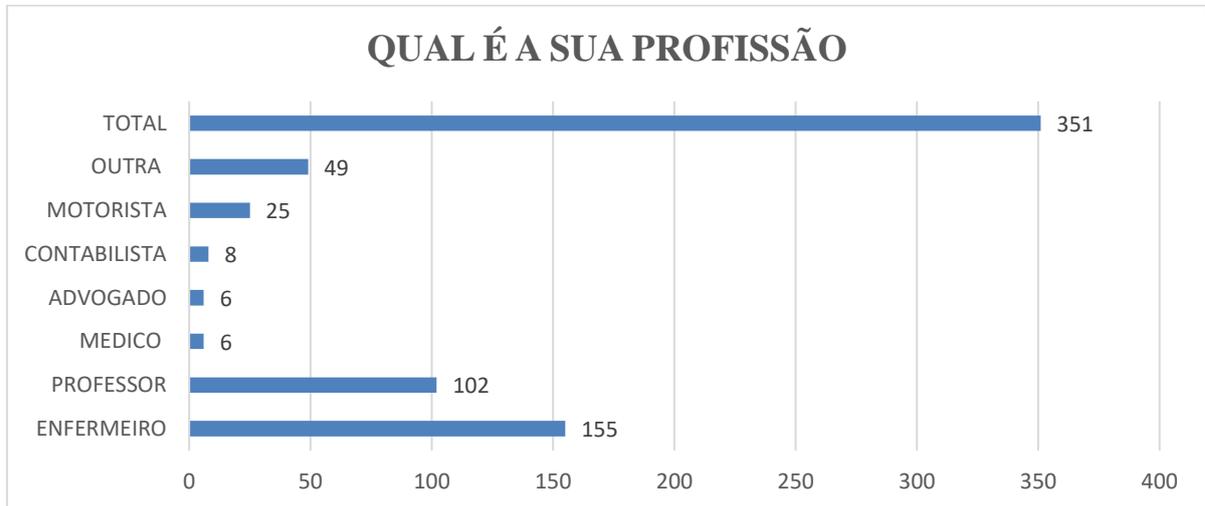
**Fonte:** Elaboração da Autora com base ao Inquérito Dirigido aos moradores da Centralidade da Caála.

#### 4.1.4 Qual é a sua profissão

Procurou-se saber sobre a profissão dos inquiridos com o fito de identificar o nível de rendimento que os moradores da centralidade da Caála possuem, permitindo já identificar a

oportunidade de implementação do projecto tendo em conta o nível de renda e a profissão que cada um desempenha.

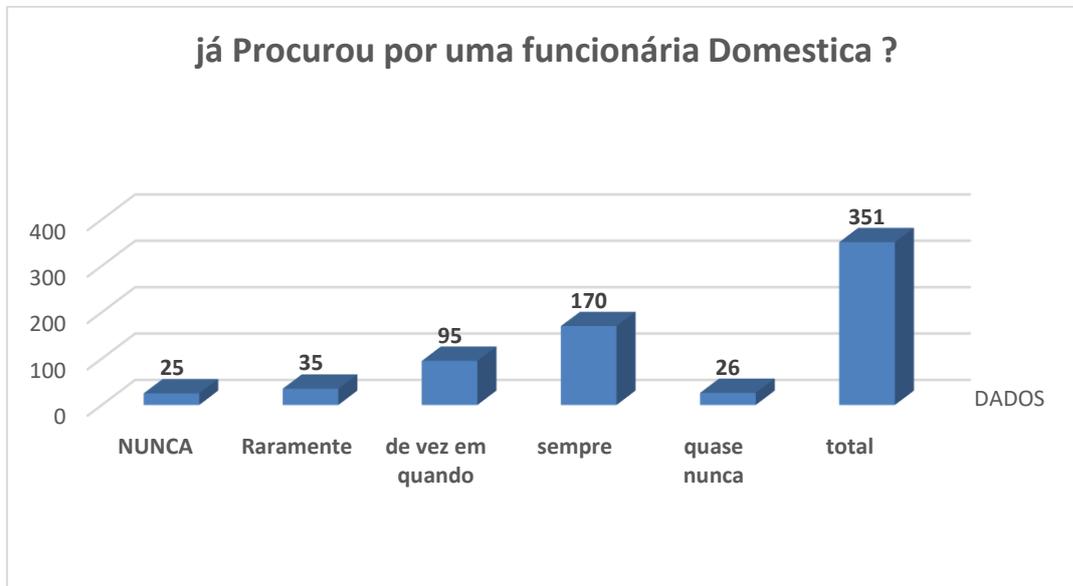
**Gráfico 1** Qual é a sua Profissão



Fonte: Elaboração da Autora com base ao inquérito

#### 4.1.5 Já procurou por uma funcionária Domestica

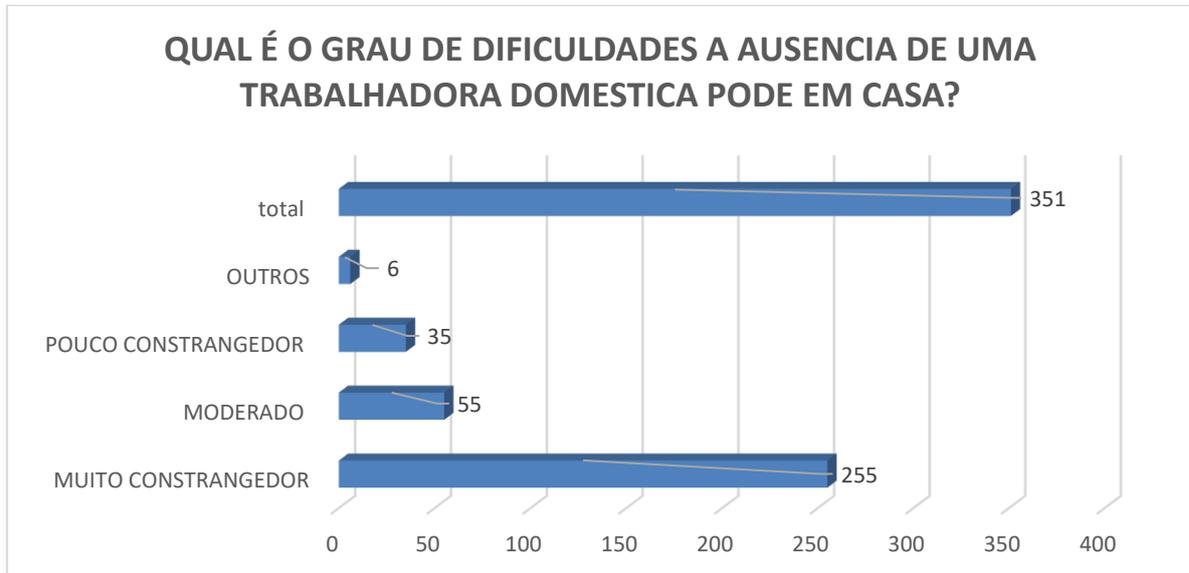
**Gráfico 2** Já procurou por uma funcionária Domestica



