

Selma Tatiana Roque José

Concepção e Implementação de Eventos no Banco de Moçambique

Relatório de Estágio



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA (A POLITÉCNICA)

Escola Superior de Gestão, Ciência e Tecnologia

Departamento de Ciências da Comunicação

Curso de Ciências da Comunicação

Maputo, 2012

Selma Tatiana Roque José

Concepção e Implementação de Eventos no Banco de Moçambique

Relatório de Estágio

“Relatório apresentado à Escola Superior de
Gestão, Ciência e Tecnologia, como
requisito parcial para a obtenção do grau de
Licenciatura em Ciências da Comunicação”



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA (POLITÉCNICA)

Escola Superior de Gestão, Ciência e Tecnologia

Departamento de Ciências da Comunicação

Curso de Ciências da Comunicação

Maputo, 2012

Dedicatória

Dedico aos meus pais, José Maria e Judite Da Conceição Roque

Minhas queridas irmãs: Vânia, Lara e Carmen

Que, com carinho e apoio, acreditam no meu progresso académico.

Agradecimentos

Aos meus queridos pais e irmãs, que me acompanharam, passo a passo, na longa e complexa caminhada do curso, dando muita força.

Ao Banco de Moçambique, em especial ao Departamento de Gestão de Recursos Humanos, por ter aceitado a realização do estágio, o director do Gabinete de Planeamento Estratégico, Comunicação e Imagem, e a todos os técnicos, pelo apoio, coordenação e amizade demonstrada.

Ao meu Supervisor, Mestre Hélio de Sousa, pela boa vontade, olhar crítico e por ter contribuído em larga medida na transmissão de conhecimentos que culminaram com a elaboração do presente Relatório.

A todas minhas amigas, por se fazerem presentes em todo momento da minha caminhada estudantil. E aos meus adoráveis colegas da turma de Ciências da Comunicação de 2008, e ainda a todos os amigos que me deram muito apoio, especialmente aos Drs. Paulo Ivo Cassicai e Marcelo Kantu.

Endereço uma palavra de apreço a todos aqueles que me deram apoio moral para acreditar, ir em frente e concluir o curso.

Por último, uma dedicatória especial para todo corpo docente do curso de Ciências de Comunicação e ao pessoal administrativo da Universidade Politécnica, que em muito contribuiu para a minha formação.

Resumo

O presente relatório versa sobre o tema da concepção e implementação de eventos no Banco de Moçambique, tendo o seguinte problema: *Quais são os procedimentos para concepção e implementação dos eventos no BM?*

Para a realização da pesquisa, recorreu-se a uma metodologia que implicou o uso dos seguintes métodos e técnicas: método de observação participante, método histórico e comparativo, e técnicas como a revisão de literatura, análise documental e entrevistas semi-abertas.

Com base na revisão da literatura, constatou-se que o evento é um acontecimento planeado, que ocorre num dado tempo e lugar, visando promover a relação entre a organização anfitriã e o público de seu interesse, com vista ao alcance de determinados objectivos.

O estudo permitiu perceber que os eventos não devem acontecer de forma esporádica, e a sua concepção carece de uma planificação prévia, uma sequência lógica pontuada por procedimentos, e que as primeiras questões a se formalizar são a natureza do evento, o público a que se destina, e quanto importa o investimento financeiro. O rácio custo-benefício entra como factor decisivo para se realizar ou não o evento. Assim, a concepção e implementação de eventos deve ter em conta os tipos de eventos e a prévia planificação em função das tipologias identificadas.

A concepção e implementação de eventos nesta instituição segue uma série de formalidades e procedimentos. Esta situação fez com que se criasse um regulamento e manual de protocolo do BM, de forma a guiar e orientar todo o processo de concepção e implementação de eventos.

Sumário

Dedicatória.....	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abreviaturas.....	v
Relação de ilustrações.....	vi
1.Delimitação da área de estágio	1
2. Problema	1
3.Objectivos	2
3.1. Objectivo geral.....	2
3.2. Objectivos específicos	2
4.Justificação.....	2
5.Fundamentação Teórica.....	3
5.1. Procedimentos para organização de eventos: um olhar sobre a concepção e implementação	6
6. Metodologia	9
6.1. População e amostra	9
6.2. Dados e instrumentos de recolha de dados	10
6.3. Recolha de dados	11
6.4. Validade e Fiabilidade	11
7.Unidade de análise	12
7.1. Apresentação da Instituição	12
7.1.1. Apresentação do GPI	15
7.1.1.1. Estrutura interna do GPI	17
8.Descrição do que foi realizado.....	18
9. Discussão de Resultados	21
10.Conclusão.....	24
11.Referências.....	26
Anexos	28

Abreviaturas

GPI – Gabinete de Planeamento Estratégico, Comunicação e Imagem

BM – Banco de Moçambique

CA – Conselho de Administração

UE – Unidade de Estrutura

BIBM – Boletim Informativo do Banco de Moçambique

SADC – Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral

Relação de ilustrações

Organigrama	anexo 1
Tabela de actividades.....	anexo 2
Clipping.....	anexo 3

1. Delimitação da área de estágio

O estágio, que teve a duração de 4 meses, realizou-se no Banco de Moçambique (BM), no Gabinete de Planeamento Estratégico, Comunicação e Imagem (GPI), na área de Relações Públicas, Comunicação Institucional e Imagem.

2. Problema

O BM é uma instituição pública ligada à área financeira, vários são os departamentos onde também compõe o GPI, Das várias actividades que as GPI realizam, a organização de eventos são uma delas.

Assim, como o relatório versa sobre a actividade específica de organização de eventos que o GPI realiza, olhou-se para o evento como um acontecimento planeado que ocorre num dado tempo e lugar, visando promover a relação entre a organização anfitriã e o público de seu interesse, com vista ao alcance de determinados objectivos.

Na organização dos eventos, vários são os passos e etapas que se seguem para a sua materialização. Aqui, diferentes autores exigem rigorosidade nos procedimentos para a sua concepção.

Assim, os eventos são organizados por vários especialistas formados em relações públicas ou pessoas capacitadas para a organização de eventos. Neste sentido, a nível das organizações são criadas áreas específicas para este efeito devido à complexidade dos serviços prestados, visto que, basicamente, a finalidade dos eventos é a troca de experiências e a confraternização entre os participantes.

Devido à complexidade que se referiu anteriormente, as instituições criam regras com vista a garantir o êxito na organização dos eventos, e por forma a criar-se um guião orientador para as equipas envolvidas na organização dos eventos. Tais regras vinculam-se a mecanismos de protocolo, maneira de organização do figurino em função do evento, entre outros.

No âmbito da globalização e da cientificidade da área de Relações Públicas, o BM tem encarado enormes desafios na organização de eventos. Estes desafios fazem com que a instituição faça um esforço redobrado na organização dos seus eventos e, em algum momento, apresentam-se opiniões divergentes por parte dos participantes. Face a esta situação, levanta-se a seguinte questão: *Quais são os procedimentos para a concepção e implementação dos eventos no BM?*

3. Objectivos

3.1. Objectivo geral

- ✓ Analisar a concepção e implementação de eventos no BM.

3.2. Objectivos específicos

- ✓ Descrever os passos recomendados pelos autores de relações públicas para a concepção e organização de eventos;
- ✓ Discutir os procedimentos seguidos pelo BM na concepção e implementação de eventos;

4. Justificação

A escolha deste tema deve-se, fundamentalmente à preocupação de consolidar os conhecimentos teóricos na área de relações públicas, no geral, e organização de eventos, em particular, aprendidos durante o curso, a partir da realização de um estágio numa organização concreta.

Prende-se ainda, a escolha do tema, ao facto de existirem poucos relatos teórico-práticos sobre a organização de eventos versando a realidade moçambicana, o que motivou a realização de um estágio que culminaria com a elaboração de um documento reflectindo a realidade da organização de eventos numa organização nacional.

