



**Universidade Politécnica**  
**A Politécnica**  
**Instituto Superior Aberto**

**Análise da Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das  
PME'S em Moçambique: Caso da Empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM  
FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019)**

Hélio Francisco Lissivane

Código de estudante: 393280

Maputo  
2021

Hélio Francisco Lissivane

**Análise da Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME's em Moçambique: Caso da Empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019)**

Projecto de Pesquisa apresentado ao Instituto Superior Aberto como requisito parcial para a obtenção do Grau de Licenciado em Gestão de Empresas.

Supervisor: Mestre José Timba

Maputo

2021

## **Parecer do Supervisor**

Projecto de Pesquisa apresentado ao Instituto Superior Aberto como requisito parcial para a obtenção do Grau de Licenciado em Gestão de Empresas, sob o tema Análise da Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME's em Moçambique: Caso da Empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019)

Supervisor: Mestre José Timba

## **DECLARAÇÃO DE HONRA**

Declaro que esta monografia é resultado da minha investigação pessoal, das orientações do meu supervisor, o conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente referenciadas. Declaro ainda que este trabalho não foi apresentado em nenhuma outra instituição para a obtenção de qualquer grau académico. Por ser verdade, passo a assinar:

Maputo, \_\_\_\_\_ de Setembro de 2021

---

(Hélio Francisco Lissivane)

## **DEDICATÓRIA**

Em primeiro lugar dedico este trabalho a Deus, por ser o criador dos céus e da terra e tudo quanto há neles; por ser a bússola que me guia junto da minha família. Dedico de igual modo a toda minha família, pelo suporte que nunca deixaram faltar nos momentos que mais preciso.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar agradecer a Deus pelo dom da vida.

Em segundo lugar agradecer aos meus avôs Ana Sigauque Mabjaia e José Mutaco Machava. Especialmente agradeço a minha mãe, Virgínia Machava. Pela educação exemplar com que sempre pautou inculcar em mim desde a tenra idade. Agradecer pelo sacrifício que ela sempre fez para colocar o pão na mesa e sustentar os meus estudos.

Em terceiro lugar agradecer a minha esposa Chádia José Wamba Lissivane pelo carinho, companheirismo e compreensão, quando por várias vezes tive de abdicar do convívio familiar para me dedicar aos estudos.

Por último agradecer ao tutor José Timba pela disponibilidade e paciência de monitorar o meu trabalho de fim de curso. Agradecer de igual modo a todos tutores e colegas que me ajudaram ao longo da minha caminhada estudantil.

## **RESUMO**

O presente trabalho, com o tema “Análise da Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME’S em Moçambique: Caso da Empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019), tem como objectivo principal analisar a Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME’S em Moçambique. Tem como objectivos intermédios descrever os determinantes do crescimento de uma empresa, identificar a importância e vantagens da certificação de um produto, bem como os critérios assumidos para a certificação de produtos em Moçambique; avaliar o impacto da certificação na empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA.

Para o alcance dos objectivos acima mencionados, usaram-se os seguintes procedimentos de investigação: pesquisa bibliográfica-documental, trabalho de campo e análise de dados. Este trabalho é classificado como um estudo descritivo e exploratório, usou-se o método de entrevista e questionário para a recolha dados junto ao INNOQ e a AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA. Este trabalho abrangeu uma amostra de 13 (treze) funcionários da AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA e 1 (um) representante do INNOQ.

De acordo com os dados obtidos junto do INE do último censo 2015, em Moçambique há um total de 51237 empresas registadas oficialmente, deste universo de empresas apenas 78 empresas ao nível nacional possuem a patente de certificação. A certificação é um processo voluntário, as empresas só se certificam, quando os gestores da empresa compreendem a importância da certificação para agregar maior valor na empresa e melhorar a imagem da mesma no mercado. Infelizmente maior é o número de empresas que ainda não compreendem a importância da certificação de produtos.

Em Moçambique, infelizmente nem todas as empresas podem suportar o custo da certificação. A CTA em coordenação com as empresas que estão a explorar o projecto de gás na bacia do Rovuma estão a levar a cabo programas para incentivar a certificação das empresas moçambicanas.

Existem várias barreiras à certificação, o fraco conhecimento das empresas sobre os requisitos para obter a certificação e a lenta adaptação das empresas às normas impostas pelos regulares constituem maior empecilho para as empresas moçambicanas obterem a patente da certificação.

Do inquérito efectuado na AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA, obteve-se os seguintes dados. 100 por cento da amostra afirmou que houve mudanças a nível da organização após aderência da certificação, dentre elas destacam-se: a melhoria dos processos internos nas diversas áreas de produção. 92 por cento da amostra respondeu que concorda totalmente que a certificação melhorou a relação da empresa com os clientes, e oito por cento da amostra respondeu que discorda totalmente que a certificação trouxe melhoria na relação com os clientes.

62 por cento dos inqueridos concorda totalmente que a certificação de produtos aumentou a confiança dos clientes em relação a empresa , 23 por cento concorda parcialmente com este facto e 15 por cento não concorda nem discorda que a certificação aumentou a confiança dos clientes em relação aos produtos

54 por cento da amostra concorda totalmente que a certificação de produtos aumentou o nível de competitividade da empresa, 31 por cento concordam parcialmente, 15 por cento da amostra não concorda nem discorda com este posicionamento.

**Palavras- chave:** Certificação, Crescimento, Pequenas e Medias Empresas

## **ABSTRACT**

The present work, under the theme “Analysis of Product Certification as a Determinant Factor for the Growth of PME's in Mozambique: Case of the Company AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019), has as main objective to analyze the Product Certification as a Factor Determinant for the Growth of PME's in Mozambique. The intermediate objectives are to describe the determinants of a company's growth, identify the importance and advantages of product certification, as well as the criteria assumed for product certification in Mozambique; evaluate the impact of certification on the company AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA.

To achieve the above mentioned objectives, the following investigation procedures were used: bibliographical-documentary research, field work and data analysis. This work is classified as a descriptive study, using the method of interview and questionnaire to collect data from INNOQ and AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA. This work included a sample of 13 (thirteen) employees of AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA and 1 (one) representative of INNOQ.

According to the last data from 2015 obtained from the INE, in Mozambique there are a total of 51237 officially registered companies, of which only 78 companies at national level have a certification patent. Certification is a voluntary process, companies only get certified when company managers understand the importance of certification to add greater value to the company and improve the company's image in the market. Unfortunately, most of the companies still do not understand the importance of product certification.

In Mozambique, unfortunately not all companies can bear the cost of certification. The CTA, in coordination with the companies that are exploring the gas project in the Rovuma basin, are carrying out programs to encourage the certification of Mozambican companies.

There are several barriers to certification, the companies' poor knowledge of the requirements to obtain certification and the slow adaptation of companies to the standards imposed by the regulars constitute a major obstacle for Mozambican companies to obtain the certification patent.

The search carried out at AFRIGOTEL - ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA, obtained the following data. 100 percent of the sample highlighted that there were changes at the organization level after adherence to the certification, they stand out: the improvement of internal processes in the various areas of production. 92 percent of the sample responded that they totally agreed that certification had improved in relation to the company with customers, and eight percent of the sample responded that they totally disagreed that certification had improved their relationship with customers.

62 percent of respondents fully agree that product certification has increased customer confidence in the company, 23 percent partially agree with this fact and 15 percent neither agree nor disagree that certification has increased customer confidence in the products

54 percent of the sample fully agree that product certification has increased the company's level of competitiveness, 31 percent partially agree, 15 percent of the sample neither agree nor disagree with this position.

**Keywords:** Certification, Growth, Small and Medium Enterprises

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1: Classificação de Empresas quanto a Dimensão .....	6
Tabela 2: Número de Empresas Certificadas em Moçambique .....	20
Tabela 3: Número de Empresas Existentes em Moçambique.....	20
Tabela 4: Custos e Etapas para Certificação de Empresas .....	22

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 1: Avaliação de Melhoria dos Processos de Produção após a Certificação .....	24
Gráfico 2: Avaliação de Melhoria da Relação com Clientes .....	25
Gráfico 3: Avaliação de Confiança dos Clientes em Relação aos Produtos .....	25
Gráfico 4: Avaliação da Aceitação dos Trabalhadores sobre as formas de Trabalho após a Cert.26	
Gráfico 5: Avaliação do Nível de Competividade da Empresa após a Certificação .....	26

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

CTA – Confederações das Associações Económicas de Moçambique

INE – Instituto Nacional de Estatística

INNOQ – Instituto Nacional de Normalização e Qualidade

ISO – International Organization for Standardization

IEC – International Electrotechnical Commission

MIC – Ministério da Indústria e Comércio

Mt's – Meticais

PME's – Pequenas e Médias Empresas

## **Índice**

DECLARAÇÃO DE HONRA .....	I
DEDICATÓRIA.....	II
AGRADECIMENTOS .....	III
RESUMO .....	IV
ABSTRACT .....	VI
Lista de Tabelas .....	VIII
Lista de Gráficos.....	IX
LISTA DE ABREVIATURAS.....	X
<b>CAPITULO I – INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
1. 1. Contextualização .....	1
1.2. Delimitação espaço -temporal.....	2
1.3. Justificativa .....	2
1.4. Identificação do Problema .....	3
1.5. Hipóteses.....	3
1.6. Objectivos da pesquisa.....	4
1.6.1. Objectivo Geral .....	4
1.6.2. Objectivos Específicos .....	4
1.7. Estrutura do trabalho.....	4
1.8. Estudos Futuros.....	4
1.9. Limitações da Investigação.....	4
<b>CAPITULO II - REVISÃO DA LITERATURA.....</b>	<b>5</b>
2.1. Definição de Conceitos .....	5
2.1.1. Certificação .....	5
2.1.2. Produto .....	5
2.1.3. Crescimento.....	6