Fonte: Autora, com base ao inquerito

#### 4.1.6 Quais dificuldades tem obtido com a falta de trabalhadora domesticas.

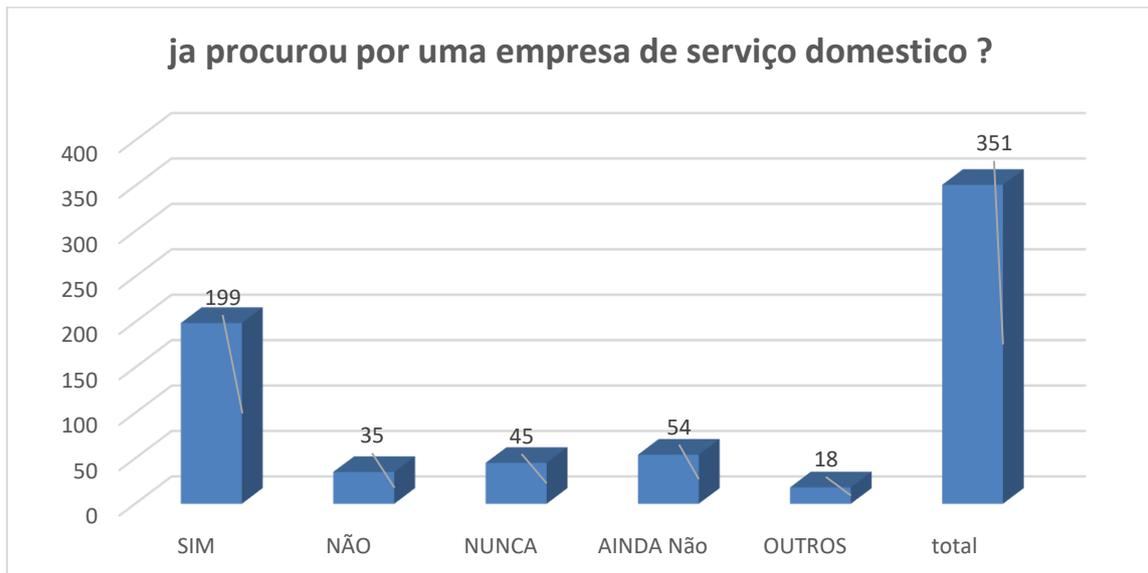
**Gráfico 3** Qual é o Grau dificuldades a Ausência de uma trabalhadora domestica pode causar em casa



Fonte: Autora com base ao inquerito

#### 4.1.7 Já procurou por uma empresa domestica

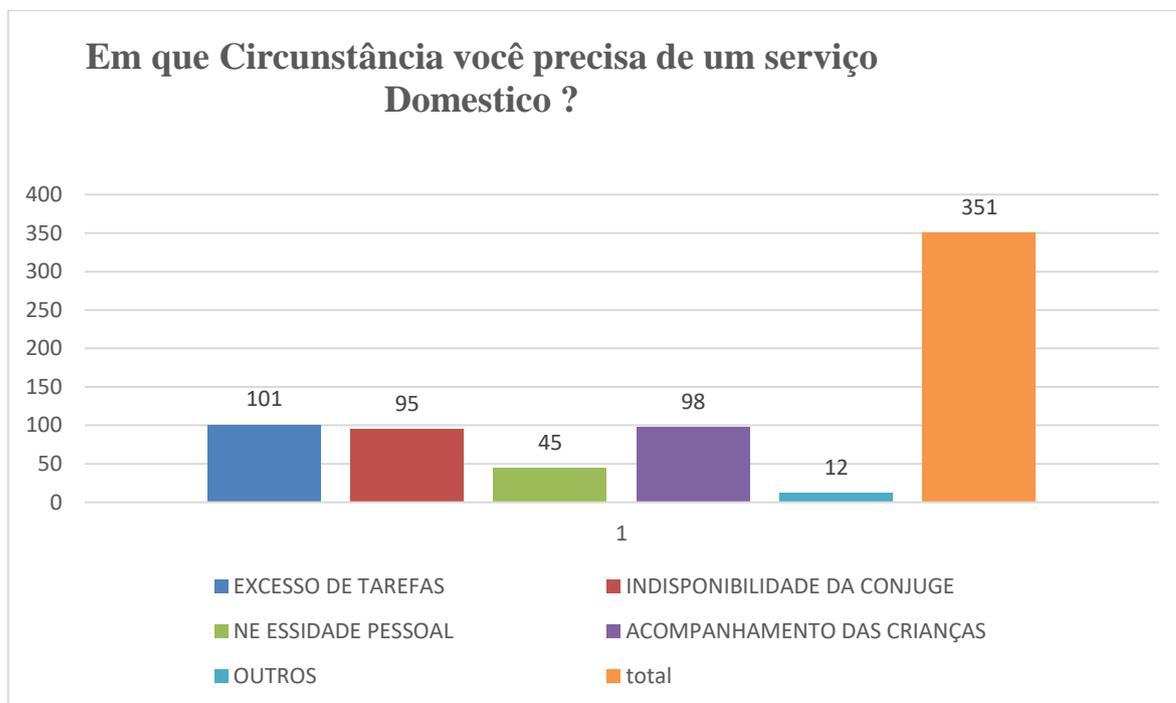
**Gráfico 4** Já procurou por uma empresa domestica



Fonte: Autora, com base ao inquerito.

#### 4.1.8 Em que circunstancia você procura uma empresa de serviços domesticos

Gráfico 5 que motivos te levam a procurar uma empresa de serviços Domesticos



#### 4.1.9 Qual é a contribuição que podes trazer para a implementação do projecto na Centralidade da Caála?

R:

- 1) Encorajo seguir com o projecto da implementação, pois que 98% dos moradores da centralidade precisam desses desses serviços por pela correria do dia a dia.
- 2) Tens de seguir enfrente com o projecto, Fará muito bem para os moradores
- 3) Será mais valia visto que ajudaria bastante para as famílias.
- 4) Publicar e aderir a empresa.
- 5) Que não seja só um trabalho... Horário das empregadas domésticas e a empresa funcionar todos os dias respeitando cada funcionária.
- 6) Implementar o serviço de babe siter com turnos diurnos e nocturnos.
- 7) Contratação de pessoal qualificados para o efeito
- 8) Acho um bem necessário, evitaria que a pessoa deixasse a casa ao dispor de qualquer desconhecido e criando essa empresa garante segurança para as famílias.
- 9) Acredito na implementação desta empresa no Município da Caála pois poderá ajudar naquela que a manutenção da dinâmica na vivência das famílias proporcionando não só um acompanhamento extra na educação de várias crianças como na gestão eficiente dos diferentes lares

- 10) Para o bem estar das famílias e maior segurança é importante sim esta implantação.
- 11) O meu contributo é que caso seja implantado é bem vinda visto que na Centralidade não temos uma instituição vocacionada para o efeito, onde possamos recorrer quando há uma determinada reclamação para com as governantas.
- 12) Acredito que esta empresa trará maior profissionalismo por parte das empregadas
- 13) Poderia encurtar o esforço de procurar alguém para cuidar de nossas moradias enquanto estivermos a realizar outras tarefas fora (em termos de organização e cuidados dos petizes).
- 14) Precisa-se com a máxima urgência uma empresa dessas devido a dificuldade que os moradores enfrentam, precisam sacrificar alguém para ter que cuidar das crianças, com ou sem experiência ou levá-las até a cidade do Huambo, com uma empresa dessas na Centralidade da Caála, penso que facilitaria muito a vida dos moradores.
- 15) Com a implementação desta empresa, poderá trazer os serviços mais próximo e procura facilitada. Pois que, haverá mais qualidade de prestação de serviço e responsabilidade.
- 16) Má fé por parte das empregadas domésticas, estando ela vinculada a uma pessoa colectiva com personalidade jurídica, ajudaria muito sobre tudo em questão atinentes ao desenvolvimento de competências e confiança afinal, estaria o ente contratante certo de que, na eventualidade da empregada doméstica vir a defraudar a expectativa, saberão aonde recorrer pra possíveis indemnizações.
- 17) Segurança na contratação de funcionários, para se evitar os furtos e caso existam há responsabilidade civil da empresa.
- 18) Vai proporcionar a melhor selecção do pessoal e também pode contribuir no cumprimento de alguns deveres que os patrões e pátrias não têm cumpridos para com as suas funcionárias.
- 19) A minha contribuição é de a empresa contrate pessoas responsáveis e disciplinadas.
- 20) Trabalho que vem para o bem das famílias. Sendo assim, a empresa é bem vinda para contribuir na qualidade das famílias. Primam pelo rigor e fazendo simplesmente o vosso trabalho.
- 21) Primeiro é de louvar a iniciativa de poder criar uma empresa de serviços domésticos, na centralidade acredito que muitas vezes alguns moradores tem encontrado dificuldades em conseguir um trabalhador para os serviços domésticos. E implementando uma empresa de serviços domésticos, será benéfico não só para os moradores que procuram esses serviços assim Também como para as funcionárias domésticas terão uma empresa que os represente e que estará lá sempre para fazer cumprir com os seus direitos e obrigações.
- 22) Criar uma ligação com os patrões e a empresa no sentido de: Qualquer irresponsabilidade da doméstica a empresa que se assume e em contra partida a empresa faz a gestão das trabalhadoras em todos os aspectos.
- 23) Consiste na necessidade de capacitação das mesmas isto dotá-las de técnicas que contribuam para o aperfeiçoamento dos seus serviços; inscrevê-las na Segurança Social de modo a garantir a sua reforma 