Último motivo, a escolha deste tema justifica-se pela necessidade de cumprir com os requisitos de culminação do curso, sendo o estágio uma das vias autorizadas.

5. Fundamentação Teórica

A questão da concepção e implementação de eventos tem sido abordada e reflectida por vários autores da área relações públicas, que levantam questões como: o que é um evento? Quais são os passos a serem seguidos na organização de eventos? Quais os tipos de eventos que existem?

Santiago (2007) indica que um evento “é um acontecimento planeado que ocorre num dado tempo e lugar, visando promover a relação entre a organização anfitriã e público de interesse, com vista ao alcance de determinados objectivos”.

Para Getz (1997), deve-se entender como evento qualquer acontecimento único ou pouco frequente que ocorre fora de um programa normal de actividades de patrocínios. Este autor sustenta que, para o cliente ou convidado, o evento é uma oportunidade para usufruir de uma experiência cultural ou social fora do ciclo normal da vida diária de lazer. O evento deve ser visto como oportunidade de socialização entre os elementos de uma organização e os seus clientes como forma de criar-se uma cultura comum.

Por sua vez Giácomo (citado por Matias, 2007), define evento como “um componente do *mix* da comunicação que tem por objectivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou acção”.

Dos conceitos acima apresentados, aquele que melhor se adequa ao nosso objecto de estudo é o apresentado por Santiago, que olha para o evento como algo planificado com vista a consolidar a imagem de uma organização. A autora sublinha a necessidade de olhar de forma pertinente para a questão de tempo e lugar onde o evento vai ocorrer.

Antes de prosseguir com a discussão, importa apresentar os conceitos de comunicação e relações públicas, de modo a facilitar as abordagens.

Comunicação

Comunicação é o processo de transmitir a informação e compreensão de uma pessoa para outra. Se não houver esta compreensão, não ocorre a comunicação. Se uma pessoa transmitir uma mensagem e esta não for compreendida pela outra pessoa, a comunicação não se efectivou.

Segundo Chiavenato (2000, p. 142), trata-se da troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação.

De acordo com Scanlan (1979, p. 372), a comunicação pode ser definida simplesmente como o processo de se passar informações e entendimentos de uma pessoa para outra.

Num conceito mais amplo e moderno, o profissional precisa proporcionar uma comunicação clara e precisa, ter decisões rápidas, visão e acção integral, iniciativa própria e informação plena do negócio da empresa. De referir que a comunicação pode ser interna e externa:

- ✓ **Comunicação Interna:** Visa desenvolver uma comunicação eficaz entre as diferentes unidades no seio de uma organização; incentivar à cooperação, apoio mútuo e o trabalho de equipa; potenciar a exploração de sinergias entre os diferentes públicos internos; reforçar o desempenho individual e organizacional; e aumentar a qualidade dos processos de decisão e de execução. Funcionários, seus familiares e accionistas são, entre outros, exemplos de públicos internos.
- ✓ **Comunicação Externa:** Baseia-se na troca de informação e mensagens entre uma organização e os seus públicos externos, sejam outras organizações, grupos ou indivíduos. Visa apresentar uma imagem favorável da organização e dos seus produtos ou serviços junto de fornecedores, clientes, potenciais clientes, comunidade local e sociedade em geral. A comunicação externa inclui outros campos como os das Relações Públicas, Relações com os Media, Publicidade e Marketing.

Relações Públicas

As Relações Públicas são um instrumento da gestão para diminuir a incerteza, minimizar o risco do investimento e tornarem mais acessíveis as instituições (Sobrinho, 1995).

Fazendo casamento entre os conceitos dos conceitos apresentados pelos autores (Santiago: 2007, Sobrinho: 1995, Chiavenato: 2000), pode-se dizer que nas diferentes abordagens verifica-se a unanimidade em afirmar que os eventos variam de acordo com a sua finalidade e objectivos. Estes autores afirmam que os eventos são fruto de uma boa comunicação interna e externa, associada a uma boa estratégia de relações públicas. Neste sentido, existem várias tipologias de eventos.

Apesar do consenso entre os diferentes autores referenciados, sobre a variação dos eventos em função da finalidade e dos objectivos, neste trabalho segue-se a proposta de Martins (1999) e a de Meirelles (1999) que apresentam onze tipos de eventos que se seguem:

- ✓ **Inauguração:** é um evento formal de alta representatividade social, e, portanto, requer um planeamento minucioso, envolvendo todas as fases de um evento complexo, não devendo, portanto, ser confundido com apenas um cortar de fita e o descerramento de uma guarnição que envolve uma bela placa comemorativa.
- ✓ **Seminário:** destinado a pessoas que apresentem praticamente o mesmo nível de conhecimento. Os participantes têm prévio conhecimento do que será tratado. Divide-se em três fases: exposição, discussão e conclusão.
- ✓ **Workshop¹:** na verdade, trata-se de uma Loja de Trabalho², cuja finalidade é promover o aprendizado de forma prática.
- ✓ **Cocktail:** é um tipo de reunião social prática e rápida, em que as pessoas ficam em pé, circulando por entre vários grupos, o que estimula a comunicação entre as pessoas. Realizado por inúmeros motivos (homenagear alguém, inaugurações, comemorações, etc.), permite reunir um número maior de pessoas, durante um determinado período, geralmente das 19:00 às 21:00 horas, sem dar muito trabalho aos anfitriões.
- ✓ **Recepção:** simpática reunião, rápida e simples de se organizar e de baixo custo. Na maioria das vezes é feita na própria instalação (residência, escola, escritório, empresa)

¹ Palavra inglesa que significa intercâmbio de trabalho.

² Tradução literal do termo inglês que significa troca de experiências entre os participantes de um determinado evento.

ou em clubes, objectivando atender às necessidades e às satisfações pessoais ou sociais.

- ✓ **Reunião:** é o encontro de duas ou mais pessoas para o exercício de alguma actividade. Elas podem ser formais ou informais.
- ✓ **Sessão de autógrafa:** é o encontro do autor de um livro com o seu público, fica marcado por uma dedicatória e um autógrafa. O autor cria uma excelente oportunidade para confirmar as suas pesquisas, quanto ao tipo de pessoas que ele está sensibilizando com a sua escrita: expectativas, suas necessidades, etc.
- ✓ **Simpósio:** os expositores debatem os assuntos com o público assistente, dentro de normas pré-estabelecidas.
- ✓ **Solenidade:** normalmente é um evento que consegue concentrar muitas pessoas. Não raro, destina-se a homenagens que prevêem a entrega de prémios, de placas comemorativas, prática de discursos, etc.
- ✓ **Almoço ou Jantar:** evento utilizado para comemorações, confraternizações e consolidação entre parceiros empresariais. O jantar é mais formal do que o almoço, exigindo uma forma mais elaborada, com planeamento e cerimonial adequados à ocasião.
- ✓ **Coffee-break³:** é conhecido como a famosa "paradinha para o café", ocorrendo em reuniões de altos executivos, cursos, palestras, congressos. Muitas vezes é utilizada uma sala de apoio para servir o coffee-break, que dura em torno de quinze minutos, ocorrendo ocasionalmente entre às 10:00 e às 15:00 horas.

5.1. Procedimentos para organização de eventos: um olhar sobre a concepção e implementação

Os eventos não acontecem de forma esporádica. Estes são devidamente planificados e feitos a partir de um rigor técnico, por forma a tornar-se algo satisfatório, quer para os organizadores, quer para os participantes, seguindo etapas pré-estabelecidas.

³ Palavra inglesa que significa intervalo para lanche.

De acordo com Veloso (2001), para que as etapas pré-estabelecidas na realização de um evento sejam seguidas e as metas propostas atingidas e tragam resultados positivos, é necessário seguir um roteiro.