2.1.4. Pequenas e Medias Empresas.....	6
2.2. Processo de Certificação de Produtos .....	6
2.3. Sistemas de certificação, (ISO / IEC) .....	7
2.3.1. Sistema De Gestão Da Qualidade NM ISO 9001 .....	8
2.3.2. Sistema De Gestão Ambiental NM ISO 14001 .....	8
2.3.3. Sistema De Gestão Da Segurança E Saúde No Trabalho OHSAS 18001 .....	9
2.3.4. Sistema De Gestão Da Segurança Alimentar NM ISO 22000 .....	9
2.4. Vantagens da Certificação de Produtos .....	10
2.4.1. Vantagens para os Fabricantes/Revendedores .....	10
2.4.2. Vantagens para Consumidores .....	10
2.5. Desvantagens da Certificação .....	11
2.5.1. Para os Fabricantes/ Revendedores .....	11
2.5.2. Desvantagens para os Consumidores .....	12
2.6. Importância da Certificação de Produtos .....	12
2.7. Determinantes do Crescimento de Uma Empresa .....	12
<b>CAPITULO III - METODOLOGIA .....</b>	<b>14</b>
3.1. Quanto a natureza .....	14
3.2. Quanto a abordagem .....	14
3.3. Quanto aos objectivos .....	14
3.4. Quanto aos procedimentos técnicos.....	14
3.5. Amostra.....	15
3.6. Etapas e Procedimentos .....	15
<b>CAPITULO IV – ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>18</b>
4.1. Instituto Nacional de Normalização e Qualidade (INNOQ).....	18
4.2. AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, S.A. ....	19
<b>CAPITULO V – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS .....</b>	<b>20</b>
5.1. Análise de dados .....	20

<b>CAPITULO VI - CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>28</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>31</b>
Apêndices .....	33
Guião de entrevista .....	33
Guião de entrevista .....	35

# CAPITULO I – INTRODUÇÃO

## 1. 1. Contextualização

Tem-se verificado a nível nacional o surgimento de várias empresas e em segmentos diferentes. Essas empresas trazem produtos novos ao mercado, produtos com características diferentes, o que desperta a curiosidade e dúvida por parte dos consumidores no que se refere a qualidade destes produtos. Por um lado, as empresas procuram convencer os clientes de que dispõem do melhor produto no mercado e por outro lado, os clientes procuram mecanismos para distinguir o melhor produto dentre os vários produtos existentes no mercado, registando-se assim, um desnível de informação entre os produtores e os consumidores.

Essa assimetria ou disparidade de informação abre espaço para a intervenção de uma terceira pessoa independente, com a função principal de certificar, testar e aprovar a qualidade do produto em causa para a comercialização. Essa certificação constitui um grande diferencial no mercado, pois a sua aquisição constitui um atestado de qualidade, fazendo com que o produto seja consumido com confiança o que pode incrementar o volume de vendas do mesmo, contribuindo deste modo para o crescimento da empresa que fornece os produtos ou serviços.

Algumas empresas têm conhecimento da importância da certificação do produto, outras não. As que dispõem deste conhecimento engajam-se no sentido de obter essa certificação por partes das entidades competentes, queixando-se de algumas dificuldades para obter a certificação. A princípio, a certificação de produtos constitui um “calcanhar de Aquiles” para muitas empresas, principalmente as pequenas e médias empresas que constituem o maior número de empresas a nível nacional.

É nesse contexto que o presente trabalho procura analisar o impacto da certificação de produtos no crescimento de pequenas e médias empresas. Esse objectivo será alcançado por intermédio da descrição e caracterização do mercado de empresas em Moçambique; Identificação da importância e vantagens da certificação de produtos; Identificação dos critérios assumidos para a certificação de produtos em Moçambique e por fim, verificar e avaliar a o impacto da certificação de produtos como o factor determinante do crescimento da empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA.

## **1.2. Delimitação espaço -temporal**

O estudo será desenvolvido na cidade de Maputo, no intervalo de 2015 a 2019. Foi escolhido esse espaço geográfico, uma vez que o autor é residente da cidade de Maputo, o que facilita a deslocação, acesso a informação. O período em análise (2015 -2019) foi escolhido tendo em conta a conjuntura económica nacional que sugere a reanimação e surgimento de muitas empresas, estando alinhado com a campanha de certificação de produtos promovida pelo INNOQ.

## **1.3. Justificativa**

O tema foi escolhido com o intuito de aprofundar o estudo sobre a certificação de produtos como factor determinante para o crescimento das PME'S em Moçambique. Para a sociedade e para as empresas, o estudo mostra-se relevante, na medida em que, consistirá uma ferramenta capaz de evidenciar os passos para a certificação de um produto bem como a importância e as vantagens que a certificação de um produto traz para uma empresa com mais ênfase no crescimento organizacional.

Espera-se estimular mais empresas a certificarem os seus produtos, assumindo assim que o mesmo está dentro dos padrões de qualidade estipulados para um determinado segmento de produtos ou serviços o que vai permitir que esta se mantenha no mercado nacional e internacional de forma competitiva.

A certificação de produtos vem eliminar o desnível de informação que existe entre os fabricantes e os consumidores, e que com a mesma os fabricantes terão a possibilidade de evidenciar a garantia de qualidade do produto e por outro lado, os consumidores terão a certeza de que estão a consumir um produto com padrões de qualidade aceite à nível do mercado, fazendo com estes comprem mais vezes, aumentando assim o fluxo de vendas da empresa o que repercutir-se-á no crescimento da mesma.

Na vertente académica, a literatura aponta a necessidade de se realizar inúmeros estudos de modo a aferir e solucionar os problemas existentes na sociedade, pelo que, este estudo poderá servir de base para a realização de pesquisas semelhantes, bem como o seu aprimoramento.

## **1.4. Identificação do Problema**

Tem-se registado o surgimento de várias empresas com as dimensões micro, pequenas e médias empresas. Essas empresas actuam no mercado com o objectivo fundamental de maximizar o lucro, ganhos financeiros, estes que advém da venda ou prestação e serviços. No âmbito da materialização das empresas, os proprietários devem cumprir com algumas normas de registo da empresa, certificação do produto que eles pretendem vender ou que já vendem.

O mercado consumidor tem sido cada vez mais exigente no que diz respeito a qualidade, meios de produção e conservação de produtos, pois a não observância de padrões de qualidade de um dado produto, pode vir a comprometer a saúde dos consumidores, causar acidentes de trabalho nas empresas e comprometer no geral um processo produtivo.

No processo de certificação das empresas, produtos ou serviços, muitas empresas queixam-se dos vários estágios de avaliação dos quais são submetidos, bem como dos valores monetários que devem despende para este processo de certificação, fazendo com que algumas empresas desistam da certificação, ou actuem fora dos padrões de qualidade definidos pelas entidades reguladoras, o que pode afectar negativamente o desempenho da empresa no mercado para além de comprometer o seu crescimento, uma vez que cresce cada vez mais o número de consumidores que buscam produtos certificados que lhes conferem maior segurança e conforto.

Face ao exposto, a pesquisa procurou responder a seguinte questão:

*Em que medida a certificação de produto influencia o crescimento das pequenas e médias empresas?*

## **1.5. Hipóteses**

Para se responder ao problema identificado na secção anterior consideram-se as seguintes hipóteses:

H<sub>0</sub>: A certificação do produto influencia significativamente no crescimento das PME's

H<sub>1</sub>: A certificação do produto não influencia de forma significativa no crescimento das PME's

## **1.6. Objectivos da pesquisa**

### **1.6.1. Objectivo Geral**

Este trabalho tem por objectivo analisar a Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME'S em Moçambique.

### **1.6.2. Objectivos Específicos**

- Descrever os determinantes do crescimento de uma empresa;
- Identificar a importância e vantagens da certificação de um produto, bem como os critérios assumidos para a certificação de produtos em Moçambique;
- Avaliar o impacto da certificação na empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA.

## **1.7. Estrutura do trabalho**

O trabalho encontrar-se dividido em seis capítulos, nomeadamente:

Capítulo I: compreende a introdução, problema de pesquisa, justificativa da pesquisa, delimitação da pesquisa, objectivos do estudo e a estrutura do Trabalho; Capítulo II: Revisão da Literatura; Capítulo III: Metodologia usada para a elaboração da pesquisa; Capítulo IV: Estudo de Caso; Capítulo V: Apresentação e Análise de Dados; e por fim Capítulo VI: Conclusão e Recomendações.

## **1.8. Estudos Futuros**

Seria interessante no futuro estudar a certificação de produtos como um factor determinante para o crescimento económico de Moçambique, trazendo exemplos de países que já estão avançados na matéria de certificação. Ilustrar os ganhos económicos que os países obtiveram por conta da certificação.

## **1.9. Limitações da Investigação**

Alguns dados financeiros foram considerados confidenciais, não foram facultados pela empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA por conta da política de sigilo da empresa. Em contrapartida alguns dos dados solicitados foram fornecidos em formas de percentagem.

## **CAPITULO II - REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1. Definição de Conceitos**

#### **2.1.1. Certificação**

Segundo FRAGA (23:2011), certificação é um conjunto de actividades desenvolvidas por um organismo independente, sem relação comercial, com o objectivo de atestar publicamente, por escrito, que determinado produto ou processo está em conformidade com os requisitos especificados. É também uma excelente estratégia de marketing, pois a empresa desfruta de uma boa imagem não apenas frente ao mercado, como também terá o reconhecimento de seus colaboradores, fornecedores, consumidores, comunidade e governo.