- 24) A implementação de uma empresa de serviços, è importante porque pode nos oferecer muitas vantagens: na higiene e segurança dos filhos.
- 25) A implementação de uma empresa prestadora de serviços domésticos na centralidade da Caála pode trazer diversos benefícios para a comunidade local. Tais como: 1. Criação de empregos: A empresa pode gerar novas oportunidades de emprego para os moradores da região, contribuindo para a redução do desemprego e o aumento da renda disponível na comunidade. 2. Melhoria na qualidade de vida: Ao oferecer serviços domésticos de qualidade, a empresa pode ajudar os residentes da centralidade da Caála a poupar tempo e esforço, permitindo que dediquem mais tempo a outras actividades importantes ou ao convívio com a família. 3. Estímulo à economia local: Com a presença da empresa na região, pode haver um aumento no consumo de bens e serviços locais, beneficiando outros negócios e estimulando a economia da comunidade como um todo. 4. Profissionalização do sector: Uma empresa prestadora de serviços domésticos pode trazer profissionalismo e padronização aos serviços oferecidos, garantindo a qualidade e a segurança para os clientes. 5. Valorização da mão de obra local: Ao contratar funcionários da própria comunidade, a empresa contribui para a valorização da mão de obra local e para o desenvolvimento de habilidades e competências dos moradores. 6. Fortalecimento do empreendedorismo: A presença de uma empresa local pode inspirar outros empreendedores da região a abrir seus próprios negócios, fomentando o crescimento econômico e a diversificação de serviços disponíveis na centralidade da Caála.
- 1) Melhoramento na qualidade de vida das famílias, com os cuidados a ser prestado pela babá o que de certa forma tranquiliza a vida do casal que coloca a vida de suas crianças nas mãos de uma babá que dará resposta às questões que poderão surgir durante suas ausências.
  - 2) As empregadas domésticas são uma grande ajuda na organização das casas , de tal maneira que é melhor trabalhar com alguém honesto, limpo e organizado
  - 3) Será benéfico pois evitaria as constantes idas ao município sede a procura destes serviços.
  - 4) Seria um projecto muito bem vindo para a Comunidade da centralidade da Caála.
  - 5) Realmente será uma contribuição em tanta! Pois garantirá também segurança pela proximidade da entidade prestadora do serviço e consequentemente a supervisão por parte da empresa!
  - 6) Será grande valia para as famílias e donas de casa.
  - 7) Que a empresa tenha funcionário comprometidos com a causa.
  - 8) A implantação desta empresa na Centralidade da Caála deve reunir algumas condições básicas para a educação dos filhos de acordo com a realidade social do país.
  - 9) Que se crie uma empresa com pessoas disponíveis a trabalhar com mas humanidade para ajudar quem não tem tempo de acudir os todos os afazeres E que se crie um call center
  - 10) Vou contratar uma babá
  - 11) É uma boa inciativa, espero que implementem para assim ajudar mais as famílias necessitadas de uma trabalhadora e vai lhes trazer mais segurança

- 12) Que o custo de contratação de uma funcionária doméstica esteja ao nível econômico de todos
- 13) Que os responsáveis sejam pessoas idoneas, e os trabalhadores sejam capacitados, formados e informados, sejam es
- 14) Apostar no treinamento das funcionárias para garantir maior e melhor qualidade nos serviços.
- 15) É uma mais-valia irá facilitar a vida dos funcionários públicos.
- 16) Deve haver estabilidade financeira, e força de vontade para trabalhar e este trabalho deve ser feito desde o topo, até a classe de funcionários...

## 4.2 **Sumário executivo**

A NEY & Filhos Lda. é uma empresa que visa oferecer serviços de alta qualidade e soluções personalizadas para empresas de diversos sectores. Localizada em uma área estratégica, nossa empresa atende às necessidades das famílias e moradores da centralidade da Caála de nossos clientes, permitindo-lhes concentrar-se no crescimento de seus negócios.

### 4.2.1 **Visão Geral**

Descrição da empresa, incluindo sua missão, valores e visão para o futuro.

Histórico da empresa e seu posicionamento actual no mercado.

### 4.2.2 **Mercado e Público-Alvo:**

Análise do mercado-alvo, incluindo tamanho, tendências e concorrência.

Identificação do público-alvo e suas necessidades específicas.

### 4.2.3 **Serviços Oferecidos:**

Detalhamento dos serviços Domésticos oferecidos pela NEY & Filhos Lda

Destaque das vantagens competitivas e valor agregado de nossos serviços.

### 4.2.4 **Estratégia de Marketing:**

Estratégias de marketing para alcançar e atrair clientes potenciais.

Canais de marketing utilizados, como publicidade digital, redes sociais e marketing de conteúdo.

### 4.2.5 **Equipe e Infraestrutura:**

Apresentação da equipe qualificada e experiente da NEY & Filhos Lda

Descrição da infraestrutura tecnológica e recursos disponíveis para suportar nossos serviços.

#### **4.2.6 Projecções Financeiras:**

Projecções financeiras, incluindo receitas, despesas e lucros esperados;

Estratégias para garantir a sustentabilidade financeira e o crescimento da empresa.

#### **4.2.7 Estratégia de Crescimento:**

Planos de expansão e crescimento da empresa a curto, médio e longo prazo;

Exploração de oportunidades de diversificação de serviços e mercados;

Com uma equipe dedicada e uma abordagem orientada para resultados, buscamos ser parceiros confiáveis para o sucesso de nossos clientes e contribuir para o crescimento sustentável de seus negócios.

#### **4.3 Descrição da Ideia**

O projecto permitirá oferecer aos moradores da centralidade da Caála, profissionais com qualidade que os possam brindar com serviços domésticos proporcionando o bem estar para as famílias. Para além disso o projecto propõem também a salvaguarda dos residuos sólidos em locais apropriados, com o fito de preservar as infraestruturas melhorando assim o tempo de vida útil e o seu estado de conservação, garantia do bem estar da comunidade, para o controlo das famílias, e o aumento do emprego na comunidade.

#### **4.4 Apresentação do negócio;**

A empresa Ney & prestação de serviços é uma empresa dedicada na prestação de serviços domésticos, estará localizada no Município da Cáala propriamente na Centralidade Faustino Muteka. Os principais clientes serão os moradores da centralidade da Caála, serão beneficiados pelos serviços prestados pela empresa NEY & Filhos Lda, serviços esses que vão desde Lavandaria, Cozinha e cuidados do lar, entre outros serviços.

##### **4.4.1 Missão**

A empresa tem como missão oferecer e promover serviços de qualidade, desde limpeza, cuidado com as roupas, cuidar de crianças, tomar conta das refeições entre outros tantos não menos importantes, a nossa missão também tem sua abrangência em proporcionar um ambiente agradável de modo a garantir uma relação de confiança entre os nossos clientes e as trabalhadoras domésticas, e de certa forma contribuir na redução do índice de desemprego

no município da Caála, recrutando assim jovens com uma certa experiência mas que vivem de pequenos biscatos, e oferecer a eles a oportunidade de emprego.

#### **4.4.2 Visão**

Ser uma empresa de prestação de serviços de referência no município da Caála e com o tempo alargar para as demais Centralidades da província do Huambo. Ser reconhecidos por oferecer serviços com qualidade e a preços justos.

#### **4.4.3 Valores**

A empresa vai primar pela eficiência, Excelência e competência, ética, deontologia, honestidade, higiene, organização e comprometimento, de modo a garantir um ambiente agradável aos moradores da Centralidade da Caála e não só.

#### **4.5 Processo de criação da empresa,**

Para a criação da empresa NEY & Filhos Lda de serão seguidos os seguintes procedimentos:

- 1) Definir o tipo de empresa, que é uma empresa de sociedade por quota, já que esse tipo de empresa pode garantir maior segurança no que se refere a requisição de um financiamento para a implementação do projecto caso seja necessário, empresa será designada por NEY & Filhos Lda, localizada na Centralidade da Caála ( Centralidade Faustino Muteka), a equipa será composta por uma Directora geral, Chefe de Recursos Humanos e Logística, Departamento de Contabilidade e Finanças, Departamento dos assuntos jurídicos, recepcionista, um supervisor de campo e os colaboradores.
- 2) Tratar toda a questões legais da empresa, incluindo a obtenção de licenças e alvará, o registo da empresa junto aos órgãos competentes, elaboração de contratos e a conformidade com a lei geral de trabalho e a legislação fiscal em vigor, evitando problemas futuros.