A organização de eventos obedece a uma sequência lógica pontuada por procedimentos. As primeiras questões a se formalizar são a natureza do evento, o público a quem se destina, em quanto importa o investimento financeiro. O custo benefício entra como factor decisivo para se realizar ou não o evento, (Veloso, 2011).

Com isso, para que um planeamento atinja os objectivos e torne-se válido é necessário que seja criterioso e englobe alguns tópicos que, segundo Cesca (2008), são objectivos, públicos, estratégias, recursos, implantação, factores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento.

Nos objectivos, serão considerados os gerais e os específicos, que determinaram o que se pretende com o evento. Ao estudar o público, será analisado a quem se destina o evento, se será direccionado a um público-alvo ou a participantes em geral. Em seguida, serão desenvolvidas estratégias que atraiam o público a participar.

Na definição dos recursos utilizados serão estabelecidos os factores humanos, que podem ser mestre de cerimónia, os recepcionistas e empregados de mesa, bem como factores materiais, como *folders*⁴, convites e decoração, além de factores físicos, como o local onde se realizará o evento.

No roteiro de trabalho será feita a descrição de todas as actividades, com a previsão de datas para a sua execução, quais deverão ser realizadas antes, durante e após o evento, bem como as decisões a serem tomadas.

No fim do evento, será realizada uma avaliação em forma de relatório, com o objectivo de prestar contas a quem solicitou a organização, bem como o detalhe de todos os recursos financeiros utilizados para a realização do mesmo, mensurando assim se o evento atingiu as metas propostas.

⁴ Palavra Inglesa que significa pasta ou porta documentos.

Assim, como expõe Antoni (2004, p.13), “o desenvolvimento de vantagens competitivas permite que as organizações obtenham performance superior em relação à de seus concorrentes, através de um maior valor agregado junto aos clientes.” Por isso, toda dedicação no planejamento (antes), organização (durante) e avaliação (depois) será fundamental para que a empresa saliente seus diferenciais e aumente o número no quadro de seus consumidores.

6. Metodologia

Para que qualquer pesquisa se torne científica é sempre necessário fazer a comutação de métodos e técnicas.

Segundo Lakatos e Marconi (2000: 46), método é “ o conjunto das actividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objectivo – conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser detectado erros e auxiliando as decisões dos cientistas”. Como métodos de pesquisa temos descritivo, observação participante, comparativo estatístico, entre outros.

Assim, para a realização do presente relatório, recorreu-se ao método de observação participante. De acordo com Hammersley e Atkinson (1994:15), “refere-se a observação participante quando o pesquisador está desempenhando um papel participante estabelecido na cena estudada”.

Representa um processo de interacção entre a teoria e métodos dirigidos pelo pesquisador na sua busca de informação, não só na perspectiva humana mas também do próprio ambiente da pesquisa.

Associado a este método, recorreu-se ao histórico e comparativo. Com o método histórico pretende-se olhar como é que, ao longo do tempo, o BM foi realizando os seus eventos. Por sua vez, o método comparativo permitirá, de forma comparada, avaliar os diferentes estágios da realização de eventos e buscar a fórmula que mais se adequa à realidade desta instituição.

Para a concretização destes métodos, recorreu-se as seguintes técnicas de pesquisa: a revisão de literatura, análise documental e entrevistas semi-abertas.

6.1. População e amostra

Tendo em conta que população é o universo ou a totalidade dos membros de uma comunidade, grupo ou sociedade, a área de metodologia de investigação recomenda a extrair uma amostra.

Assim, segundo (Gil, 2007:100) “amostra é o subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população”.

Neste relatório usou-se a amostragem por conglomerados⁵ e de base aleatória simples onde cada elemento da população teve a mesma possibilidade de participar a partir das duas zonas de colecta de dados. Assim, de uma população de 13 funcionários que fazem parte do gabinete onde se efectuou o estágio, foi possível extrair uma amostra de quatro técnicos⁶ do GPI.

A amostra acima apresentada justifica-se pelo facto destes serem as pessoas que responderam os questionários, isto é, estes é que aderiram ao questionário de pesquisa. Este número corresponde a 30.8% do total dos técnicos que compõem a Unidade de Estrutura(UE).

6.2. Dados e instrumentos de recolha de dados

Na pesquisa procuram-se respostas a perguntas que para solucionar o problema de pesquisa. Assim, concluído o processo de revisão bibliográfica e documental, passou-se à recolha de dados, mediante a utilização de técnicas de entrevistas semi-abertas aos técnicos daquela UE.

Na entrevista existiram algumas questões fechadas⁷, pré-formatadas na escala de tipo *Likert*⁸ com 2 opções de respostas, que permite aos técnicos responderem cada questão em graus variados, marcando um valor na escala que vai de 1 a 2, isto é, sim ou não.

⁵ “É indicada em situações em que é bastante difícil a identificação de seus elementos” (Gil, 2007:103).

⁶ Técnicos no BM refere-se ao funcionários

⁷ “Nas questões fechadas, apresenta-se ao respondente duas alternativas de respostas para que seja escolhida a que melhor representa sua intuição ou ponto de vista” (Gil, 2007:129).

⁸ “R. A. Likert, em 1932, elaborou um instrumento com alternativas de respostas contínuas, em que uma das extremidades indica menor concordância com o item e a outra indica concordância plena” (Hayes *apud* Eleutério & Sousa, 2002).

6.3. Recolha de dados

Para a recolha dos dados recorreu-se a entrevistas com alguns técnicos do GPI, e análise dos documentos existentes no BM no geral e no GPI em particular, como forma de verificar como é feita a articulação daquilo que está escrito com as práticas institucionais.

Finalmente, recorreu-se a observação participante, que consiste na investigadora misturar-se na população alvo como parte activa dos trabalhos para poder fazer recolha de informação.

6.4. Validade e Fiabilidade

A validade e fiabilidade do relatório foram conseguidas a partir de uma busca das informações recorrendo a amostragem aleatória simples. A partir da articulação das informações disponibilizadas pelos entrevistados com os documentos oficiais existentes na instituição. Também foi obtida a partir de consultas a pessoas da área de relações públicas, tendo em conta as informações das reflexões teóricas.

7. Unidade de análise

7.1. Apresentação da Instituição

O Banco de Moçambique é, nos termos do artigo 132º da Constituição, o Banco Central da República de Moçambique e o seu funcionamento rege-se por Lei própria e pelas normas internacionais a que a República de Moçambique esteja vinculada e lhe sejam aplicáveis.

O Banco de Moçambique foi criado a 17 de Maio de 1975, através do Decreto nº 2/75, como resultado da implementação dos entendimentos alcançados entre a Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO) e o Governo Colonial Português no âmbito dos Acordos de Lusaka, para a Independência de Moçambique, tendo herdado o património e valores do Departamento de Moçambique do Banco Nacional Ultramarino.

No acto da sua constituição foi definido como objecto do Banco de Moçambique o exercício das funções de Banco Central e de Banco Comercial. Porém, o processo de liberalização da economia moçambicana levou à reforma do sistema financeiro nacional, que teve o seu ponto mais alto na separação institucional no exercício das funções do Banco Central e de funções de Banco Comercial. Esta separação foi concretizada em 1992, com a aprovação da Lei 1/92, de 3 de Janeiro - Lei Orgânica do Banco - que define a natureza, objectivos e funções do Banco Moçambique como Banco Central. As funções comerciais passaram para uma nova entidade, o ex Banco Comercial de Moçambique, criado através do Decreto nº 3/92, de 25 de Fevereiro.

Assim, nos termos da Lei Orgânica do Banco de Moçambique, constituem principais funções do Banco de Moçambique:

- ✓ Banqueiro do Estado;
- ✓ Conselheiro do Governo no domínio financeiro;
- ✓ Orientador e controlador das políticas monetárias e cambial;
- ✓ Gestor das disponibilidades externas do País;
- ✓ Intermediário nas relações monetárias internacionais; e
- ✓ Supervisor das instituições financeiras.