Certificação - é um processo no qual uma entidade independente (terceira parte) avalia se determinado produto atende às normas técnicas. Esta avaliação se baseia em auditorias no processo produtivo, na colecta e em ensaios de amostras. O resultado satisfatório destas actividades leva à concessão da certificação e ao direito ao uso da marca de conformidade em seus produtos. Diferente dos laudos e relatórios de ensaios, que servem para demonstrar que determinada amostra atende ou não uma norma técnica, a certificação serve para garantir que a produção é controlada e que os produtos estão atendendo as normas técnicas continuamente.<sup>1</sup>

Segundo o INNOQ, a certificação de produtos - é a forma através da qual se assegura que um produto cumpre os requisitos especificados numa norma ou num documento normativo.<sup>2</sup>

#### **2.1.2. Produto**

Segundo URBAN (2006), citado por SILVA (2013:14), o produto pode ser entendido como um objecto material ou abstracto que tem por função a satisfação das necessidades e desejos dos consumidores. Produto é algo que se possa ser ofertado a um certo mercado consumidor com o propósito de aquisição, consumo e cujo objectivo seja a satisfação de uma necessidade ou desejo, (KOTLER, 1998) citado por SILVA (2013:14).

---

<sup>1</sup> [www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br) Acesso em 25.Fevereiro.2021

<sup>2</sup> [www.innoq.gov.mz](http://www.innoq.gov.mz) Acesso em 25. Fevereiro.2021

### 2.1.3. Crescimento

A palavra crescimento é o termo que usamos para designar o aumento de tamanho, quantidade ou de importância adquirida e assumida por algo, alguém ou alguma questão, ou seja, a palavra pode ser aplicada a pessoas, objectos ou situações de diversas áreas.<sup>3</sup>

Na presente pesquisa refere-se ao crescimento organizacional, este que é medido tendo em conta variáveis como o volume de negócio, evolução do número de trabalhadores, extensão da empresa e seus pontos de cobertura.

### 2.1.4. Pequenas e Medias Empresas

Para CARVALHO (2011), empresa é um conjunto de actividades humanas colectivas e organizadas, regidas por um centro regulador com a finalidade de adaptar constantemente os meios disponíveis aos objectivos predeterminados, tendo em vista a produção/ comercialização de bens e serviços.

As empresas podem ser classificadas quanto a sua dimensão, podem ser: micro, pequenas, médias e grandes empresas conforme ilustra o quadro abaixo.

**Tabela 1: Classificação de empresas quanto a dimensão**

Classificação	Número de trabalhadores	Volume de negócios (MZN)
Micro empresa	1 - 4	≤ 1.200.000
Pequena empresa	5 – 49	1.200.000 - 14.700.000
Média empresa	50 – 90	14.700.000 - 29.900.000

Fonte: adaptado pelo autor, com base no Decreto n.º 44/2011, de 21 de Setembro

## 2.2. Processo de Certificação de Produtos

Segundo o INNOQ, o processo de certificação compreende as seguintes fases<sup>4</sup>:

1. O cliente manifesta a sua intenção junto ao INNOQ;
2. O INNOQ elabora uma proposta comercial e envia para o cliente juntamente com a informação sobre os processos e regras;

<sup>3</sup> [www.conceitos.com](http://www.conceitos.com) Acesso em 25.Fevereiro.2020

<sup>4</sup> [www.innoq.gov.mz](http://www.innoq.gov.mz) Acesso em 25.Fevereiro.2020

3. O cliente envia os seguintes documentos (pedido de certificação, pagamento do valor relativo a instrução do processo; documentação necessária e indicação da data pretendida para realizar a auditoria (primeira fase));
4. O INNOQ analisa minuciosamente os documentos; nomeia a equipe de auditoria; faz a análise da documentação do cliente; elabora o plano de auditoria (primeira fase); envia o plano de auditoria para o cliente;
5. A equipe de auditoria realiza a auditoria e elabora o relatório o qual é entregue ao cliente no final da auditoria com a indicação de todas as constatações efectuadas;
6. O cliente envia ao INNOQ resposta ao relatório com a identificação das causas das não conformidades constatadas, acções correctivas e ou preventivas, prazo de implementação, responsáveis;
7. Equipe de auditoria: faz a análise da documentação do cliente, elabora o plano de auditoria (segunda fase); envia o plano de auditoria ao cliente, realização da auditoria (segunda fase);
8. O cliente envia ao INNOQ – resposta ao relatório da Segunda Auditoria, dando resposta idêntica inscrita na primeira fase;
9. INNOQ- analisa os documentos e constitui o processo e toma decisão; Emite certificado, anualmente são realizadas auditorias de acompanhamento, as quais são no total 12 meses (1 acompanhamento) e 24 meses (2 acompanhamento) a contar com o ultimo dia de auditoria de concessão;
10. Preparação do novo ciclo de certificação, no mínimo 3 meses antes do final da validade do certificado, o INNOQ, elabora uma proposta para um novo ciclo de certificação, voltando ao início deste fluxograma.

### **2.3. Sistemas de certificação, (ISO / IEC)**

A certificação de um produto é feita tendo em conta a proposta apresentada pela ISO (*International Organization for Standardization*), que cuja missão de acordo com Szyszka (2001) citado por Martins (2006:30) é promover o desenvolvimento da normalização e de actividades relacionadas no mundo inteiro, com o propósito de facilitar a troca internacional de bens e serviços e o desenvolvimento da cooperação nas esferas intelectual, científica, tecnológica e económica.

A ISO tem um representante em cada país, sendo que, para o caso de Moçambique, é o INNOQ (membro correspondente) e as suas actividades que abrangem no seu domínio toda a actividade económica com excepção das áreas electrónica e de telecomunicações.

A ISO é uma das principais organizações não-governamentais, a nível mundial, que em regime voluntário se dedica à produção de Normas Técnicas. O Secretariado-geral da ISO gere um sistema internacional de normalização, elabora, produz e divulga normas internacionais, bem como outros documentos normativos.

Para além da ISO existem a IEC (International Electrotechnical Commission) que é uma organização que prepara e publica normas internacionais aplicáveis a equipamentos eléctricos, electrónicos e tecnologia relacionada, servindo desta forma de base para a normalização nacional. O Secretariado Central desta organização está em Genebra, sendo que Moçambique é membro afiliado.

De acordo com o INNOQ (2014:13-15), em Moçambique são usados os seguintes sistemas de certificação:

### **2.3.1. Sistema De Gestão Da Qualidade NM ISO 9001**

A certificação de Sistemas de Gestão da Qualidade é hoje uma das principais estratégias competitivas nas diversas empresas e nos diversos sectores. A melhoria contínua da qualidade está intimamente ligada à produtividade, aos resultados e ao aumento de lucros, através de redução de perdas e do desperdício, ao envolvimento de todos os colaboradores e parceiros na empresa e a consequente motivação. O modelo de gestão de qualidade disponibilizado pela Norma NM ISO 9001 serve, hoje, de referência a nível internacional a um vasto conjunto de organizações, independentemente da sua área de actividade e da sua dimensão. Uma das formas das organizações demonstrarem este compromisso pode ser através da certificação do seu Sistema de Gestão da Qualidade.

### **2.3.2. Sistema De Gestão Ambiental NM ISO 14001**

Num mundo em constante e rápida mudança, os desafios para o desenvolvimento sustentável são prioritários para qualquer organização, sendo o desempenho ambiental indissociável da gestão

organizacional. Assim, a protecção ambiental e a prevenção da poluição são preocupações actuais para qualquer organização, sendo necessária a implementação de práticas e metodologias que permitam melhorar o seu desempenho ambiental, alcançando uma confiança acrescida pelas partes interessadas.

### **2.3.3. Sistema De Gestão Da Segurança E Saúde No Trabalho OHSAS 18001**

As pessoas passam maior parte da sua vida nos seus locais de trabalho. Por outro lado, as organizações existem para gerar valor, pelo que a sua competitividade depende em grande medida da forma como os seus colaboradores realizam as suas tarefas de uma forma mais eficiente. Sem dúvidas, a motivação e valorização dos colaboradores determinam o sucesso de uma organização. Os resultados estão directamente ligados ao comprometimento dos colaboradores com a cultura, valores, missão e objectivos organizacionais, para além das suas competências técnicas e profissionais.

Nesta perspectiva, a especificação da norma OHSAS 18001 estabelece um modelo para Sistemas de Gestão De Saúde E Segurança Ocupacional, uma vez implementado, apoia as organizações a demonstrarem a sua capacidade no controlo dos seus riscos para a segurança e saúde no trabalho, na redução dos acidentes, no cumprimento dos requisitos legais e na melhoria do seu desempenho. As organizações podem optar pela certificação voluntária do seu Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional, recorrendo ao INNOQ que garante os princípios de imparcialidade, credibilidade e rigor técnico, onde essa imparcialidade é assegurada pela completa independência e isenção de conflitos de interesses da sua estrutura organizacional. Assim, as organizações estarão mais habilitadas a demonstrar as suas preocupações com o controlo dos riscos associados às suas actividades, neste domínio, bem como no cumprimento da legislação.

### **2.3.4. Sistema De Gestão Da Segurança Alimentar NM ISO 22000**

As organizações associadas à cadeia alimentar devem implementar metodologias capazes de assegurar que os riscos e perigos para a saúde dos consumidores são eliminados ou reduzidos a níveis aceitáveis. Se existe uma área para a qual os consumidores e os cidadãos em geral estão mais expostos e sensíveis é a segurança alimentar, uma vez que ela interage directamente com a sua saúde.

Por parecerem tão básicas, estas preocupações não são por vezes consideradas com cuidado, e a importância que efectivamente merecem, uma vez que, antes de um produto chegar às mãos do consumidor, podem existir vários intervenientes nesta cadeia, desde os produtores e fabricantes, distribuidores, transportadores, fornecedores de embalagens e matérias-primas manipuladoras e prestadores de serviços associados.