#### **4.6 Natureza Jurídica.**

A Empresa NEY & Filhos Lda, sendo uma empresa de direito Angolano, com sede na Centralidade da Caála oferecendo fácil acesso e visibilidade, Município da Caála, quadra 38,tendo como principal actividade de a prestação de serviços domésticos. E uma empresa composta por três sócios, que deverá ser enquadrada como uma pequena-empresa, a ser

registada na junta comercial do estado, tendo e conta número de funcionários e do valor previsto para facturação.

#### **4.7 Estrutura física da empresa**

A empresa conta com três compartimentos bem equipados, e terá a capacidade para abrigar pelo menos 15 pessoas. Essa infra-estrutura foi planejada para proporcionar um ambiente de trabalho eficiente e acolhedor, favorecendo a produtividade e o bem estar dos colaboradores. Na busca de novas oportunidades de negócio, não obstante o facto da centralidade da caála ser habitada recentemente e porque a prestação dos serviços domésticos são inerentes aos habitantes, nasceu a necessidade de criação deste mercado.

##### **4.7.1 Posicionamento da empresa**

Com base na sua localização e no foco em serviços domésticos na centralidade da Caála, a empresa NEY & Filhos Lda pode adoptar um posicionamento de mercado centrado na conveniência, qualidade e confiabilidade. destaca-se algumas vantagens:

- 1) A empresa estar localizada na centralidade da Caála, torna mais fácil para os clientes acessarem aos nossos serviços sem precisar se percorrer longas distâncias.
- 2) A empresa NEY & Filhos Lda está comprometida com a entrega de serviços domésticos de alta qualidade, garantindo a satisfação do cliente em cada interacção.
- 3) Construir uma reputação de confiança e segurança, oferecendo funcionários confiáveis e bem treinados, além de procedimentos rigorosos de verificação de antecedentes é um dos focos da Empresa.
- 4) Destacar a capacidade de personalizar os serviços de acordo com as necessidades individuais dos clientes e oferecer horários flexíveis para atender a demanda.
- 5) Manter uma política de preços justos e transparentes, fornecendo orçamentos claros. Ao posicionar-se de forma única a NEY & Filhos Lda pode destacar-se como uma escolha preferencial para os clientes que buscam serviços domésticos confiáveis e convenientes na centralidade da Caála.

#### **4.8 Proposta de valor e factores ambientais.**

Proposta de valor da NEY & Filhos Lda "Oferece serviços domésticos confiáveis e de alta qualidade na centralidade da Caála, proporcionando conveniência, segurança e tranquilidade aos nossos clientes. Quanto aos factores ambientais, a empresa pode destacar:

- 1) Comprometimento em utilizar produtos de limpeza e materiais domésticos que sejam ambientalmente amigáveis, minimizando o impacto negativo no meio ambiente.
- 2) Investimento em treinamento para os funcionários sobre práticas sustentáveis, visando reduzir o desperdício de recursos naturais e promover a conscientização ambiental.
- 3) Implementação de políticas de reciclagem e gerenciamento adequado de resíduos, contribuindo para a redução da pegada de carbono e a preservação do meio ambiente local.

#### **4.9 Caracterização da Centralidade da Caála.**

Centralidade da Caála está localizada na província do Huambo e no município da Caála, a distancia do município Cede Huambo até no município Caála é de 24 km, tem capacidade de albergar mais de 20 mil moradores, em 4001 residências do tipo T3, sendo 2.832 apartamentos, 808 Moradias duplex, 361 moradias térreas, além de 240 casas comerciais, conta com três centros infantis, dois jardins-de-infância e três escolas primárias.

#### **4.10 Análise de mercado**

Para fazer a análise de mercado é necessário ter em conta dois elementos que são:

Para Kevin Lane Keler e Philip Kotler (2016) há necessidade de realizar uma pesquisa de mercado para entender a demanda por serviços domésticos na região, identificar concorrentes e analisar tendências do sector.

Segundo Michel Welde & Wagner.A.Kamakura (2012) Segmentação de Clientes: Definir os principais segmentos de clientes (ex. famílias, idosos, trabalhadores ocupados) e entender suas necessidades específicas.

##### **4.10.1 Clientes**

O público alvo em marketing são as pessoas ou grupos de pessoas que uma empresa identifica como seus potenciais clientes ideais. E o grupo específico de indivíduos, com maior probabilidade de se interessar pelos produtos ou serviços oferecidos e portanto, são o foco principal da estratégia de marketing.

As Características do público alvo podem ser Demográficas (idade, género, localização, rendimento) Psicográficas (interesses, valores)

O público-alvo da nossa empresa é muito bem identificado e conhecemos as suas principais dificuldades, à sua maioria é funcionário público e presta serviço fora da centralidade

da Caála, casados e com filhos, condição suficiente para precisarem de alguém que os ajude a tomar conta das suas casas. A disposição de serviços, comprometimento e de boa qualidade atrairá a clientela, com o aumento do número de residências aos arredores da Centralidade há necessidade de ter uma empresa que possa prestar serviços básicos e necessários para o bom ambiente nas residências dos moradores e a satisfação dos clientes.

#### **4.10.2 Concorrentes**

Por ser uma empresa com uma iniciativa bastante inovadora, praticamente não terá elevados concorrentes institucionais, mas pelo contrário teremos muitos concorrentes autónomos, que não estão associados a nenhuma empresa e trabalham por conta própria (Empregados domésticos independentes) sendo assim esses concorrentes autónomos representam uma ameaça, mas o que nos difere desses concorrentes é o comprometimento, organização uniformidade, lealdade e a disponibilidade de trabalhadores com formação e que façam parte de uma empresa. Os clientes velam pelo serviço de qualidade e a bom preço, isso nos favorece e nos dá uma vantagem sobre eles. Temos em disposição uma equipa de trabalhadores dinâmicos e com certeza conseguiram ir de acordo com aquilo são as expectativas dos clientes.

Já que maior parte dessas pessoas não têm nenhuma experiência no área em que presta serviço, é uma das políticas que a empresa terá para não prejudicar aquelas pessoas, será recrutarlas para fazerem parte da empresa e de algum modo terem alguns benefícios que actualmente não possuem, que vai desde a inscrição no INSS, ter carteira de trabalhadora doméstica, ter direito a formações, ter direito a férias e descanso aos feriados.

#### **4.10.3 Fornecedores**

Há um grande número de fornecedores, desde fornecedores directos aos revendedores que representam várias marcas e são principalmente fornecedores que se encontram fora da província. Essa grande variedade de fornecedores possibilita que a empresa faça cotação dos preços, podendo assim aumentar os lucros, entre os fornecedores destacamos os seguintes: Luz das nações Lda, que uma empresa que se dedica na venda de materiais de construção, limpeza entre outros. A Madar, que é uma empresa e marca que se dedica na fabricação e vendas de produtos de higiene, a nível da província do Huambo temos as Perfumarias que são lojas de venda de produtos diversos e a preços acessíveis entre outros tantos fornecedores de produtos de limpeza e não só.

#### 4.10.4 Estratégias de marketing

Segundo (Borges M. H., 2014) muitos planos de marketing estão sendo chamados equivocadamente de plano de negócio, e muitos planos de negócio são na verdade planos de marketing. O plano de marketing também é parte do plano de negócio, mas compreende apenas a parte da análise e a estratégia para atingir o mercado e não o negócio como um todo. Além de pensar em mercado o empreendedor deve pensar também nas operações, nas pessoas, nas finanças e no aspecto legal, essas partes se referem exclusivamente no negócio e não no mercado. A confusão se dá porque a própria disciplina de marketing desenvolveu desde a década de 1980, uma tendência de considerar que tudo que diz respeito a negócio é marketing, pois nessa concepção directa ou indirectamente, o que mais importa é o mercado o que é um grande e tendencioso equivoco.