A missão do Banco de Moçambique, como Banco Central da República de Moçambique, é a preservação do valor da moeda nacional, através da tomada de medidas com vista a manter uma inflação baixa e estável.

A visão estratégica do Banco de Moçambique consiste em tornar-se numa instituição de excelência que:

- ✓ Assegure a estabilidade de preços;
- ✓ Assegure a expansão dos serviços financeiros em todo o território nacional;
- ✓ Promova um sector financeiro competitivo, saudável e sólido;
- ✓ Esteja preparado para enfrentar, com sucesso, os desafios da integração regional e da dinâmica do desenvolvimento internacional.

O Plano Estratégico do Banco de Moçambique para o triénio 2008/2010 define como objectivos gerais da instituição os seguintes:

- ✓ Obter Maior eficácia da política monetária;
- ✓ Fazer Gestão eficiente das reservas externas;
- ✓ Possuir Sistema financeiro forte, são, competitivo e abrangente;
- ✓ Ter Sistema Nacional de Pagamentos eficiente e moderno;
- ✓ Alcançar Modernização do sistema de gestão de recursos humanos;
- ✓ Fazer Gestão institucional baseada em boas práticas.

Os valores organizacionais do Banco de Moçambique constituem a base da cultura institucional e representam um conjunto de princípios orientadores para o desempenho qualitativo e de sucesso almejado pela instituição. Neste contexto, a realização com sucesso da visão estratégica do Banco de Moçambique passa necessariamente pela observância dos seguintes valores fundamentais:

- ✓ Transparência;
- ✓ Envolvimento;
- ✓ Auto-desenvolvimento;
- ✓ Competência;
- ✓ Honestidade;
- ✓ Assiduidade.

A sede do Banco de Moçambique localiza-se em Maputo, cidade capital do país. O Banco Central está presentemente representado por filiais regionais nas cidades da Beira e Nampula e por agências nas cidades de Pemba, Lichinga, Quelimane, Tete e Maxixe. Está prevista para breve a abertura de novas agências nas cidades de Chimoio e Xai-Xai, o que completará a representatividade do Banco Central em todas as Províncias de Moçambique.

Conselho de Administração do BM

- ✓ Governador
- ✓ Vice-Governador
- ✓ Administradora do Pelouro de Supervisão e Contabilidade - (SCO)
- ✓ Administradora do Pelouro de Emissão, Sistema de Pagamentos e Informática - (EPI)
- ✓ Administrador do Pelouro de Mercados, Aprovisionamento e Património - (MAP)
- ✓ Administrador do Pelouro de Estudos Económicos e Estrangeiro - (EES)
- ✓ Administrador do Pelouro de Recursos Humanos e Jurídico - (RHJ)

Departamentos do BM

- ✓ Departamento de Estrangeiro – DES
- ✓ Departamento de Organização, Sistemas e Tecnologias de Informação – DOI
- ✓ Departamento de Auditoria Interna – DAI
- ✓ Departamento de Supervisão Bancária – DSB
- ✓ Gabinete do Governador – GAB
- ✓ Departamento de Emissão e Sistemas de Pagamento – DEP
- ✓ Centro de Documentação e Informação – CDI
- ✓ Departamento de Contabilidade e Orçamento – DCO
- ✓ Gabinete de Planeamento Estratégico, Comunicação e Imagem – GPI
- ✓ Departamento de Mercados – DEM
- ✓ Departamento de Assuntos Jurídicos – DAJ
- ✓ Departamento de Aprovisionamento e Património – DAP
- ✓ Departamento de Gestão e Desenvolvimento de Recursos Humanos – DRH
- ✓ Centro Cultural do Banco de Moçambique – CBM

Filiais do BM

- ✓ Filial de Maputo – FIM
- ✓ Filial da Beira - FIB
- ✓ Filial de Nampula - FIN
- ✓ Filial da Maxixe – FIX
- ✓ Filial de Quelimane - FIQ
- ✓ Filial de Tete - FIT
- ✓ Filial de Pemba – FIP
- ✓ Filial de Lichinga - FIL

7.1.1. Apresentação do GPI

O GPI tem por missão organizar e estruturar de forma sistemática e coerente a elaboração e monitoria do plano estratégico do Banco, bem como a comunicação e imagem do Banco de Moçambique e as Relações Públicas Institucionais.

O Gabinete coordena ainda o apoio Técnico ao governador do Banco. No cumprimento da sua missão, o GPI persegue as seguintes finalidades:

- a) Assegurar a elaboração e monitoria do Plano Estratégico do Banco;
- b) Propor políticas sobre a comunicação e imagem do Banco e garantir a sua execução;
- c) Garantir a definição de padrões para a produção de materiais de promoção e divulgação da imagem do Banco;
- d) Garantir a disseminação das normas sobre matérias da missão do Banco e do sistema financeiro em geral junto do público;
- e) Garantir o relacionamento com a Comunicação Social;
- f) Garantir as relações públicas institucionais;
- g) Assegurar o apoio técnico ao governador e o vice-governador;
- h) Assegurar o intercâmbio com estruturas similares de entidades nacionais e estrangeiras.

No Âmbito do Planeamento Estratégico, o GPI tem por missão

- a) Garantir, em coordenação com as outras unidades de estrutura, a preparação do plano estratégico do Banco;
- b) Zelar pela execução do plano estratégico do Banco, mantendo permanentemente informado o conselho de administração sobre o grau de cumprimento;
- c) Garantir a adequação dos processos de planeamento estratégico do Banco e a respectiva metodologia.

No âmbito das relações públicas, comunicação institucional e imagem.

- a) Definir e executar, em articulação com as outras unidades de estrutura do Banco, a política de comunicação e imagem do Banco;
- b) Organizar um sistema de contacto permanente com os órgãos de comunicação social para a difusão e esclarecimento de informação sobre matérias da missão do Banco;
- c) Conceder materiais publicitários e de educação cívica sobre diversas matérias da alçada do Banco;
- d) Assegurar um sistema de atendimento público para esclarecimento de matérias relacionadas com o sistema financeiro nacional no âmbito da defesa dos utilizadores desses serviços;
- e) Conceber e divulgar o calendário de eventos do Banco de interesse público;
- f) Garantir a gestão da página Web;
- g) Definir normas de relacionamento institucional do Banco e assegurar a sua observância;
- h) Garantir a organização de eventos do Banco com envolvimento de entidades externas;
- i) Colaborar com as outras unidades de estrutura na aplicação, em todos os serviços do Banco de princípios da organização especial e decoração ambiental;
- j) Garantir o funcionamento do balcão de atendimento de visitantes do Banco;
- k) Garantir em coordenação com as unidades, a definição de procedimento de utilização da rubrica de despesas de representação de gestores do Banco;
- l) Prestar apoio as outras unidades na definição de brindes a serem concedidos pelo Banco;

- m) Receber e expandir as chamadas telefónicas do Banco;
- n) Assegurar a tradução do documento e interpretação de eventos do Banco.

No Âmbito do Apoio Técnico

- a) Prestar apoio técnico ao governador e vice-o governador, nas matérias relacionadas com a missão do Banco;
- b) Assegurar a gestão administrativa dos consultores e assessores do Governador;
- c) Garantir a preparação de intervenção do governador e vice-governador do Banco.

7.1.1.1. Estrutura interna do GPI

O GPI é um gabinete composto por 13 funcionários efectivos, sendo:

- ✓ 1 Director
- ✓ 10 Técnicos principais
- ✓ 1 Técnico geral
- ✓ 1 Técnico de Apoio

8. Descrição do que foi realizado

No decurso do estágio, desenvolvemos as seguintes actividades⁹:

- ✓ *Clipping*
- ✓ Planeamento Estratégico
- ✓ Organização de eventos
- ✓ Comunicação (Interna e Externa)
- ✓ Assessoria de Imprensa

No concernente ao *clipping*¹⁰, desenvolvemos actividades como leitura diária dos jornais, onde se fez a compilação das notícias sobre o BM e o Sistema Financeiro Nacional.