Todos estes agentes têm portanto a sua parte de responsabilidade em garantir aos consumidores a confiança nos produtos que consomem, e para tal podem adoptar o modelo de Gestão de Segurança Alimentar, estabelecido pela norma ISO 22000, que especifica um conjunto de requisitos, reconhecidos como essenciais, que permitem garantir a segurança dos géneros alimentícios ao longo da cadeia alimentar, até ao consumidor final.

## **2.4. Vantagens da Certificação de Produtos**

A certificação de produtos permite aos fabricantes demonstrarem de uma forma imparcial e credível a qualidade, a fiabilidade, a segurança e as performances dos seus produtos na medida em que:

### **2.4.1. Vantagens para os Fabricantes/Revendedores**

- Melhora a aceitação do mercado;
- Faz a diferença face aos concorrentes;
- Aumenta a competitividade através da redução dos custos da não qualidade;
- Facilita o acesso a novos mercados;
- Permite evidenciar o cumprimento de requisitos regulamentares;
- Apoia os utilizadores e os consumidores nas suas decisões de compra;
- Os processos de controlo e gestão da qualidade do produto;
- Reduzir os custos com não conformidade, reclamações, e fidelizar os clientes;
- Associar a imagem de marcar da empresa com o símbolo de certificação ou seja, agrega valor a marca.

### **2.4.2. Vantagens para Consumidores<sup>5</sup>**

- **Segurança** – A garantia de um produto mais seguro;

---

<sup>5</sup> [www.icepex.org.br](http://www.icepex.org.br) Acesso em 25.Fevereiro.2020

- **Qualidade** – Por consequência, um produto de melhor qualidade, embora a norma não atenda requisitos de qualidade e sim de segurança;
- **Faixa Etária (quando aplicável)** – A certificação indica para qual idade do produto é adequado, evitando acidentes ou danos a saúde e segurança.

DOUGLAS POSSETTI citado por FRAGA (24:2011), acrescenta que “ As vantagens da certificação para as empresas consistem em abertura de novos mercados nacionais e internacionais, pois os padrões atendem a especificações técnicas e requisitos internacionais, o que as tornam amplamente aceitas em diversos países; maior satisfação dos clientes, pois oferece um melhor serviço, melhores produtos, além de fazer o tratamento de suas reclamações; aumento da lucratividade; aumento da credibilidade da empresa frente ao mercado; melhora do processo produtivo aumentando a qualidade e diminuindo as perdas com produtos e/ ou serviços que não estejam conformes; aumento da competitividade do produto ou serviço no mercado; melhoria na qualificação dos funcionários e fornecedores, através de treinamento, capacitação e conscientização e melhor transparência nas decisões.”

## **2.5. Desvantagens da Certificação**

### **2.5.1. Para os Fabricantes/ Revendedores**

Na óptica de FRAGA (46:2011), os fabricantes ou revendedores podem se deparar com as seguintes vantagens:

- Tempo necessário para desenvolver o sistema;
- Custos para implementação e manutenção;
- Inflexibilidade e burocracia;
- Dificuldade de implantação dificuldade para criar e manter o entusiasmo dos funcionários com o sistema;
- Ressentimento que as mudanças requeridas causem em certos casos;
- Mudanças necessárias podem ser contrárias com a cultura existente

### **2.5.2. Desvantagens para os Consumidores**

Sob a óptica do cliente, uma primeira desvantagem diz respeito à dificuldade para criar e manter o entusiasmo do funcionário com o sistema. Pois se não forem desenvolvidos bons e eficientes programas de marketing interno, condizentes com a realidade da empresa, e que motivem os funcionários a acreditarem no sistema de gestão de qualidade, o atendimento ao cliente poderá ficar comprometido, e até mesmo, deficiente. Não basta preocupar apenas com a satisfação do cliente externo (consumidor), é necessário incentivar e satisfazer o cliente interno (funcionário), DOUGLAS POSSETTI citado por FRAGA (46:2011)

### **2.6. Importância da Certificação de Produtos**

Segundo FRAGA (23:2011) a importância da normalização e certificação de um produto pode resumir-se nos seguintes pontos:

- **Normalização da Economia:** proporcionar a redução da crescente variedade de produtos e procedimentos;
- **Comunicação:** proporcionar meios mais eficientes de troca de informações entre o fabricante e o cliente, melhorando a confiabilidade das relações comerciais;
- **Segurança:** proteger a vida e a saúde;
- **Protecção do Consumidor:** prover a sociedade de meios eficazes para aferir a qualidade dos bens e serviços;
- **Eliminação de Barreiras Técnicas e Comerciais:** evitar a existência de regulamentos contraditórios sobre bens e serviços em diferentes países, facilitando assim o intercâmbio comercial.

### **2.7. Determinantes do Crescimento de Uma Empresa**

O crescimento das empresas não é dependente da sua prévia dimensão, não se verificando uma relação estatisticamente significativa entre a dimensão das empresas do período anterior e o crescimento do período actual; empresas de dimensão diferente têm a mesma probabilidade de encontrarem uma determinada taxa de crescimento, GIBRAT (2000).

Abaixo encontra-se o rol de algumas variáveis que influenciam no crescimento de uma organização.

- **Dimensão:** Gibrat (2000), afirma que o crescimento das empresas é independente da sua prévia dimensão, pelo que as PME`s e as empresas de grande dimensão têm a mesma probabilidade de encontrarem um determinada taxa de crescimento.
- **Activos Intangíveis:** segundo Deloof (2003), que as empresas com maior nível de activos em forma de liquidez têm maior flexibilidade estratégica, o que lhes permite uma maior possibilidade de exploração de oportunidades de investimento de longo prazo.

Segundo Griliches e Lichtenberg (1984) e Nucci et al. (2005), as empresas mais direccionadas para actividades de inovação são aquelas que apresentam maior percentagem de activos intangíveis sobre o activo total.

- **Idade:** segundo Jovanovic (1982), nos primeiros anos de vida das empresas, estas crescem dirigidas para a procura de um nível óptimo de eficiência, diminuindo posteriormente o seu ritmo de crescimento, em fases posteriores do seu ciclo de vida, quando já atingem a escala mínima de eficiência que lhes permita a obtenção da sobrevivência.

Neste contexto, Jovanovic (1982) defende que os gestores das empresas necessitam de tempo para perceberem os custos de oportunidade associados às decisões de melhores opções de investimento.

- **Financiamento Interno:** as estratégias adoptadas pelas PME`s são indispensáveis para o crescimento das mesmas, o qual pode ser afectado caso estas empresas estejam sujeitas a restrições financeiras consideráveis Segundo Reid (2003), as estratégias de financiamento das PME`s são aspecto fundamental na explicação do seu comportamento.
- **Financiamento Externo:** com base nas imperfeições existentes no mercado, Fazzari et al. (1988) citados por Almeida (2008), concluem que as PME`s enfrentam maiores restrições, em termos de acesso a financiamento externo, ficando assim, mais dependentes do financiamento interno, para financiarem o seu crescimento.

Meyer (1998), conclui, que caso se verifique insuficiência de financiamento interno, o acesso ao financiamento externo pode ser um factor relevante para estimular o investimento das empresas, e conseqüentemente o seu crescimento.

## **CAPITULO III - METODOLOGIA**

Metodologia científica, segundo Gil (2008), é o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adoptados para se atingir o conhecimento. Neste contexto, este capítulo explica os métodos usados para a realização deste trabalho e as técnicas usadas para a análise dos dados colectados.

Os métodos usados para a materialização deste trabalho obedecem a classificação abaixo:

### **3.1. Quanto a natureza**

Este trabalho quanto a natureza é uma pesquisa-aplicada, pois está orientada à geração de conhecimentos dirigidos à solução de problemas específicos para o local em estudo, neste caso, visa buscar explicações sobre o impacto da certificação de produtos para as empresas.

### **3.2. Quanto a abordagem**

Este estudo quanto a forma de abordagem é uma combinação de pesquisa qualitativa e quantitativa, isto para complementar os resultados de ambas as pesquisas e obter resultados precisos. Será aplicado o método qualitativo pois serão trazidas informações e depoimentos do representante do INNOQ e dos colaboradores da empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA. Também será aplicado o método quantitativo, pois este estudo traz dados numéricos e estatísticos com objectivo de medir até que nível a certificação contribui para o crescimento das PME'S em Moçambique.

### **3.3. Quanto aos objectivos**

Esta pesquisa é classificada como pesquisa descritiva e exploratória, pois será feita a análise da certificação de produtos como factor determinante para o crescimento das PME's em Moçambique tomando o caso da empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA.

### **3.4. Quanto aos procedimentos técnicos**

No que diz respeito aos procedimentos técnicos é uma pesquisa bibliográfica e documental, pois serão feitas consultas em livros, artigos científicos, internet e jornais que dizem respeito ao tema em análise. Por outro lado, para a recolha de dados será feita uma entrevista semi-estruturada,

com o auxílio do questionário<sup>6</sup>, uma série de perguntas abertas são feitas verbalmente em uma ordem prevista.

### 3.5. Amostra

A definição da amostra observou as seguintes tipologias:

- **Amostra estratificada** - agrupamos os nossos entrevistados segundo funções que desempenham, de entre os funcionários da administração outros serviços da empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA;
- **Intencional** - por serem indivíduos que conhecem a área e os desafios da criação e certificação de produtos no mercado, poderão dar melhor contributo nas informações que compõe dados do trabalho;
- **Conveniência**<sup>7</sup> - determinada pela disponibilidade e acessibilidade dos envolvidos.

Assim, a amostra será constituída por directores de administração, técnicos de administração da AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA e um representante do INNOQ.