O marketing é toda acção que tem como objectivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou serviços e não os dos concorrentes. A seguir estão representadas algumas formas de promoção que a empresa leva a cabo para a expansão dos seus produtos e serviços: propaganda na rádio, cadeias televisivas, catálogos, carros de sons e faixas, ou seja fazem o que tiver ao nosso alcance para que Marketing seja bem feito.

(Sousa, 2019) Diz que deve se desenvolver uma estratégia de comunicação que utilize canais diversos , incluindo marketing digital parcerias locais e campanhas promocionais. Utilizar o marketing Digital (websites, redes socais, SEO, PPC) para alcançar o público alvo.

CHAFFEY,D.; ELLIS-CHADWICK, F.(2019) Fazem algumas abordagens relativamente ao Marketing Digital, onde os autores discutem a formulação de estratégias eficazes de marketing digital, devendo definir as estratégias de marketing digital que poderão ser utilizadas na empresa e saber a impotência de alinhar a estratégia digital com os objectivos gerais do negócio. Desenvolver uma presença online através de um website profissional, perfis nas redes sociais, e publicidade online (Google, Facebook, e de mais redes sociais), nos dias actuais é importante incluir o marketing digital no processo de criação de empresa porque as pessoas estão mais ligadas ao mundo digital e utilizar essa ferramenta para atrair novos cliente pode bastante viável. Abaixo estão descritas alguma estratégias de marketing a serem implementada na empresa:

- 1) Parcerias: Estabelecer parcerias com empresas locais, imobiliárias, e outras organizações que possam recomendar os serviços da empresa.
- 2) Promoções e Descontos: Oferecer promoções iniciais ou descontos para novos clientes para incentivar a experimentação dos serviços.
- 3) Para que o nosso marketing seja bem feito passaremos a responsabilidade a empresa E FIXE STUDIOS e ao GURDIÃO, que são vocacionadas em trabalhos de marketing digital.

#### 4.10.5 Diferenciação

A empresa NEY & Filhos Lda, é diferenciada das demais Empresas de prestação de serviços que vão desde a qualificação dos funcionários, o uso de produtos de limpeza ecológicos, ou flexibilidade nos horários de serviços, assegurar a qualidade e a confiabilidade dos serviços.

#### 4.10.6 Análise SWOT

Tabela 5 Análise Swot

Ambiente Interno		Ambiente externo	
Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Experiência e qualificação da equipe	Dependência inicial de poucos clientes.	Um dos poucos prestadores de serviços na localidade	Crescimento no mercado
Rede de contactos estabelecida.	Limitação de recursos financeiros.	Aumento da demanda	Instabilidade económica
Flexibilidade e personalização dos serviços.	Falta de reconhecimento da marca no início	Parcerias estratégicas com outras empresas	Mudanças legais

Fonte: Elaboração da Autora

#### 4.10.7 Análise PEST

- 1) **Político:** Estabilidade governamental, incentivos fiscais para empresas de prestação de serviços.
- 2) **Económico:** Taxa de juros, inflação, crescimento económico.
- 3) **Social:** Mudanças nos hábitos de consumo, aumento da valorização de serviços especializadas.

- 4) **Tecnológico:** Avanços em tecnologia da informação, necessidade de actualização constante.

#### 4.11 Estratégia do Oceano Azul e Oceano Vermelho:

- 1) Oceano Azul: NEY & Filhos Lda busca criar um novo espaço de mercado, oferecendo serviços inovadores e diferenciados que agreguem valor aos clientes e a destaquem da concorrência.
- 2) "oceano azul" refere-se a um espaço de mercado não explorado, onde uma empresa pode criar valor de forma única, oferecendo algo inovador e não disputando directamente com concorrentes existentes. No caso da NEY & Filhos Lda, foi identificadas oportunidades de diferenciação no mercado de prestação de serviços domésticos na Centralidade da Caála, como serviços especializados, tecnologias de ponta ou abordagens personalizadas para atender às necessidades específicas dos moradores da Centralidade da Caála.
- 3) Ao apresentar estratégias baseadas no oceano azul, estaremos propondo maneiras de posicionar a empresa de forma única no mercado, proporcionando valor adicional aos clientes e reduzindo a competição directa com outros serviços domésticos na região. Isso pode incluir a identificação de nichos de mercado pouco explorados, a oferta de serviços personalizados ou a implementação de políticas inovadoras para otimizar os serviços oferecidos aos clientes.
- 4) Por outro lado, o "oceano vermelho" representa um mercado saturado, onde as empresas competem de forma intensa e muitas vezes acirrada, resultando em margens de lucro reduzidas. Para evitar cair nesse cenário, destacando a importância da inovação e diferenciação para evitar competir apenas com base no preço, e como isso pode ser aplicado no contexto em questão na Centralidade da Caála.
- 5) Oceano Vermelho: A empresa também está ciente da importância de competir no mercado actual, buscando eficiência operacional e diferenciação através da qualidade dos serviços prestados.

**Tabela 6** oceano azul e vermelho

<b>Oceano azul</b>	Descrição das estratégias
--------------------	---------------------------

<b>Inovação em Serviços:</b>	Desenvolver serviços domésticos altamente personalizados, adaptados às necessidades específicas dos clientes e em outros mercados.  Introduzir soluções tecnológicas inovadoras, como novas formas de contratos para prestação de serviços domésticos baseadas na utilização de produtos ecológicos, Flexibilidade nos horário e assegura a qualidade e confiabilidade dos serviços.
<b>Expansão de Mercado:</b>	Identificar nichos de mercado subtendidos, como startups e empresas de médio porte, e adaptar os serviços da empresa para atender a esses segmentos de forma eficaz.  Explorar oportunidades de expansão para além de estar instalados na Centralidade da Caála, poderemos expandir os serviços para as demais Centralidades como a Centralidade do Lossambo e a Katiavala (Bailundo)
<b>Parcerias Estratégicas:</b>	Estabelecer parcerias com empresas de venda de produtos de limpeza, empresas especializadas em Marketing digital, tecnologia aumentando a eficiência e a qualidade do trabalho.
<b>Foco no Valor do Cliente:</b>	Concentrar-se em fornecer um alto valor agregado aos clientes, oferecendo serviços personalizados, especializada e suporte contínuo para otimizar sua eficiência nos trabalhos domésticos.
<b>Oceano vermelho</b>	
<b>Concorrência Baseada em Preços:</b>	Evitar competir apenas com base em preços, pois isso pode levar a uma guerra de preços que reduz a lucratividade e a qualidade dos serviços oferecidos.
<b>Modelos de Negócios Tradicionais:</b>	Não se limitar a modelos de negócios tradicionais, mas sim buscar constantemente inovação e diferenciação para se destacar da concorrência.
<b>Falta de Adaptação ao Mercado:</b>	Evitar a falta de adaptação aos requisitos e preferências específicas do mercado, mantendo-se actualizado com as últimas tendências e demandas dos clientes.
<b>Serviços Genéricos:</b>	Não oferecer serviços genéricos e padronizados, mas sim focar na personalização e na oferta de soluções sob medida que atendam às necessidades individuais de cada cliente.

Fonte: Elaboração da Autora

#### 4.12 MARKETING 5.0

O marketing 5.0 da NEY & Filhos Lda é baseado na integração de estratégias tradicionais e digitais, focando na personalização e na experiência do cliente. A empresa utiliza

tecnologias como inteligência artificial e análise de dados para entender as necessidades individuais de cada cliente e oferecer serviços sob medida. Além disso, a NEY & Filhos Lda utiliza plataformas online e redes sociais para se comunicar de forma eficaz com seu público-alvo e promover seus serviços.

#### 4.12.1 Estratégias de Marketing Digital:

Investir em marketing de conteúdo de alta qualidade para educar o público-alvo sobre as vantagens de terceirizar serviços domésticos e os benefícios de trabalhar com a NEY & Filhos Lda

Utilizar publicidade paga de forma estratégica, incluindo anúncios segmentados em redes sociais e campanhas de PPC (Pay-Per-Click) em mecanismos de busca.