Em relação ao Planeamento Estratégico, obteve-se informações sobre a sua estrutura. Para a elaboração do mesmo, cada unidade de estrutura, isto é, cada departamento, tem o seu objectivo geral, dependendo da função que cada um tem realizado.

Na área de organização de eventos, logo ao início leu-se o Manual e o Regulamento de Protocolo do BM, aprendeu-se como organizar um evento e fazer os documentos necessários. Essencialmente, elabora-se um documento principal, onde se descreve tudo sobre o evento a organizar, de seguida faz-se o cronograma das actividades e a proposta do orçamento, estes dois documentos anexam-se ao documento principal.

i. Os pontos chave para a organização de um evento:

- ✓ Local, data e hora da realização do evento
- ✓ Lista dos convidados
- ✓ Serviço de decoração e *catering*
- ✓ Local de acomodação para os participantes externos
- ✓ Transporte

Durante o estágio, na área de organização de eventos, participou-se a nível interno e externo, nos seguintes eventos:

⁹ Estas actividades podem ser vistas de forma esquemática na tabela em Anexo 2.

¹⁰ Resumo diário das notícias do interesse da instituição (Anexo 3)

1. Seminário sobre a Gestão de Numerário e Serviços de Protecção da SADC, que se realizou de 21-23 de Novembro de 2011- Cidade da Matola no, Centro Cultural do Banco de Moçambique;
2. Jornadas Científicas, realizou-se no dia 30 de Novembro - Cidade da Matola, no Centro Cultural do Banco de Moçambique;
3. Brinde de Fim de Ano, realizou se no dia 19 de Dezembro de 2011 - Edifício sede do BM;
4. Reunião dos Trabalhadores do Banco de Moçambique, realizou-se no dia 19 de Dezembro de 2011- Edifício sede do BM;
5. Inauguração de Centro de Saúde do Banco de Moçambique, dia 19 de Dezembro de 2011;
6. Brinde com os órgãos de Comunicação Social, realizou se no dia 23 de Dezembro de 2011 - Hotel Cardoso.

No que concerne a comunicação interna e externa, tem-se o seguinte: Colectivos; Normativos; Reuniões; Publicações Internas (BIBM); Identidade Corporativa e a página *web*.

Relativamente à Página *web*, viu-se que toda informação está no servidor do Banco, sendo que nem todos os técnicos do BM tem acesso ao servidor. Algumas informações da página são actualizadas diariamente. Em cada UE há um responsável em fazer a actualização das informações.

Deve-se destacar que existe a intranet, que é a rede de comunicação interna com informação do interesse dos colaboradores do BM.

O estágio terminou na área de Assessoria de Imprensa, onde se realizaram as seguintes actividades:

Preparação de press releases, cobertura e editoração de textos e organização de conferências de imprensa.

Em virtude das tarefas apresentadas no GPI, com a bagagem teórica que obtida nas aulas, não se encararam grandes dificuldades, porque os conhecimentos trazidos da academia foram importantes para superar os constrangimentos, visto que não existem muitas discrepâncias entre aquilo que aconteceu no BM no âmbito da organização de eventos com os ensinamentos teóricos.

Um aspecto não menos importante que talvez se possa mencionar como constrangimento é o número de técnicos que trabalha na organização de eventos, que não vai de encontro ao volume de eventos que o BM organiza, obrigando à dedicação de muito tempo engajado nos trabalhos, sobrando pouco tempo para fazer crítica.

9. Discussão de Resultados

Os resultados aqui obtidos foram fruto da triangulação entre as entrevistas¹¹ semi-abertas, as informações da revisão de literatura e as opiniões formadas durante o estágio.

As entrevistas foram feitas a quatro técnicos, o que corresponde a 30.8% do total dos funcionários daquele UE, isto é, 4 técnicos no universo de 13 funcionários. Este número justifica-se pelo facto destas serem as pessoas que aderiram às entrevistas neste sector.

A primeira questão que se lançou foi sobre o que entendiam por eventos. De acordo com K¹², “evento é um acontecimento que tem como característica principal proporcionar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o tema principal”. As opiniões dos outros entrevistados não se distanciam da apresentada por K, não sendo necessário abordar as suas respostas.

Esta resposta sobre o que é um evento vai de encontro com o posicionamento da autora Santiago (2007), que afirma que um evento é um acontecimento planeado que ocorre num dado tempo e lugar, visando promover a relação entre organização anfitriã e público de seu interesse, com vista ao alcance de determinados objectivos.

A questão seguinte foi: quais são os tipos de eventos que o vosso departamento desenvolve? Parte dos entrevistados apresentou como tipos de eventos seminários e almoços, desportos e cultura. Outros falaram de brindes de fim de ano, conselhos consultivos e inaugurações.

Em suma, eles afirmam que estes eventos resumem-se em dois tipos: eventos internos e eventos externos à instituição.

Em relação a esta questão, Donald (1997) ensina que a tipologia de eventos institucionais varia de instituição para instituição, em função da natureza da instituição e dos objectivos que pretende alcançar. O autor acrescenta que os eventos podem ser apenas para o pessoal interno à instituição, assim como externo a ela, em função da sua política de funcionamento.

¹¹ Ver anexo 4

¹² K é o funcionário que respondeu em anonimato.

No que tem a ver com os procedimentos para a elaboração dos eventos apresentados pelos entrevistados, eles afirmam que alguns eventos mais formais seguem um padrão, com a elaboração de um cronograma de actividades, distribuição de tarefas e um cerimonial pré-estabelecido. Este processo parte com a submissão da proposta do evento ao CA, para a aprovação, e em seguida iniciam as actividades mencionadas nas linhas anteriores.

Sobre os procedimentos, Donald (2007) diz que não existe uma fórmula única para elaboração de eventos. Os procedimentos variam do grau de organização das instituições e do nível de descentralização ou departamentalização.

Veloso (2001) é contrário a esta posição, ao afirmar que para que as etapas pré-estabelecidas na realização de um evento sejam seguidas as metas propostas atingidas e tragam resultados positivos é necessário seguir um roteiro.

O autor sustenta que a organização de eventos obedece a uma sequência lógica pontuada por procedimentos. As primeiras questões a se formalizar são a natureza do evento, o público a quem se destina e quanto importa o investimento financeiro. O custo-benefício entra como factor decisivo para se realizar ou não do evento.

Com isso, para que um planeamento atinja os objectivos e torne-se válido, é necessário que seja criterioso e englobe alguns tópicos, que segundo Cesca (2008) são objectivos, públicos, estratégias, recursos, implantação, factores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento.

Face às respostas apresentadas, foi pertinente questionar se os eventos eram importantes para a consolidação institucional. Três dos colaboradores afirmaram que sim, era fundamental. Apenas um colaborador dos entrevistados abriu um campo para dizer que nem sempre os eventos constituem um elemento para a consolidação institucional.

Estes afirmam que é importante porque a confraternização entre os trabalhadores proporciona um momento informal para a comunicação com a administração do Banco, aproximando também aos colaboradores externos.

Outro aspecto não menos importante é, por exemplo, nos casos dos conselhos consultivos, onde nas secções abertas ao público debatem-se temas de interesse nacional financeiro, podendo-se fortalecer a imagem externa do BM

Sob o ponto de vista de satisfação em relação aos eventos realizados, todos entrevistados forma unânimes em afirmar que sim, exceptuando o colaborador que ficou reticente em relação a importância dos eventos para a instituição.

Das questões apresentadas acima, e fazendo uma articulação com aquilo que os teóricos apresentam, podemos afirmar que a organização de eventos nos últimos tempos está a ganhar um cunho mais científico e profissional, daí que as organizações no geral, e o BM, em particular, procurem criar sectores ou departamentos específicos para zelar sobre esta matéria.