Para alcance destes, os principais indicadores em análise serão:

- Rentabilidade do Negócio;
- Variação do Volume de Negócio;
- Variação do Número de trabalhadores: Extensão da empresa.

### 3.6. Etapas e Procedimentos

O procedimento para a prossecução do presente trabalho compreenderá 3 etapas, a saber: pesquisa bibliográfica-documental, trabalho de campo e análise de dados. Na pesquisa bibliográfica e documental far-se-á, por um lado, a leitura de livros, trabalhos académicos, artigos e publicações científicas com o objectivo de descrever o mercado de empresas em Moçambique,

---

<sup>6</sup> Questionário: consiste na "[...] técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objectivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas,"(Guambe, 2011: 117)

<sup>7</sup> A esse respeito Martinelli (1999<sup>7</sup>) citado por Américo (2011) argumenta que o que interessa não é o número de pessoas (entrevistadas) que prestam informação, mas sim o significado que esses sujeitos têm, de acordo com o que se procura com a investigação. **Martinelli, M. L.** (1999), *Pesquisa Qualitativa – Um Instigaste desafio*, Veras: São Paulo

partindo de uma revisão de literatura dos conceitos de certificação, certificação de produtos, crescimento empresarial, assim como a exposição da teorização constituída nesse assunto.

Por outro lado, far-se-á a consulta de leis, resoluções, posturas, cadernos estatísticos, relatórios, programas e actas relevantes para o trabalho sobre os critérios assumidos nacionalmente para a certificação de produtos, alguns deles disponíveis em registos institucionais, fornecidos por instituições governamentais (no caso do INNOQ e INE) complementado com a revisão bibliográfica em torno da importância e vantagens da certificação de produtos a fim de sistematizar e aferir o contributo deste processo no crescimento das pequenas e médias empresas.

No presente estudo, para descrever o mercado de empresas em Moçambique recorrer-se-á ao número de empresas que operam em Moçambique e a análise das características por sector como indicador que irá ilustrar o comportamento e os desafios enfrentados associando ao perfil de crescimento do volume de negócios da empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA, por outro lado, recorrer-se-á ao nível de contratos formais celebrados disponibilizados pelas estruturas locais e pelo acervo do INE.

O trabalho de campo consistirá, na recolha de dados no terreno, nas empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA, primeiro sobre as estatísticas das empresas que operam em Moçambique, junto as estruturas responsáveis, a relatórios oficiais publicados pelo INE e pelo INNOQ buscando verificar quantitativamente o número de produtos certificados em circulação bem como aos dados sobre a evolução desse processo e o impacto na economia.

Segundo, através de entrevistas semiestruturadas e questionários que serão dirigidos aos funcionários da administração da empresa em estudo, directamente envolvidos, através de uma amostragem por conveniência ou acessibilidade, onde o pesquisador seleciona os elementos a que teve acesso, admitindo que estes possam de alguma forma representar o universo.

A escolha de entrevistas semiestruturadas e o questionário como técnicas de recolha de dados deveu-se ao facto da entrevista semiestruturada dar liberdades ao entrevistador para expor de forma clara as questões, e ao entrevistado para desenvolver as suas respostas, o que permitiu

explorar mais o assunto pesquisado. Por sua vez, o questionário ajudou o pesquisador a identificar e agrupar de forma quantificada as provas a respeito do posicionamento dos envolvidos na sua pesquisa, na medida em que possibilitou o alcance directo e abrangente com a amostra seleccionada para o estudo.

## **CAPITULO IV – ESTUDO DE CASO**

### **4.1. Instituto Nacional de Normalização e Qualidade (INNOQ)**

O Instituto Nacional de Normalização e Qualidade (INNOQ) é um instituto público, de âmbito nacional, tutelado pelo Ministério da Indústria e Comércio - MIC, dotado de personalidade jurídica e com autonomia administrativa. O INNOQ foi criado no dia 24 de Março 1993, e rege-se pelo Decreto 74/2013 de 31 de Dezembro, aprovado pelo conselho de Ministros.

Esta instituição foi criada com o objectivo fundamental de impulsionar e coordenar a Política Nacional da Qualidade, através da concretização de actividades de Normalização, Metrologia, Certificação e Gestão da Qualidade, que visem o desenvolvimento da economia nacional, embora o INNOQ tenha sido criado no ano de 1993, este começou a atribuir certificados de qualidade válidos ao nível internacional a partir do ano de 2011.

As instalações do INNOQ, ficam na Av. de Moçambique, Bairro do Zimpeto, Maputo

#### **Missão**

Implementar a Política Nacional da Qualidade através das actividades de Normalização, Metrologia, Certificação e Gestão da Qualidade que visem o desenvolvimento da economia nacional.

#### **Visão**

Ser referência a nível nacional, como um organismo eficiente nas suas diversas áreas de actividade.

#### **Valores**

- Integridade;
- Profissionalismo;
- Imparcialidade;
- Comprometimento;
- Satisfação dos colaboradores e dos clientes;
- Melhoria contínua.

## **4.2. AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, S.A.**

AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, S.A. é uma empresa moçambicana que pertence ao Grupo SINTAGMA HOLDING S.A., foi fundada em 2014. Disponibiliza uma solução logística global na área do frio, envolvendo a recepção, armazenagem, *picking*, expedição, incluindo os serviços de gestão de *stocks* e controlo de validades. Apresenta-se no mercado como uma empresa tecnicamente capacitada para a área de tecnologia de frio industrial.

Sita na Av. de Moçambique, Parcela nº 850, Bairro do Zimpeto Maputo – Moçambique

### **Missão**

Oferecer um serviço de excelência, com qualidade, segurança, seriedade e confiança na área de armazenagem frigorífica.

### **Visão**

Ser uma referência na área de armazém frigorífica

### **Valores**

- Competência;
- Ética;
- Respeito;
- Disponibilidade;
- Confiança.

## CAPITULO V – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

### 5.1. Análise de dados

Este capítulo traz os resultados obtidos na presente pesquisa, após a colecta dos dados, segue-se a análise crítica dos mesmos a luz dos pressupostos apresentados na revisão da literatura.

**Tabela 2: Número de Empresas Certificadas em Moçambique**

Província	Número de Empresas
Maputo	71
Inhambane	2
Manica	1
Sofala	2
Nampula	2
<b>Total</b>	<b>78</b>

Fonte: adaptado pelo autor com base nos dados fornecidos pelo INNOQ

Em Moçambique o número de empresas certificadas é insignificante para o universo de empresas existentes no país, este facto pode se observar devido ao contexto histórico e as características das empresas moçambicanas, e ao facto de o processo de certificação ser voluntário, o que significa que as empresas aderem ao processo de certificação se de facto constatarem que é pertinente para catapultarem o seu negócio.

**Tabela 3: Número de Empresas existentes em Moçambique**

Província	Número de Empresas
Maputo Cidade	16 309
Maputo	6 305
Gaza	3 881
Inhambane	2 799
Sofala	5 771
Manica	2 104
Tete	2 388

Zambézia	4 159
Nampula	3 639
Cabo Delgado	2 298
Niassa	1 584
<b>Total</b>	<b>51 237</b>

Fonte: Instituto Nacional de Estatística, último senso nacional de empresas (2014-2015)

Segundo o INNOQ, o mercado moçambicano têm registado uma crescente procura por empresas que tenham seus produtos certificados. Esta procura têm aumentado principalmente com o surgimento dos megaprojetos que operam no país. Face ao aumento da procura por empresas certificadas, o INNOQ espera que consequentemente o número de empresas certificadas cresça no país.

Segundo o INNOQ a certificação visa agregar maior valor as empresas e melhorar a imagem no mercado. A certificação garante que as empresas operem de forma sustentável, garantindo a sua continuidade e aumentando a possibilidade de internacionalização de produtos e serviços, tendo em conta que a nível mundial, há conhecimento sólido em relação a certificação bem como dos seus benefícios económicos.

O INNOQ divide a certificação em dois tipos, nomeadamente:

- Certificação de sistemas;
- Certificação de produtos.

Destes dois tipos de certificação o mais aderido em Moçambique bem como ao nível internacional é a certificação de produtos, com destaque para a norma ISO 9001.

Segundo o INNOQ, a certificação é um processo complexo que requer um grau acentuado de comprometimento por parte das empresas que pretendem certificar os seus produtos. A maior parte das empresas não conseguem implementar o que consta nas normas para a certificação, tem dificuldades de se adaptarem com as normas da certificação e queixam-se também dos custos inerentes à certificação.

**Tabela 4: Custos e Etapas para Certificação**

<b>Etapas para Certificação</b>	<b>Custos de Certificação</b>
1. Instrução de Processo	10.000,00 Mt's
2. Auditoria de Concessão Fase 1	22.500,00 Mt's
3. Auditoria de Concessão Fase 2	22.500,00 Mt's
4. Auditoria de Acompanhamento	22.500,00 Mt's
5. Auditoria de Renovação	22.500,00 Mt's

Fonte: Adaptado pelo autor com base nos dados fornecidos pelo INNOQ

O processo de certificação pelo INNOQ começa com a **Instrução de Processo**, onde o interessado manifesta seu interesse em adquirir a certificação, por sua vez o INNOQ envia uma proposta comercial para o interessado que no mínimo pode custar 100.000,00 Mt's. O custo de certificação é constante independentemente da dimensão da empresa requerente.

**Auditoria de Concessão Fase 1** consiste em saber que tipo de produtos/serviços a empresa interessada vende.

**Auditoria de Concessão Fase 2** é a fase onde efectivamente o INNOQ faz análise dos produtos/serviços que o interessado pretende certificar. Esta é a fase mais complexa do processo de certificação, o INNOQ faz análise e acompanhamento do processo de produção no seu todo, desde as etapas de produção, qualidade de matéria-prima e produtos conexos envolvidos no processo de produção. Esta é a fase mais longa do processo de certificação, dependendo do nível de organização interna do interessado.