Personalização e Experiência do Cliente:

- 1) Implementar um sistema de CRM (Customer Relationship Management) para acompanhar as interações com os clientes e oferecer serviços personalizados com base em suas necessidades individuais.
- 2) Investir em treinamento de equipe para garantir um atendimento ao cliente excepcional, tanto presencialmente quanto online.

Este plano de marketing 5.0 para a NEY & Filhos Lda visa posicionar a empresa como líder no mercado global de serviços domésticos, alavancando as últimas tendências e melhores práticas.

#### 4.13 PLANO DE INVESTIMENTO

O projecto possui uma estrutura de investimentos em activos fixos desde as imobilizações corpóreas, incorpóreas, investimento circulante até a geração dos Cash flows de Investimento, assim a tabela abaixo demonstra o mapa de investimento da empresa de Prestação de Serviços Domésticos NEY & Filhos Lda:

**Tabela 7 MAPA DE INVESTIMENTO**

<b>Mapa de Investimentos</b>	<b>2025</b>
Imobilizações corpóreas	<b>7.294.856,60</b>
Equipamentos básicos	3.892.594,00
equipamentos administrativos	3.402.262,60

outras imobilizações corpóreas	-
<b>total do imobilizado corporeo</b>	<b>7.294.856,60</b>
Imobilizado incorpóreo	0,00
Software de gestão	0,00
propriedade Industrial	0,00
<b>Total de imobilizações incorpóreas</b>	<b>0,00</b>
<b>Investimento circulante</b>	
fundo de maneo 5% das Prestações de Serviços	190.787,12
Disponibilidades	1000.000,00
<b>Total do Investimento Circulante</b>	<b>1.190.787,12</b>
Cash-flow de Investimento	8.485.643,72

Fonte: Elaboração da Autora

#### 4.13.1 FONTE DE FINANCIAMENTO

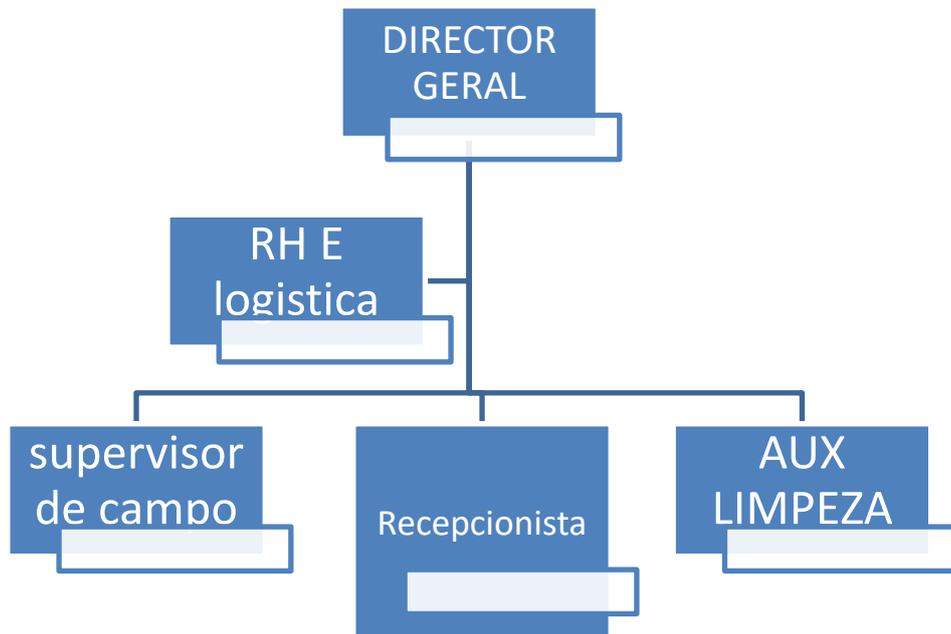
Fonte de Financiamento : Com um investimento de 8.485.643,72 em capitais próprios e alheios, a NEY & Filhos Lda demonstra uma estrutura financeira sólida. Isso pode oferecer vantagens, como maior. No entanto, também é importante considerar a necessidade de reserva de capital para futuras expansões, contingências e investimentos em activos fixos e operacionais. A empresa pode aproveitar essa situação para fortalecer sua posição no mercado e buscar oportunidades de crescimento sustentável.

#### 4.14 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro da NEY & Filhos Lda inclui a análise detalhada dos custos e receitas da empresa, bem como projecções financeiras para os próximos anos. A empresa busca otimizar seus recursos financeiros através de práticas de gestão eficientes, como a redução de desperdícios e a busca por parcerias estratégicas. Além disso, a NEY & Filhos Lda busca diversificar suas fontes de receita, oferecendo serviços complementares que agreguem valor aos seus clientes.

#### PLANO DE RH

Figura 2 ORGANOGRAMA DA NEY & Filhos Lda



**Fonte:** Autora (2024)

#### 4.14.1 MAPA DO CUSTO COM O PESSOAL

**Tabela 8** Custo Com o Pessoal

**Fonte:** Elaboração da Autora de Acordo ao Estudo de Caso

Plano de Recursos Humanos:

<b>MAPA DE GASTOS COM PESSOAL</b>							
<b>CARGO</b>	<b>Qt</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>SUBSIDIOS DESLOCAÇÃO</b>	<b>SALARIO BRUTO</b>	<b>INSS</b>	<b>IRT</b>	<b>S LIQUIDO</b>
Gerente	1	150 000,00	30 000,00	180 000,00	5400	11 798,00	162 802,00
Chefe de Recursos Humanos	1	100 000,00	30 000,00	130 000,00	3900	0	126 100,00
Responsável pela Logística	1	70 000,00	20 000,00	90 000,00	2700	0	87 300,00
Supervisor de Campo	1	70 000,00	10 000,00	80 000,00	2400	0	77 600,00
Recepcionista	1	50 000,00	20 000,00	70 000,00	2100	0	67 900,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>965 000,00</b>	<b>260 000,00</b>	<b>1 225 000,00</b>	<b>36750</b>	<b>11 798,00</b>	<b>1 176 452,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>14 700 000,00</b>	<b>441 000,00</b>	<b>141 576,00</b>	<b>14 117 424,00</b>

O plano de recursos humanos da NEY & Filhos Lda. inclui a criação de um ambiente de trabalho inclusivo e motivador, que valorize o desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores. A empresa investe em programas de capacitação e treinamento para garantir que sua equipe esteja sempre atualizada e preparada para oferecer os melhores serviços aos clientes. Além disso, a NEY & Filhos Lda. busca atrair e reter talentos através de políticas de remuneração e benefícios competitivos.

#### 4.14.2 Mapa serviço da dívida

Tabela 10 Plano Financeiro

<b>MAPA DE SERVIÇO DA DÍVIDA</b>					
<b>N</b>	<b>Capital</b>	<b>Juro 10%</b>	<b>Amortização</b>	<b>Prestação</b>	<b>Capital final</b>
<b>2025</b>	4 485 643,72	448 564,37	0	448 564,37	4 485 643,72
<b>2026</b>	4 485 643,72	448 564,37	897 128,74	1 345 693,12	3 588 514,98
<b>2027</b>	3 588 514,98	358 851,50	897 128,74	1 255 980,24	2 691 386,23
<b>2028</b>	2 691 386,23	269 138,62	897 128,74	1 166 267,37	1 794 257,49
<b>2029</b>	1 794 257,49	179 425,75	897 128,74	1 076 554,49	897 128,74
<b>2030</b>	897 128,74	89 712,87	897 128,74	986 841,62	0

**Fonte:** Elaboração da Autora com base ao estudo de caso.

Tendo em conta o cash Flow do Investimento o valor do Financiamento foi repartido 47% capital próprio e 53% capital alheio e do valor da dívida tendo em conta a taxa média de juro de mercado em pelo menos 5 instituições de créditos. Obtivemos uma taxa de juro de 10% que serviu de base para a distribuição do valor da amortização uma vez que usamos o método SAC e as prestações são calculadas com base a soma dos Juros e Amortizações. De Realçar que os juros são postecipados.