Também verifica-se que em relação aos objectivos dos eventos e da importância para a instituição, encontra-se consenso entre os membros da organização, factor que contribui para o sucesso nos eventos organizados.

10. Conclusão

No final da pesquisa, pode-se concluir que o objectivo de analisar a concepção e implementação de eventos no BM foram alcançados.

O alcance dos objectivos foi possível a partir da articulação entre as informações bibliográficas, da observação participante, das entrevistas desenvolvidas aos colaboradores ao longo do trabalho e dos documentos oficiais existentes no BM.

No que concerne à noção de evento, constatou-se a partir da revisão literária que é um acontecimento planeado que ocorre num dado tempo e lugar, que visando promover a relação entre a organização anfitriã e o público de seu interesse, com vista ao alcance de determinados objectivos.

Os eventos não devem acontecer de forma esporádica. A sua concepção carece de uma planificação prévia, uma sequência lógica pontuada por procedimentos. As primeiras questões a se formalizar são a natureza do evento, o público a quem se destina e quanto importa o investimento financeiro. O custo benefício entra como factor decisivo para se realizar ou não o evento. Assim, a concepção e implementação de eventos deve ter em conta os tipos de eventos e a prévia planificação em função das tipologias identificadas.

A partir da observação participante, dos documentos existentes e das entrevistas feitas no BM, chega-se a seguinte conclusão: evento é um acontecimento que tem como característica principal proporcionar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o tema principal. Quanto à tipologia, subdividem-se em dois grandes grupos: eventos internos e externos.

A concepção e implementação de eventos nesta instituição segue uma série de formalidades e procedimentos. Esta situação fez com que se criasse um regulamento e manual de protocolo do BM, por forma a guiar e orientar todo o processo de concepção e implementação de eventos.

Relativamente ao nível de satisfação, em virtude dos eventos organizados pelo BM, verificou-se uma situação satisfatória, pois antes, durante e depois dos eventos a comissão organizadora procura auscultar os participantes.

11. Referências

Antoni, Verner Luis, **Orientação para o mercado e performace: uma proposta de um modelo preditivo para o ensino superior**, Passo Fundo: UPF, 2004.

Banco de Moçambique, Ordem de Serviço nº15/2009, de 22 de Outubro, **Documento que aprova o regulamento e manual do protocolo do Banco de Moçambique**, Maputo: BM, 2009.

Cesca, Cleusa G. Gimenes, **Organização de eventos: manual para planeamento e execução**. São Paulo: Summus, 2008.

Chiavenato, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus,2000

Getz, Donald, **Event Management and event tourism**, (2a ed.), Cognizant Communication – Corporation, 1997.

Gil. A. C. , **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas,2007

Hammersley, M., Atkinson, P., **Ethnography**, Principles in Practice, (2ª Ed.), London: Routledge, 1994.

Lakatos, E. M, Marconi, M de A, **Metodologia de Trabalho Científico**, São Paulo,Atlas, 2000.

Martins, Ana Maria Santana, **Apostila sobre o curso Gestão de Eventos e Cerimonial**, São Paulo, 1999.

Matias, Marlene, **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**, 4.ed., Barueri: Manole, 2007.

Meirelles, Gilda Fleury, **Tudo sobre eventos**, São Paulo: STS, 1999.

Santiago, Ana, **Acção de Formação Organização e Gestão de Eventos**, Lisboa: Portal do Ser, 2007.

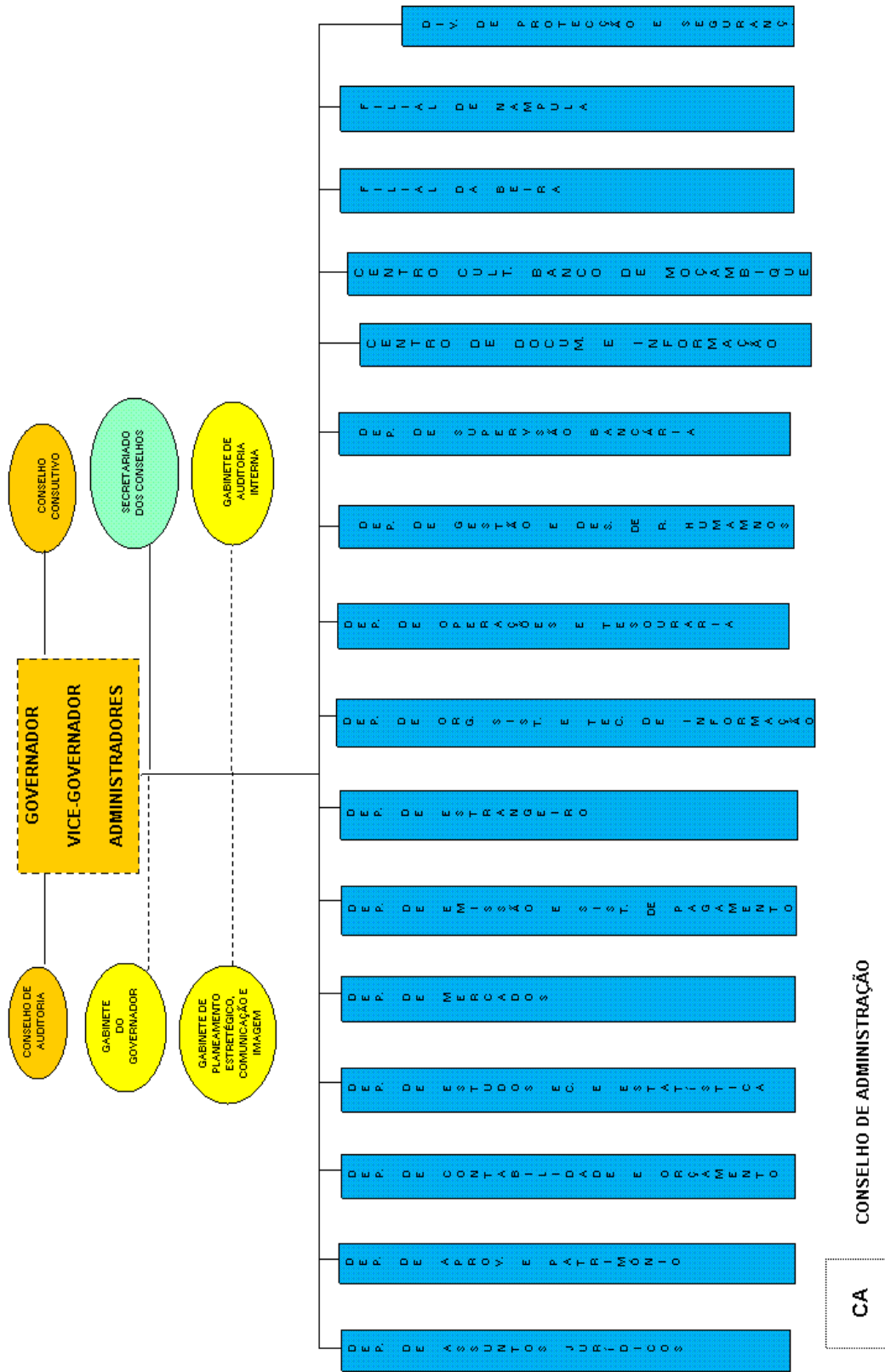
Scanlan, Burt K. **Princípios de Administração e Comportamento Organizacional**. São Paulo:Atlas,1979

Sobrinho, José Coelho, **Relações Públicas Teoria e Prática**, Porto, 1995

Veloso, José Dirceu, **Organização de Eventos e Solenidades**, São Paulo: Editora: AB, 2001.