Isto é, caso o interessado não cumpra com os requisitos ou parâmetros estabelecidos pelo INNOQ para certificação, serão necessárias várias deslocações dos técnicos do INNOQ ao estabelecimento do interessado para aferir o nível de cumprimento dos requisitos preestabelecidos para obter a certificação. Cada deslocação dos técnicos do INNOQ ao terreno do interessado, custa 22.500,00 Mt's, quanto maior for o número de deslocações, maior será o custo da certificação. Importa salientar que o certificado de qualidade é emitido após a conclusão satisfatória da auditoria fase 2.

**Auditoria de acompanhamento** é feita após a emissão do certificado de qualidade por parte do INNOQ, esta serve para aferir até que nível a empresa está a observar as normas e condições impostas pelo INNOQ para ostentar a patente da certificação, esta é feita anualmente. Há que frisar que o INNOQ pode cancelar a patente da certificação se nas auditorias de acompanhamento

se aferir que o interessado não esta a cumprir cabalmente com todos requisitos que ditaram que tivesse a patente da certificação.

**Auditoria de Renovação** é feita num ciclo de 3 anos após a empresa adquirir a patente da certificação, se o interessado pretender continuar ostentando a patente do INNOQ, volta a desembolsar uma verba de 22.500,00Mt's para tal efeito.

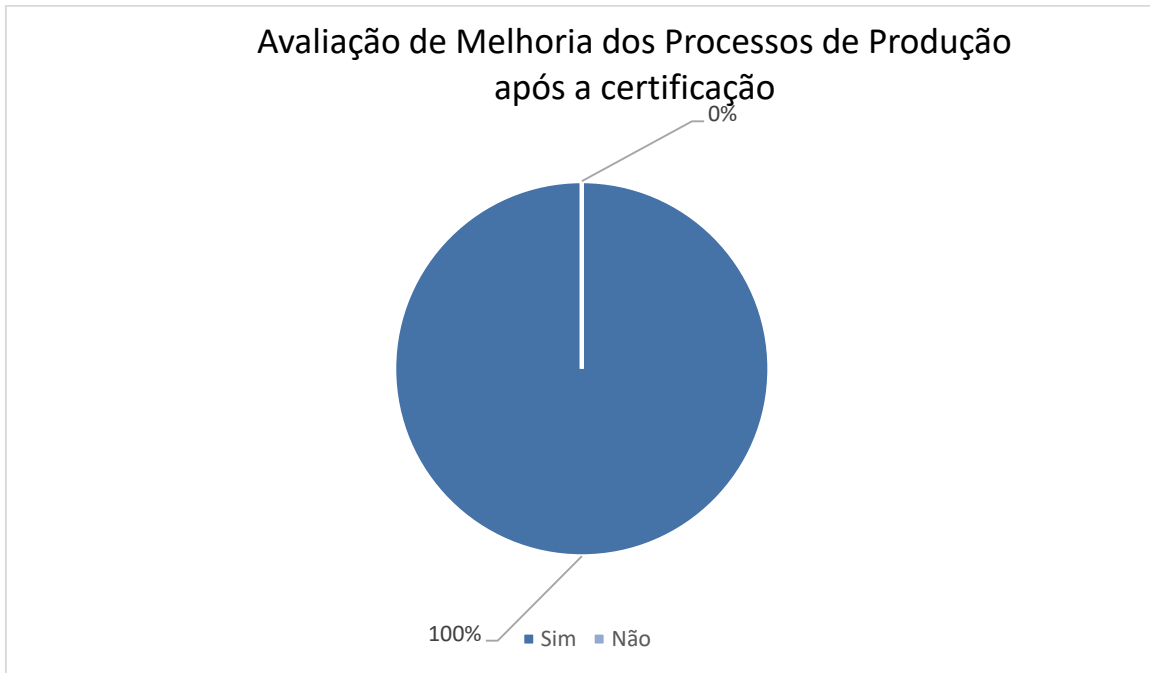
Por fim, o representante do INNOQ reiterou que as empresas não devem olhar para a certificação como um custo, mas como um investimento de longo prazo, pois a certificação de produtos melhora a imagem da empresa no mercado. Acrescentou que a CTA em coordenação com as empresas que estão a explorar o projecto de gás na bacia do Rovuma, estão a apoiar as PME's no que refere ao processo de certificação. Estes programas visam facilitar o processo de certificação por parte desse segmento de empresas, criando mecanismo das mesmas obterem a certificação de forma mais simplificada e menos onerosa.

Para além da entrevista feita ao representante do INNOQ, foi dirigido um questionário um representante e 13 colaboradores da AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, tendo obtido os dados abaixo.

A empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA é composta por 26 colaboradores de diversos sectores e opera neste sector desde o ano de 2011. Esta é detentora da patente de certificação ISSO 9001: 2015. Com base no Decreto n.º 44/2011, de 21 de Setembro referenciado na revisão da literatura e com os dados recolhidos, a AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA como uma pequena ou media empresa.

Da avaliação feita sobre a motivação que levou a empresa a procurar a certificação, os inqueridos afirmaram que a empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA esta desde o início da sua actividade preocupada em oferecer serviços de excelência para os seus clientes, melhorar os processos internos, com vista a responder a crescente procura dos seus serviços no mercado. A empresa afirma que o principal motivo de procurar a certificação foi o facto da maioria dos seus consumidores solicitar a patente de certificação dos seus produtos, esse foi o principal motivo da empresa procurar a certificação, para além de melhorar a imagem da empresa no mercado.

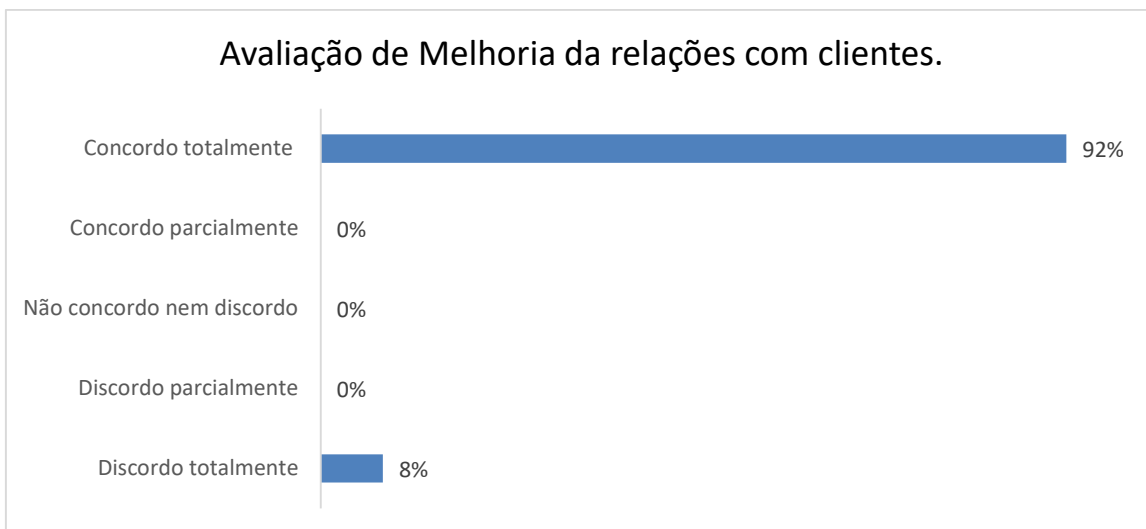
**Gráfico 1: Avaliação de Melhoria dos Processos de produção apos a Certificação**



Fonte: Autor com base nos dados fornecidos pela empresa Afrigotel

Da avaliação feita sobre o grau de melhoria de processos como resultado da emissão da certificação. Todos colaboradores (100 por cento da amostra), afirmaram que houve mudanças a nível da organização apos aderência da certificação, dentre elas destacam-se: a melhoria dos processos internos nas diversas áreas, procurando cumprir com maior rigor os mesmos, mantendo evidências/registos da sua execução, maior acompanhamento na execução e cumprimento dos processos nas várias áreas da empresa, melhor adequação e otimização dos processos, maior capacitação de todos os colaboradores ou seja, os colaboradores ficaram mais conscientes em questões organizacionais.

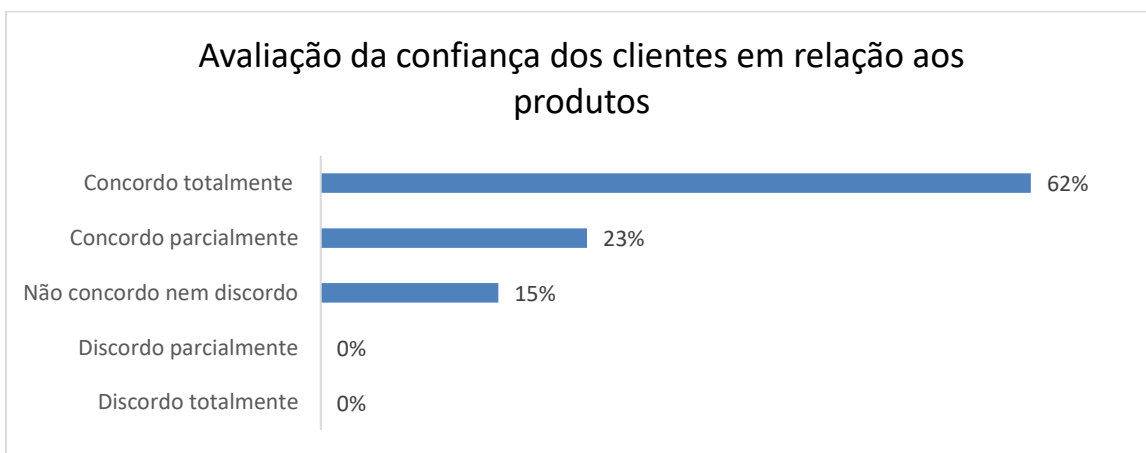
**Gráfico 2: Avaliação de Melhoria da Relação com Clientes**



Fonte: Autor com base nos dados fornecidos pela empresa Afrigotel

Da avaliação feita sobre o grau de melhoria da relação da empresa com os clientes, 92 por cento da amostra respondeu que concorda totalmente que a certificação melhorou a relação da empresa com os clientes, e oito por cento da amostra respondeu que discorda totalmente que a certificação trouxe melhoria na relação com os clientes.