## 4.15 PLANO DE EXPLORAÇÃO

Tabela 9 Demonstração de Resultados

<b>Mapa de Exploração Previsional</b>					
<b>DESIGNAÇÃO</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>2030</b>
Proveitos Operacionais	36 675 000,00	48 900 000,00	48 900 000,00	48 900 000,00	48 900 000,00
<b>PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS</b>	36 675 000,00	48 900 000,00	48 900 000,00	48 900 000,00	48 900 000,00
Custos Operacionais	14 379 485,66	18 929 485,66	18 929 485,66	18 929 485,66	18 929 485,66
FSE	2 625 000,00	3 500 000,00	3 500 000,00	3 500 000,00	3 500 000,00
C.Pessoal	11 025 000,00	14 700 000,00	14 700 000,00	14 700 000,00	14 700 000,00
Amortização	729 485,66	729 485,66	729 485,66	729 485,66	729 485,66
Resultado Operacional	22 295 514,34	29 970 514,34	29 970 514,34	29 970 514,34	29 970 514,34
Encargos Financeiros	448 564,37	358 851,00	269 138,62	179 425,75	89 712,87
RAI	21 846 949,97	29 611 663,34	29 701 375,72	29 791 088,59	29 880 801,47
Imposto 25%	5 461 737,49	7 402 915,84	7 425 343,93	7 447 772,15	7 470 200,37
RLE	16 385 212,48	22 208 747,51	22 276 031,79	22 343 316,44	22 410 601,10
Encargos Financeiros	448 564,37	358 851,00	269 138,62	179 425,75	89 712,87
Amortização	729 485,66	729 485,66	729 485,66	729 485,66	729 485,66
<b>CashFlow de Exploração</b>	17 563 262,51	23 297 084,17	23 274 656,07	23 252 227,85	23 229 799,63

**Fonte:** Elaboração das Autoras de Acordo ao Estudo de Caso

O plano de exploração da NEY & Filhos Lda. inclui a identificação de oportunidades de mercado e a expansão dos serviços oferecidos para atender às demandas dos clientes. A empresa busca explorar novos nichos de mercado e expandir sua presença geográfica, oferecendo serviços de contabilidade e terceirização em novas regiões. Além disso, a NEY & Filhos Lda. busca parcerias estratégicas com empresas complementares para ampliar sua oferta de serviços.

#### 4.15.1 INDICADORES DE INVESTIMENTO E TOMADAS DE DECISÃO

**Tabela 10** indicadores de Validação do Projecto

<b>ANO</b>	<b>CF</b>	<b>CF ACT</b>	<b>CFACT ACUM</b>
<b>2025</b>	-8 485 643,72	-8 485 643,72	-8 485 643,72
<b>2026</b>	17 563 262,51	15 966 602,28	7 480 958,56
<b>2027</b>	23 297 084,17	19 253 788,57	26 734 747,13
<b>2028</b>	23 274 656,07	17 486 593,59	44 221 340,72
<b>2029</b>	23 252 227,85	15 881 584,49	60 102 925,21
<b>2030</b>	23 229 799,63	14 423 877,92	74 526 803,13

Fonte: Autora (2024)

<b>VAL</b>	74 526 803,13
<b>TIR</b>	197
<b>PAY BACK</b>	6,4
<b>INDICE DE RENTABILIDADE</b>	9,8
<b>COC</b>	10%

Fonte: Autora (2024)

Indicadores de Investimento e Tomadas de Decisão:

A NEY & Filhos Lda utiliza indicadores de investimento como o ROI (Return on Investment) e o ROE (Return on Equity) para avaliar a rentabilidade de seus investimentos e tomar decisões estratégicas. A empresa também utiliza análises de cenários e simulações para avaliar o impacto de diferentes decisões no seu desempenho financeiro e operacional. Além disso, a NEY & Filhos Lda busca a participação activa dos colaboradores na tomada de decisões, valorizando suas contribuições e ideias. É uma empresa inovadora e focada no cliente, que busca constantemente novas formas de agregar valor aos seus serviços e se destacar no mercado. A empresa está comprometida com a excelência em todos os aspectos de seu negócio, desde a oferta de serviços de alta qualidade até a criação de um ambiente de trabalho inspirador para seus colaboradores. A NEY & Filhos Lda está preparada para enfrentar os desafios do mercado e alcançar o sucesso a longo prazo.

## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Após a elaboração do presente projecto de final de curso chegou-se às seguintes conclusões:

Identificar a necessidade da criação de uma empresa na Centralidade da Caála, fazendo com que as necessidades dos clientes seja atendida com maior eficiência, confiabilidade e qualidade.

Para que o projecto seja de sucesso que se faça a apresentação geral da empresa, sua missão visão e valores que organização tem com identidade;

Após ser feita uma análise de mercado aprofundada e o público alvo identificação do público alvo os moradores da centralidade da Caála, podemos considerar o projecto viável tendo em conta a grande necessidade de uma empresa de prestação de serviços domésticos;

De acordo ao estudo feito podemos considerar que teremos uma empresa próspera e com o sentimento de dever cumprido, com a aplicação de um plano de marketing bem estruturado, plano de negócio bem elaborado e o estudo de viabilidade adequado para a implementação do projecto;

Entretanto para implementação do projecto será necessário um valor de 8 485 643,72( Oito milhões quatrocentos e oitenta e cinco mil, seiscentos e quarenta e três kwanzas e setenta e dois cêntimos) dos quais 4.000.000,00 (quatro milhões de kwanzas) de capital próprio e 4 485 643,72(Quatro milhões quatrocentos e oitenta e cinco mil, seiscentos e quarenta e três kwanzas e setenta e dois cêntimos) de Capital alheio.

Finalizando a apresentação dos resultados permitiu-nos demonstrar os indicadores indispensáveis para a validação e aceitação do projecto nomeadamente os mapas de pressupostos, investimentos, custo com o pessoal, amortizações, exploração bem como os indicadores essenciais como o VAL que ronda em 74.526 803,13 a nossa taxa interna de rentabilidade (TIR) é de 197% e Pay Back de 6,4 o que significa que o nosso investimento inicial terá retorno em um período não superior a seis meses e quatro dias, considerando assim o nosso projecto viável .

## **5.1 LIMITAÇÕES**

Para a elaboração do projecto tivemos as seguintes Limitações:

- 1) O tratamento estatístico é uma limitação à análise descritiva devido a fraca aderência no processo do inquérito, maior parte dos moradores preferia o inquérito oral e para o nosso caso utilizamos o digital, o que tornou ainda mais difícil a recolha de dados.
- 2) Dificuldades em encontrar e reter profissionais qualificados;
- 3) Dependência de clientes regulares para manter a estabilidade financeira;
- 4) Limitações relativamente a escassez de tempo e acesso aos dados;
- 5) Tivemos também limitações no que refere a obtenção de conteúdo, poucos autores falam sobre o assunto devido a fraca literatura existente;
- 6) A obtenção de capital para investimento em equipamentos, marketing e contratação de funcionários é um processo muito lento, no nosso mercado.

## **5.2 RECOMENDAÇÕES**

- 1) Recomendamos a adopção de políticas baseadas no sector de prestação de serviços domésticos, sendo que são extremamente essenciais para o beneficiários tendo em conta as suas rotinas diárias.
- 2) Órgãos de decisão para a implementação de Cursos profissionais de lavadeiras engomadeiras ou então de domésticas, nos centros de formações.
- 3) Facilitar o acesso ao crédito, para o investimento no sector;