ANEXOS

ANEXO 1: Organigrama



ANEXO 2: Actividades realizadas durante o estágio

ORD.	ATRIBUIÇÕES	ACTIVIDADES	DURAÇÃO
1	<i>Clipping</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Leitura diária dos jornais • Compilação e envio das notícias sobre o Sistema Financeiro Nacional 	Permanente
2	Planeamento Estratégico (PE)	<ul style="list-style-type: none"> • Participação no fórum de PE; • Monitoria e Avaliação 	15 dias úteis
3	Organização de Eventos	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer o Manual e o Regulamento de Protocolo do BM (Lista de Precedências, Placement, etc.) • Concepção do evento, orçamentação, intervenientes • Emissão de convites e <i>follow up</i>, Coordenação de todo evento 	Permanente
4	Comunicação (Interna e Externa)	<ul style="list-style-type: none"> • Colectivos, Normativos, Reuniões, • Publicações Internas (BIBM) • Página web, • Identidade Corporativa 	15 dias úteis
5	Assessoria de Imprensa	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação de Press Releases • Cobertura e editoração de textos 	Permanente

		<ul style="list-style-type: none">• Organização de Conferências de Imprensa	
6	Balanço e sistematização		5 dias

ANEXO 3-Clipping

NOTÍCIAS SOBRE O SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL DE 02.12.11

I. BANCA

A. NOTÍCIAS SOBRE O BM

1.

ESTATÍSTICAS

Reservas internacionais registam ligeira baixa

As Reservas Internacionais Líquidas moçambicanas reduziram na primeira quinzena deste mês em 13,8 milhões de dólares norte-americanos (USD), segundo informa o Banco de Moçambique em comunicado.

Dados provisórios indicam que o saldo preliminar das reservas internacionais líquidas foi de 2.124,2 milhões de dólares norte-americanos no fecho da primeira quinzena de Novembro de 2011, representando um desgaste de 13,8 milhões USD, comparativamente ao fecho da última quinzena de Outubro de 2011.

Esta situação resultou de perdas líquidas cambiais de 26,4 milhões dólares norte-americanos, vendas líquidas de divisas efectuadas pelo Banco Central no Mercado Cambial Interbancário (MCI) no valor de 2,4 milhões USD, elevando as vendas acumuladas desde do início do ano para 425,6 milhões USD.

Por outro lado, contribuíram para a redução das reservas, os diversos pagamentos efectuados pelo Estado, num total de 2,1 milhões USD, pagamento do serviço da dívida pública externa em 1,3 milhões USD e diversos movimentos no valor de 0,2 milhões USD.

No seu comunicado, o Banco de Moçambique salienta que o desgaste das reservas líquidas internacionais foi atenuado pela entrada líquida de fundos a favor dos projectos do Governo, no montante de 13 milhões USD, ganhos líquidos decorrentes do efeito-preço nas operações de Ouro, em 3,9 milhões USD e nas operações envolvendo títulos no montante de 0.1

milhões, juros líquidos de aplicações de activos no exterior no valor de 0,9 milhão e depósitos líquidos dos Bancos comerciais no BM no valor de 0,7 milhão.

Enquanto isso, as Reservas Bancárias aumentaram em 6.21 milhões de meticais, no fecho da primeira quinzena de Novembro.

Assim, o saldo das reservas bancárias foi de 11.477,2 milhões de meticais, correspondente a um aumento de 6,21 milhões de meticais em relação ao fecho da quinzena passada.

De acordo com o Banco de Moçambique, este aumento foi determinado, essencialmente, pela componente denominada em moeda nacional em 144,25 milhões de meticais, contra uma redução da componente em moeda estrangeira em 138 milhões, respectivamente.

O aumento das reservas bancárias em moeda nacional foi justificado pelo vencimento líquido de aplicações das instituições de crédito na Facilidade Permanente de Depósitos no valor de 237,6 milhões de meticais, depósitos líquidos de numerário efectuados pelas instituições de crédito no valor de 174,5 milhões e injeção de liquidez pelo Estado, no âmbito da execução orçamental, em 158,8 milhões.

Por outro lado, contribuíram para tal aumento, o vencimento líquido de bilhetes do tesouro no valor de 37,3 milhões de Meticais e diversos movimentos no valor de 0.36 milhão de meticais.

Ao longo da primeira quinzena deste mês, o Metical registou ganhos face às moedas dos principais parceiros comerciais. No dia 15 de Novembro, o Dólar dos Estados Unidos da América no MCI era cotado a 26.97 meticais, representando um ganho nominal, nesse período, de 0,22 por cento face a 0,07 por cento da quinzena anterior.

Em termos acumulados e anuais, a moeda nacional registou ganhos nominais de 17,85 por cento e 24,43 por cento, respectivamente.

No mesmo período, a taxa de câmbio praticada pelos Bancos comerciais nas suas transacções com o público foi de 26.8 Meticais/USD, equivalente a uma apreciação de 0,22 por cento na quinzena, face a apreciação de 0,07 por cento da quinzena anterior.

Assim, em termos acumulados e anuais, a moeda nacional regista ganhos nominais de 17,85 por cento e 25,20 por cento, respectivamente.

Noticias, suplemento *economia e Negócios* , 02.12.11,P.3 (AIM)

B. NOTÍCIAS SOBRE ICSF'S

1.

SERVIÇOS BANCÁRIOS COBREM MENOS DE METADE DE MOÇAMBIQUE

Os serviços bancários ainda cobrem menos de metade de Moçambique, abrangendo apenas 60 dos 128 distritos existentes em todo o país.

Falando ontem durante o lançamento da Estratégia de Finanças Rurais em Moçambique”, o vice-ministro da Administração Estatal, José Tsambe, disse que o acesso às finanças de forma inclusiva ainda é um entrave para o desenvolvimento do país em geral e da economia rural em particular.

“O Programa Quinquenal do Governo preconiza o alargamento da cobertura geográfica dos serviços bancários, da poupança nacional e dos sistemas da cadeia de valor que envolvem as pequenas e médias empresas”, disse o governante. Segundo Tsambe, é nesta esteira que o Governo tem tomado várias medidas de financiamento inclusivo, com enfoque particular para o Fundo de Desenvolvimento Distrital (FDD), que tem estado a beneficiar milhares de pessoas de baixa renda. Refira-se que o FFD é uma das políticas introduzidas pelo Presidente Armando Guebuza após a sua eleição em 2004 visando financiar iniciativas de produção de alimentos e geração de postos de trabalho nas áreas rurais.

Quando foi introduzido, este fundo era de sete milhões de meticais (equivalente a 263 mil dólares no câmbio do dia), mas hoje, passados cinco anos após a sua introdução, o montante atribuído a cada um dos 128 distritos do país subiu, chegando mesmo a ascender a nove milhões de meticais.

Diário de Noticias, 02.12.11, P.1/2 (Redacção)

➤ **Notícia similar nos seguintes jornais:**

- *Vertical*, 02.12.11, P.1/2 (MN)

- *O País*, 02.12.11, retirado da internet (Redacção)

2.

BCI LANÇA NOVA CAMPANHA DE POUPANÇA

Até ao dia 31 de Dezembro o Banco de Comercial e de Investimento, BCI, vai exhibir a sua mais recente campanha de poupança, lançada no âmbito das comemorações do 15º aniversário da sua constituição, em 1996.

A mesma intitulada “*BCI 15 anos*”, é dirigida aos seus actuais clientes e a toda sociedade, assente num depósito a 62 dias, com taxas até 20% (TANB), dependendo do montante aplicado disponível para clientes particulares e empresas.

Leia mais jornal savana, 02.12.11, P.10 (Redacção)

3.

Delegação norueguesa em Maputo

ACCIONISTAS ACOMPANHAM DE PERTO DESEMPENHO DO BANCO TERRA

O Banco Terra recebe na manhã desta quinta-feira, na sua Sede em Maputo, uma visita oficial dos Ministros Noruegueses do Ambiente e Desenvolvimento Internacional, Erik Solheim e da Indústria e Comércio, Trond Giske.