### Gráfico 3: Avaliação da Confiança dos Clientes em relação aos produtos

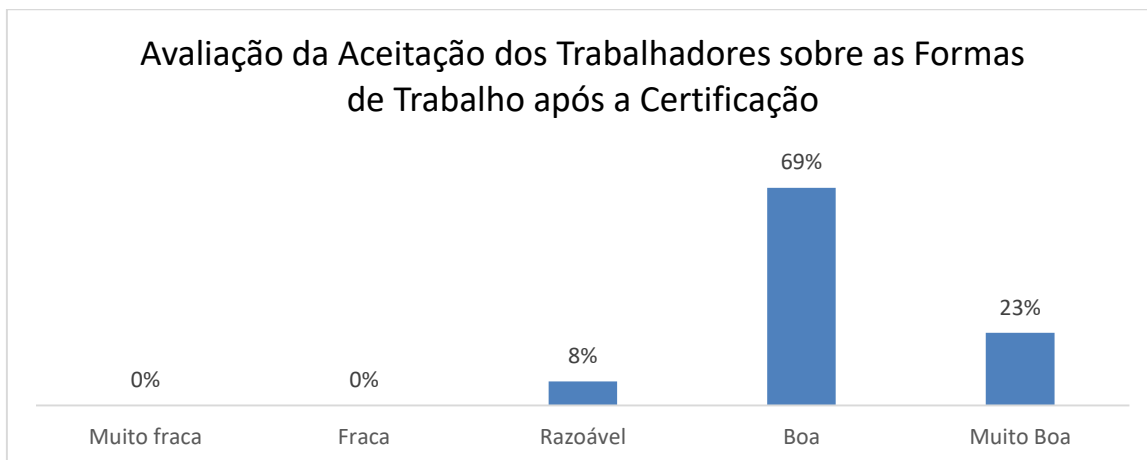


Fonte: Autor com base nos dados fornecidos pela empresa Afrigotel

Da avaliação feita sobre o grau de confiança dos clientes em relação os serviços da empresa, 62 por cento dos inqueridos concorda totalmente que a certificação de produtos aumentou a confiança dos clientes da empresa, 23 por cento concorda parcialmente com este facto e 15 por

cento não concorda nem discorda que a certificação aumentou a confiança dos clientes em relação aos produtos.

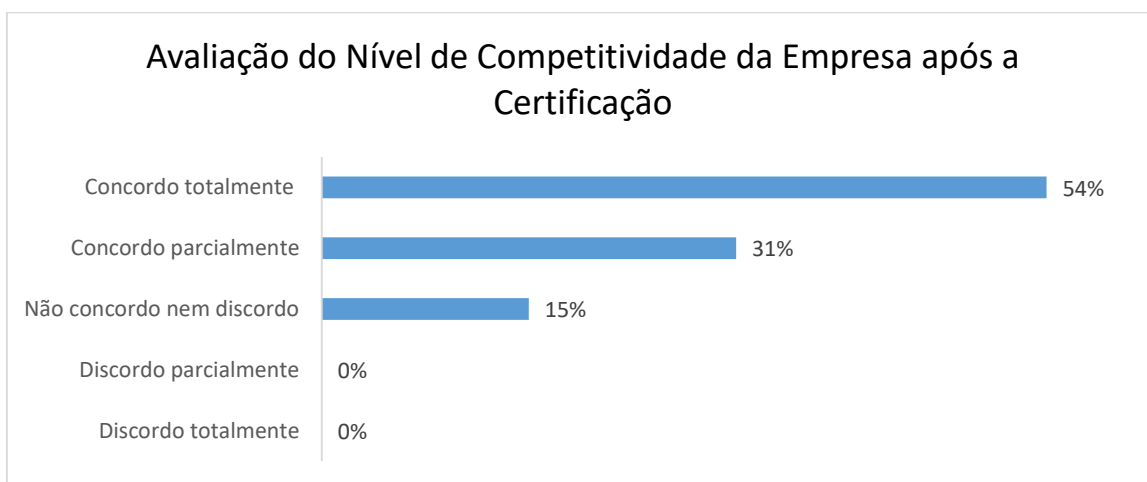
#### **Gráfico 4: Avaliação da Aceitação dos Trabalhadores sobre as Formas de Trabalho após a Certificação**



Fonte: Autor com base nos dados fornecidos pela empresa Afrigotel

Da avaliação do nível de aceitação dos trabalhadores em relação as novas formas de trabalho, 69 por cento da amostra avalia como boa, 23 por cento avalia como muito boa e oito por cento 8 por cento avalia como razoável.

#### **Gráfico 5: Avaliação do Nível de Competitividade da Empresa após a Certificação**



Fonte: Autor com base nos dados fornecidos pela empresa Afrigotel

Da avaliação feita se a patente da certificação aumentou o nível de competitividade da empresa, 54 por cento da amostra concorda totalmente que a certificação de produtos aumentou o nível de

competitividade da empresa, 31 por cento concordam parcialmente, 15 por cento da amostra não concorda nem discorda com este posicionamento.

## **CAPITULO VI - CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES**

### **6.1. Conclusão**

O presente trabalho tem como objectivo principal analisar a Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME'S em Moçambique, e como objectivos específicos descrever os determinantes do crescimento de uma empresa; Identificar a importância e vantagens da certificação de um produto, bem como os critérios assumidos para a certificação de produtos em Moçambique; indicar o impacto da certificação na AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA.

A certificação de produtos é um factor determinante no crescimento das PME'S em Moçambique, pois permite que as PME's demonstrem de forma imparcial e credível a sua qualidade, fiabilidade e segurança dos seus produtos no mercado, isto por sua vez proporciona aos consumidores maior confiança e segurança nos produtos consumidos, isto por sua vez permite o aumento de produtividade das PME's.

A certificação de produtos é importante e vantajosa pois proporciona as PME's de meios mais eficientes de troca de informações entre si e os consumidores; protege a vida e saúde dos colaboradores das organizações, clientes e fornecedores; provê a sociedade de meios eficazes para aferir a qualidade dos bens e serviços; evita a existência de regulamentos contraditórios sobre bens e serviços em diferentes países, facilitando assim as trocas comerciais.

Para a emissão da certificação, as empresas passam por varias etapas a começar pela manifestação de interesse junto ao INNOQ, emissão da proposta comercial, análise de documentos, auditoria, formação. Em caso de aprovação, o INNOQ emite o certificado de qualidade.

Há em Moçambique 78 empresas certificadas. Em parte este número reduzido de empresas certificadas deve-se ao facto da certificação ser um processo voluntario, aliado aos custos da certificação que ainda são considerados elevados.

O conhecimento sobre as vantagens da certificação é ainda muito reduzido no nosso país. A maioria das empresas aderiram ao processo de certificação porque algures no desenvolvimento das suas actividades comerciais foram impostas a certificação pelos seus stakeholders.

A certificação tem um impacto impulsionador para o crescimento das PME's em Moçambique. Para uma empresa obter certificação é preciso que a empresa esteja organizada no seu todo, pois há requisitos que as empresas devem responder para obter a patente da certificação conforme ilustrado na análise e interpretação de dados. Uma empresa certificada, é sinónimo de que a empresa detém padrões de produção aceites ao nível internacional. Neste tempo em que a globalização é cada vez mais crescente, a certificação de produtos surge como um instrumento para padronizar processos de produção no comércio internacional. A certificação esta quase a se tornar como um dos requisitos básicos para que as empresas exportem os seus produtos.

Um país cresce economicamente quando a sua balança de pagamentos é superavit, sendo a certificação um requisito que é cada vez mais exigido no processo de exportação as empresas Moçambicanas, especificamente as PME's devem se organizar de modo a se manterem competitivas no mercado, a certificação dos seus produtos é fundamental para as empresas valorizarem os seus produtos/serviços no mercado nacional e internacional. Com o crescimento das PME's, consequentemente a economia de Moçambique cresce.

A certificação de produtos na AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA trouxe melhoria nos processos internos nas diversas áreas, desde que a empresa obteve a patente da certificação procura cumprir com maior rigor os padrões de produção impostos pelo regulador, mantendo evidências/registos da sua execução, maior acompanhamento na execução e cumprimento dos processos nas várias áreas da empresa, melhor adequação e optimização dos processos, maior capacitação de todos os colaboradores ou seja, os colaboradores ficaram mais conscientes em questões organizacionais.

Com base nesta pesquisa conclui-se que a certificação de produtos é um factor determinante para o crescimento das PME's em Moçambique.