### Bibliografia

- Agostinho, V. (2021). *Criação de uma empresa em Angola* (1ª ed.). Luanda: Retfop.
- Almeida, M. V. (2019). *Administração de Empresas Contemporaneas*. São Paulo: Atlas.
- Appolinário. (2011). *Métodos da Pesquisa Científica*. São Paulo: Lisboa.
- ARAGÃO, J. W., & NETA, M. A. (2017). *METODOLOGIA CIENTÍFICA*. (F. Guimarães, Ed.) SALVADOR.
- Ávila, C. A., BACHTOLD, C., & VIEIRA, S. D. (2013). *Noções de Contabilidade Básica*. Brasil: Curitiba-PR.
- BACHTOLD, C. (2011). *Contabilidade Basica*. Brasil: curitiba.
- Barroso, D. V. (2018). *TEORIA DA CONTABILIDADE*. Salvador,. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/553593/2/eBook%20FCCC58-Teoria%20da%20Contabilidade.pdf>
- Borges, A., Rodrigues, A., & Rogério, R. (2010). *Elementos de Contabilidade Geral* (25 ed.). Lisboa, Portugal: Áreas Editora.
- Borges, M. H. (2014). *Empreendedorismo Plano de negócio em 40 Lições* (1ª ed.). São Paulo: Saraiva.
- Borges, M. H. (2021). *Empreendedorismo, Plano de negócio*. São Paulo: Saraiva.
- Bruschini, C. (2006). *Trabalho doméstico: inatividade econômica ou trabalho não-remunerado?* (Vol. V.23). Brasil: Revista brasileira de estudos da População.
- Carina. (2001). *A comuna*. angola.
- Carina, & Puna, R. G. (MARÇO de 2023). *A QUALIDADE DA COMUNICAÇÃO*.
- Chavienato, I. (2009). *Recursos Humanos o Capital Humano das Organizações* (9ª ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Duker, P. (1986). *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira.
- ERNESTO, K. M.-D. (2016). *A ADOÇÃO DAS IFRS EM ANGOLA*. Lisboa. Obtido em 27 de Janeiro de 2023, de <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/12447/1/DM-KMVDJE-2016.pdf>
- Fernandes, C. (2012). *Análise Financeira – Teoria e Prática*. Lisboa: Silabo Lda.

- Figueiredo, L. H. (2001). *PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DE CONTABILIDADE E NORMAS BRASILEIRA DE CONTABILIDADE* (3ª ed.). (C. F. CONTABILIDADE, Ed.) Brasília: CFC.
- Jae K. Shim e Joel G. Siegel. (2008). *Budgeting Basics and Beyond* (4ª ilustrada ed.). (2. John Wiley & Sons, Ed.)
- JOSÉ, L. (28 de SETEMBRO de 2009). TEÓRIA CONTÁBIL. Obtido em 21 de JULHO de 2023
- Kevin Lane Keller e Philip Kotler. (2016). *Administração e Marketing* (12ª ed.).
- Lakatos, M. (2003). *FUNDAMENTOS DE METODOLOGIA CIENTIFICA*. São Paulo: Atlas.
- Lampert, K. (2012). *Projecto de investimentos- Teória e Prática*.
- Lampert, K. (2012). *Projectos de investimento-teoria e Prática*.
- LANDU, M. (2014). *O PLANO GERAL DE CONTABILIDADE ANGOLANO E O SISTEMA DE NORMALIZAÇÃO CONTABILÍSTICA DE PORTUGAL: UMA ANÁLISE COMPARADA*. Porto, Portugal . Obtido em 27 de Janeiro de 2023, de <https://core.ac.uk/download/pdf/47139716.pdf>
- Lemes, C. O. (2015). *RESPONSABILIDADES DO PROFISSIONAL CONTÁBIL*. COIMBRA: UFRGS.
- LINS, J. P. (2005). *CONCEITOS BÁSICOS*. Escola Fazendaria, Brasil. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de [https://portalesafaz.sefaz.pe.gov.br/moodle/cursos/Conceito\\_Contabilidade\\_atual/apostila/Apostila%20de%20Contabilidade.pdf](https://portalesafaz.sefaz.pe.gov.br/moodle/cursos/Conceito_Contabilidade_atual/apostila/Apostila%20de%20Contabilidade.pdf)
- Lopes, K. d. (1999). Origem e Evolução Da Contabilidade. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de [http://docs.uninove.br/arte/fac/publicacoes/pdfs/natasha\\_adm.pdf](http://docs.uninove.br/arte/fac/publicacoes/pdfs/natasha_adm.pdf)
- MARTINS, S. (2 de JUNHO de 2023). GEATÃO CONTÁBIL. Obtido em 20 de JULHO de 2023
- Mattes, C. d., Dalongaro, R. C., & Wesz , L. F. (2018). *A Historia da Contabilidade e Seus Aspectos Temporâneos: Uma contribuição teorica ao profissional da actualidade*. Brasil. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de <http://urisaoluiz.com.br/site/wp->

content/uploads/2018/08/Revista-4%C2%AA-edi%C3%A7%C3%A3o-1-Artigo-03.pdf

Mendes, F., & Pastuer, C. (2012). *Análise Financeira-Teória e Prática*. Lisboa: Edições sílabo.

Menezes, H. (2001). *Princípios de Gestão financeira*. (11ª ed.). Lisboa: Editorial Presença.

Michel Welde & Wagner.A.Kamakura. (2012). *Segmentação de Cliente*.

Miriam Raja Gabaglia Preuss er: cultura e subjectividade.(pp.53-65), v. (1997). *Patroas e Empregadas: Relações de proximidades e Oposições. In Coletâneas da ANPEPP:mulher; Cultura*.

Moreira, J. A. (2001). *Análise Financeira de Empresas: da teoria à prática*. (4ª ed.). IMC.

Nascimento, C. O. (2015). *Organização Empresarial*. Cuiabá. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de <http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1516/Organizacao%20Empresarial%20-%20CONTABILIDADE%20-%20IFSUL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nascimento, F. P. (2016). *Classificação da Pesquisa.Natureza, método ou abordagem metodológica,objctivos e procedimentos*. . Brasília. Obtido em 27 de Janeiro de 2023, de <http://franciscopaulo.com.br/arquivos/Classifica%C3%A7%C3%A3o%20da%20Pesquisa.pdf>

Neto, A. A. (2019). *Finanças Corporativas* (9ª ed.). São Paulo: Atlas.

Neves, J. (2012). *Análise e Relato Financeiro – Uma Visão Integrada da Gestão*. Alfragide: Texto editores, Lda.

Neves, J. C. (2012). *Análise e Relato Financeiro – Uma Visão Integrada da Gestão*. Alfragide: Texto editores, Lda.

OLIVEIRA, M. F. (2011). *METODOLOGIA CIENTÍFICA: Um manual para realização de pesquisas em administração*. Catalão-GO.

PAULA, G. B. (22 de Dezembro de 2013). O que é classificação das contas contábeis: ativo, passivo, receita e despesa. Obtido em 20 de julho de 2023

PAULA, G. B. (22 de DEZEMBRO de 2013). classificação das contas contábeis: ativo, passivo, receita e despesa. Obtido em 20 de JULHO de 2023

- PAZ, R. (2022). *CONTABILIDADE EMPRESARIAL*. COIMBRA.
- Preuss, M. R. (1997). *Patroas e Empregadas: Relações de proximidades e Oposição*. In *Coletâneas da ANPEPP: Mulher: cultura e subjectividade* (Vol. 1).
- Sales, A. I. (2007). *Administração e Recursos Humanos*. Recife.
- Sales, A. I. (2007). *ADMINISTRAÇÃO E RH*. Recife. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ea000704.pdf>
- Santos, A. F. (1994). *Análise Financeira: Conceitos, técnicas e Aplicações*. Lisboa: Economia e gestão.
- Santos, M. d. (2012). *O trabalho Doméstico no Seculo XXI*. São Paulo: Exemplo.
- Silva, R. M. (2012). *Patrimônio*. Brasil. Obtido em 24 de Janeiro de 2023, de [https://www.faculdadedelta.edu.br/downloads\\_alunos/1345222159\\_5.0.Patrimonio.pdf](https://www.faculdadedelta.edu.br/downloads_alunos/1345222159_5.0.Patrimonio.pdf)
- Snell, G. B. (2010). *Administração de Recursos Humanos* (14<sup>a</sup> ed.). São Paulo: Norte Americana.
- Sousa, F. (2019). *Comunicação de Marketing*. São Paulo: Saraiva.
- Stoodi. (2015). *Metodologia de Investigação Científica*. Lobito : Escolar Editora .
- Vegara, S. C. (2010). *Projectos de pesquisas em Administração* (12 ed.). São Paulo: Atlas.
- VIELAS, J. (2020). *Investigação: O processo de Construção do Conhecimento*. Lisboa: Silabo.
- ZORZO, C. (2019). *Contabilidade Básica*. Brasil: SEFAZ-DF.
- ZORZO, C. (2019). *Contabilidade Básica*. Brasil: SEFAZ-DF.
- ZORZO, C. (2019). *CONTABILIDADE GERAL*. BRASIL: SEFAZ-DF.

**ANEXOS**