A visita ao Banco enquadra-se no facto de este ser um empreendimento com capitais noruegueses, através do Norfund, uma das suas accionistas.

Essencialmente, a ideia dos ilustres visitantes, era procurar saber como a instituição bancária da qual fazem parte tem desempenhado o seu papel ao serviço dos moçambicanos, relativamente ao financiamento e prestação de outros serviços bancários para as áreas do Agro-Negócios.

Durante a visita, o Ministro Norueguês do Ambiente e Desenvolvimento Internacional, Erik Solheim, considerou o Banco o sinónimo do desenvolvimento, em reconhecimento aos esforços que a instituição tem vindo a mostrar em 2 anos da sua existência, no financiamento dos projectos de Agronegócios das populações rurais e peri-urbanos.

No seu discurso, manifestou a satisfação pelo apoio que a embaixada da Noruega em Moçambique presta ao Banco, reiterando o seu compromisso em continuar a apoiar todas as actividades desenvolvidas por Banco, por serem importantes ao desenvolvimento do país.

O Banco Terra, que aumentou, este ano, o seu capital social para 1.065 milhões de meticais prevê, para 2012, com a aprovação de um novo plano de negócios, duplicar as suas actividades.

Em representação do Banco Terra pela delegação da Noruega estiveram presentes o Director Executivo, Karl Moursund, e o Director de Vendas, David Gerbrands. Pela parte moçambicana, contou com a participação dos membros da comissão executiva do Banco e da equipa comercial.

Media fax, 02.12.11, P.6 (Redacção)

4.

Zonas rurais

APROVADOS 74 PROJECTOS DE SERVIÇOS FINANCEIROS

O Fundo de Apoio à Reabilitação Económica (FARE) aprovou, desde Setembro de 2005, um total de 74 projectos de investimentos no âmbito da expansão e estabelecimento de instituições de intermediação financeira nas zonas rurais, cobrindo 68 distritos que estavam desprovidos de serviços financeiros (crédito e poupança).

Actualmente, segundo dados avançados ontem, no Maputo, durante o lançamento da Estratégia Nacional de Finanças Rurais, cerca de 80 mil pessoas são novos clientes do sistema financeiro formal, abrangendo, desta forma, perto de 400 mil agregados familiares.

Ricardo Isabel, que falou em representação do Presidente do Conselho de Administração do FARE, referiu que o Programa de Apoio às Finanças Rurais tem como objectivos contribuir para o crescimento económico e alívio da pobreza, através do financiamento a instituições de intermediação financeira interessadas em estender o acesso sustentável aos serviços financeiros e produtos de poupança, crédito, transferência e seguros às zonas rurais.

Espera-se que durante os oito anos da sua vigência melhore o ambiente para a expansão de serviços financeiros para as zonas rurais; angariação para o sistema bancário de mais de 125 mil novos clientes; criação de cerca de mil novas associações financeiras de base comunitária, abrangendo mais de 30 mil membros; bem assim o aumento nas zonas rurais de actividades geradoras de renda.

O Programa de Apoio às Finanças Rurais resulta de uma parceria entre o Governo de Moçambique, o Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola (FIDA) e o Banco Africano de Desenvolvimento (BAD).

Para Ricardo Isabel, a Estratégia Nacional, ontem lançada, é mais um instrumento orientador e regulador das actividades do Programa de Apoio às Finanças Rurais.

"Com o lançamento da Estratégia Nacional de Finanças Rurais sentimos que as metas traçadas pelo Governo de Moçambique serão alcançadas", disse Ricardo Isabel, acrescentando que o instrumento representa uma grande contribuição para a prossecução de diversas actividades, com destaque para a agricultura, pesca e comércio rural.

Ricardo Isabel defendeu a necessidade de maior divulgação da Estratégia Nacional de Finanças Rurais, pois, nas suas palavras, "a simples aprovação de políticas e/ou orientação por si só não tem o efeito desejado se não for suficientemente divulgado".

Refira-se que a aprovação da Estratégia Nacional de Finanças Rurais surge no âmbito da prossecução dos objectivos do Governo que escolhe o distrito como principal pólo de desenvolvimento do país.

Notícias, 02.12.11, P.8 (Redacção)

II. ECONOMIA/INVESTIMENTO

1.

Patente na recente pesquisa da KPMG

AVALIAÇÕES AMBIVALENTES DA ROBUSTEZ DO METICAL

Apreciação da divisamoçambicana, o Metical, face às principais moedas externas de maior circulação no país, está a saldar-se no aumento de compras no mercado internacional por empresas nacionais, segundo percepção geral dos agentes económicos moçambicanos ouvidos pela empresa KPMG sobre o Índice do Ambiente de Negócios 2011.

Entendimento contrário pertence aos empresários que se dedicam à exportação dos seus produtos que são de opinião de que a fortificação do Metical está a provocar o retraimento das suas exportações por “os produtos nacionais se tornarem menos atractivos no mercado externo”, por estarem a ser adquiridos a preços elevados.

A pesquisa da KPMG diz ter ainda concluído que 48% das cerca de mil empresas entrevistadas em todo o país foram de opinião de que o actual comportamento da divisa moçambicana não terá qualquer influência sobre os seus negócios e outras 25% disseram que esta tendência representa um impacto positivo aos seus negócios, enquanto outras 27% afirmam que o impacto será negativo.

De referir que, na primeira quinzena de Novembro de 2011, o Metical registou ganhos face às moedas dos principais parceiros comerciais de 0,22%, face a 0,07% da quinzena anterior e em termos acumulados e anuais, a moeda nacional registou ganhos nominais de 17,85% e 24,43%, respectivamente.

O diferencial entre a taxa de câmbio das cotações do Dólar dos Estados Unidos da América e a média praticada pelos Bancos comerciais nas suas operações com o público foi de -0,33%, face a 0,04% da quinzena anterior, contrariando, assim, a tendência positiva do diferencial observado nas últimas três quinzenas.

Do cruzamento da cotação do Dólar dos EUA com o câmbio desta moeda no mercado doméstico resultaram cotações correspondentes a ganho nominal do Metical de 2,33%, face ao Euro e 4,32% relativamente ao Rand.

Refira-se, entretanto, que a criminalidade e a corrupção continuaram, na edição de 2011 do Índice de Ambiente de Negócios, a entravar a melhoria do ambiente de negócios, em Moçambique, segundo ainda resultados da pesquisa da empresa KPMG.

Correio da Manhã, 02.12.11, P.3 (Filimão Saveca)

ANEXO 4: Guião de Entrevista

O presente questionário integra-se no trabalho de fim do curso intitulado Concepção e Implementação de eventos das instituições, tomando como caso BM.

O mesmo tem como objectivo o cumprimento parcial dos requisitos exigidos pela UNIVERSIDADE POLITÉCNICA para obtenção do grau de licenciatura em Ciências da Comunicação. Neste contexto agradeço que as questões sejam respondidas de forma profissional e verdadeira como forma a garantir a fiabilidade das informações

A estagiária: Selma Tatiana Roque José

1. O que entende por eventos?

2. Quais são os tipos de eventos desenvolvidos pelo vosso departamento?

3. Quais os procedimentos para a elaboração destes eventos?

4. Quais são os objectivos que se pretendem alcançar em cada tipo de evento organizado?

5. Será que os eventos são importantes para a consolidação institucional?

Sim ___

Não ___

6. Se sim, de que maneira eles contribuem para a consolidação institucional?

7. Todos os eventos organizados pela vossa instituição envolvem os clientes do Banco?

Sim___

Não___

8. Se não, quais são as razões?

9. Acha que os participantes ficam felizes com os eventos por vocês organizados?

Sim___

Não___

10. Se não, quais os mecanismos usam para melhorar a organização dos eventos do Banco?