## 6.2. Recomendações

- Sendo a certificação de produtos, um factor determinante para o crescimento das PME'S em Moçambique, no futuro seria importante difundir as vantagens da certificação para as empresas nos meios de comunicação;
- Tendo sido demonstrado neste trabalho que a certificação de produtos é importante e vantajosa para as PME'S, as empresas Moçambicana devem se organizar e se esforçar para obterem a certificação de qualidade para se manterem competitivas no mercado;
- Sendo que os critérios assumidos para a certificação não são de domínio de todas as empresas, seria importante no futuro sensibilizar as empresas em relação as vantagens da certificação, (usando meios de comunicação como televisão, radio, jornais) e as empresas que pretendem se certificar devem procurar consultores reconhecidos no mercado para flexibilizar o processo de certificação e torna-lo menos dispendioso;
- Criação de incentivos para as PME's aderirem a certificação, um dos incentivos pode ser o financiamento por parte do governo moçambicano visto a importância da certificação para as PME'S.

## BIBLIOGRAFIA

### • Referências Bibliográficas

ALMEIDA, A. *Determinantes do Crescimento das PME's Portuguesas*. Dissertação de Mestrado, 2008.

CARVALHO, José Eduardo. *Gestão de Empresas: princípios Fundamentais*, 2ª edição, edições silabo, Lisboa, 2011

DELOITTE. *As PME's Que Mais Crescem Mais No Brasil*. Brasil, 2015

GIBRAT, R. “*Les Inégalités Économiques*”, Paris: Librairie du Recueil Sirey, 2000.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, 6ª Edição, Atlas: São Paulo. 2008

INNOQ, *Catálogo de Normas Moçambicanas*, Moçambique, Maputo, 2014

INE, *Censo de Empresas 2014-2015*, Moçambique, 2015

JOVANOVIC, B. “*Selection and Evolution of Industry*”, *Econometrica*, 1982.

LAKATOS, M.A. & MARCONI, E. M. *Metodologia de Pesquisa*, 5ª ed. 3ª reimpressão, Editora Atlas: São Paulo. 1992

LAVILLE, C. & DIONNE, J. *A Construção do Saber: Manual de Metodologia da Pesquisa em Ciências Humanas*, Editora UFMQ: Belo Horizonte, 1999.

MEYER, L “*The Present and Future Roles of Banks in Small Business Finance*”, *Journal of Banking and Finance*. 1998.

MINAYO, M. C. de S. *et al. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*, 14ª, Vozes Editora: Rio de Janeiro. 1996

RUAS, João. *Manual de Metodologia de Investigação: Como fazer propostas de Investigação, Monografias, Dissertações e Teses*. Maputo: Escolar Editora, 2017

KAUFMANN, Friedrich & BRAUN, Katharina. *Pequenas e Medias Empresas em Mocambique - Situação e Desafios*, Mocambique, Maputo, 2016

- **Consultas à Internet**

FRAGA, Samira, V. *A Qualidade Na Construção Civil: Uma Breve Revisão Bibliográfica Do Tema E A Implementação Da Iso 9001 Em Construtoras De Belo Horizonte*. Trabalho de Licenciatura em Engenharia, Construção Civil submetido a Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil, 2011. Acesso: [https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9A5FLP/1/monografia\\_final.pdf](https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9A5FLP/1/monografia_final.pdf). Acesso em 8. Março.2021

MARTINS, Katiane, C., *Os Impactos Da Certificação De Gestão Integrada (Iso 9001 E 14001) Com Ênfase Na Competitividade E Rentabilidade: Um Estudo De Caso Em Uma Empresa De Energia Eléctrica*, Trabalho De Licenciatura Em Ciências Contábeis Apresentado A Universidade Federal De Santa CATARINA, Florianópolis, 2006. Acesso: <http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis294217.pdf>. Acesso em 8. Março.2021

SILVA, Oziel Dos S., *Marketing Mix Para Produtos De Conectividade No Paraná*, Trabalho De Licenciatura Apresentado A Universidade Tecnológica Federal Do Paraná Para Obtenção Do Grau De Licenciatura Em Gestão De Negócio, Curitiba, 2013. Acesso através de: [http://repositorio.roca.ufpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3297/1/CT\\_GN\\_VII\\_2012\\_1\\_12.pdf](http://repositorio.roca.ufpr.edu.br/jspui/bitstream/1/3297/1/CT_GN_VII_2012_1_12.pdf). Acesso em 8. Março 2021

[https://web.facebook.com/watch/live/?v=4036809679703149&ref=watch\\_permalink](https://web.facebook.com/watch/live/?v=4036809679703149&ref=watch_permalink) Acesso em 21 de Julho 2021

- **Consultas à Legislação**

Decreto-lei nº 44/2011 de 221 de Setembro de 2011 – Estatuto Geral das Micro, Pequenas e Médias Empresas.

Decreto- lei 74/2013 de 31 de Dezembro – Regula o funcionamento do INNOQ

## **Apêndices**

### **Guião de entrevista**

O presente questionário é dirigido aos representantes da AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA. O mesmo irá auxiliar na elaboração da monografia científica subordinada ao tema: Análise da Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME’S em Moçambique: Caso da Empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019)

Estas informações são tidas como sigilosas e não serão usadas para outros fins diferentes dos mencionados.

**O questionário é composto por 2 secções, com perguntas abertas e fechadas.**

#### **Secção I – Caracterização da Empresa**

1.1.1. Número de trabalhadores

1.1.2. Volume de negócio Anual

1.3. Tempo de actividade

#### **Secção II– Mensuração do Impacto da certificação da Empresa**

2.1. O que levou a empresa a procurar a certificação?

.....  
.....

2.2. Registaram algumas barreiras no processo de certificação? Se sim, quais?

.....  
.....

2.3. Houve alguma mudança após a aderência da certificação? Se sim, qual?

.....  
.....

2.4. Que benefícios a certificação trouxe para a empresa?

.....  
.....

2.5. A certificação melhorou as relações com os clientes?

.....  
.....

2.6. A certificação aumentou a confiança dos clientes em relação aos produtos?

.....  
.....

2.7. A empresa registou um aumento no volume de negócios devido a cerificação

.....  
.....

2.8. Após a certificação, houve ou não algum incremento médio no volume de negócios? Se sim, em que percentagem?

.....  
.....

2.9. A certificação aumentou ou não o nível de competitividade da empresa?

.....  
.....

2.10. A certificação aumentou o nível de produção da empresa?

.....  
.....

## Guião de entrevista

O presente guião é de carácter informativo, ira guiar a entrevista com o responsável do INNOQ com vista a aferir a sua percepção sobre a certificação de produto. O mesmo, ira auxiliar na elaboração da monografia científica subordinada ao tema: Análise da Certificação de Produtos como Factor Determinante para o Crescimento das PME'S em Moçambique: Caso da Empresa AFRIGOTEL – ARMAZENAGEM FRIGORIFICA, SA (2015 – 2019)

1. Quias são os tipos de certificação que o INNOQ dispõe?
2. Dentre eles quais é mais aderido?
3. Tendo em conta o processo de certificação, em que fase as instituições registam mais problemas o entraves?
4. Quais são os custos inerentes a uma certificação?
5. Quanto tempo em media leva o processo de certificação?
6. Com que periodicidade é feita a reavaliação da qualidade dos produtos?
7. Qual é a importância da certificação para as empresas e para a sociedade no geral?
8. No intervalo de tempo em alusão (2015-2010), qual foi a evolução da solicitação de certificações

## Anexos

### 1. Imagem Frontal de Afrigotel



Fonte: <https://www.opais.co.mz/garantida-oferta-de-servicos-de-refrigeracao-em-maputo/>

### 2. Logotipo de Certificação



Fonte: <https://web.facebook.com/Instituto-Nacional-de-Normaliza%C3%A7%C3%A3o-e-Qualidade-INNOQ-830930483958715/>

### 3. Imagem aérea do INNOQ



Fonte: <https://mobile.facebook.com/pg/Instituto-Nacional-de-Normaliza%C3%A7%C3%A3o-e-Qualidade-INNOQ-830930483958715/posts/>

#### 4. Logotipo da ISO



Fonte:

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o\\_Internacional\\_de\\_Normaliza%C3%A7%C3%A3o](https://pt.wikipedia.org/wiki/Organiza%C3%A7%C3%A3o_Internacional_de_Normaliza%C3%A7%C3%A3o)

## 5. Logotipo da IEC



Fonte: <https://www.lsp-international.com/pt/iec-61643-21-2012-performance-requirements-and-testing-methods/>

## 6. Cronograma De Execução Da Pesquisa

Actividades	Junho	Julho	Julho - Agosto	Julho- Agosto	Setembro
Preparação do projecto	✓				
Revisão Bibliográfica		✓			
Notas de Leitura		✓	✓		
Viagem de busca de dados		✓	✓		
Tratamento de dados		✓	✓		
Discussão e redacções preliminares			✓	✓	
Redacção final				✓	✓
Apresentação e defesa					✓

## 7. Orçamento da Pesquisa

Qtd.	Descrição	Custo unitário	Total (MT)
1	USB- Flash 8GB	500,00	500,00
2	Bloco de Notas	200,00	400,00
6	Esferográficas	10,00	60,00
5	Lanches	250,00	1.250,00
1	Impressão	2.500,00	2.500,00
1	Viagens à busca de dados	1000,00	1000,00
<b>Total</b>			<b>5.710,00</b>

## **Glossário de Termos**

**Picking** – é um termo de origem inglesa que, na língua portuguesa se refere a recolha em armazém de certos produtos a pedido de um certo cliente;

**Stock** – é um termo de origem inglesa que, na língua portuguesa se refere à quantidade de bens ou produtos de que dispõe uma organização ou um individuo num determinado momento para o cumprimento de certos objetivos;

**Stackholders** – é um termo de origem inglesa que, na língua portuguesa se refere ao público estratégico e descreve todas as pessoas ou "grupo de interesse" que são impactados pelas ações de um empreendimento, projeto, empresa ou negócio.

**Superavit** – é o termo genérico que se dá a uma conta de balanço de entidades com finalidades económicas ou da administração pública que, em geral, corresponde ao lucro dos balanços empresariais privados