

**UNIVERSIDADE POLITÉCNICA
A POLITÉCNICA**

**COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO
Caso PME (Bi-Clean & Maintenance Services, Lda)**

FILIMÃO OBADIAS MACHAVA

**MAPUTO
DEZEMBRO 2020**

**UNIVERSIDADE POLITÉCNICA
A POLITÉCNICA**

Apresentação de Plano de Negócio à ESA
como requisito para obtenção do grau de
Licenciatura em gestão de empresas.

**PROPONENTE:
FILIMÃO OBADIAS MACHAVA**

ORIENTADOR: Mestre JOSÉ TIMBA

Agradecimentos

Em primeiro lugar agradeço a Deus por me prover o dom da vida e por iluminar as minhas escolhas.

Agradeço a família Machava pelo apoio que me dispensou nesta longa caminhada, em especial ao meu pai Obadias Machava que em vida fez tudo para mostrar-me o caminho da educação, pela paciência e crença que sempre demonstrou em mim, pelo carinho e inestimável apoio.

À minha mãe Paulina que continua olhando por mim dispensando-me sempre o carinho de mãe.

À minha esposa Crisalda que tem-me dado forças de lutar e aos meus filhos Shengany, Shenísia e Shazna que são uma gracinha e levantam sempre a minha moral quando eu estiver cansado de trabalho e escola ao mesmo tempo, quando notam ausência de sorriso e alegria na minha cara, eis que eles se atiram ao meu colo e logo me recupero.

À Universidade Politécnica - ESA Maputo pela formação, e meu obrigado especial a todos os tutores que contribuíram para que fosse possível a minha formação.

Agradeço ao meu orientador Mestre José Timba pela orientação e mestria neste projecto.

A todos que aqui não foram mencionados, que direta ou indiretamente contribuíram para a minha formação!

Kanimambo!

RESUMO

De acordo com dados da Estratégia para o desenvolvimento das PME's (2007), em Moçambique existe no mercado um grande número de empresas de sucesso que foram constituídas sem a elaboração de um plano de negócio. O sucesso dessas empresas é decorrente de uma elevada capacidade gerencial e conhecimento de negócios por parte de seus gestores. Doutra modo, existem aquelas que actuam em um mercado favorável, com taxas de crescimento positivas e, ainda, contam com equipas altamente qualificadas. Outro factor que contribui para o sucesso de algumas delas é o periodo no qual foram constituídas, uma vez que, muitas delas, entraram no mercado quando haviam poucos concorrentes. Em contrapartida, existem empresas que são constituídas e que não alcançam resultados satisfatórios e, muitas delas, não possuem continuidade e saem do mercado. Segundo este estudo, o índice de mortalidade do micro e pequenas empresas, nos primeiros anos de sua existência, é bastante elevado em Moçambique, algo em torno de 80%. Um elevado índice que poderia ser reduzido, na maioria dos casos, por meio da elaboração do plano de negócio. Este trabalho "Plano de Negócio e Requisitos Legais para Licenciamento" tem o objectivo de explicar os futuros empreendedores, aspirantes a empreender em qualquer ramo e outros interessados sobre o significado do Plano de negócio, bem como levar os destinários a mergulhar em um exemplo prático de um Plano e dominar os passos e requisitos legais para licenciar um negócio. É dada explicação com detalhe e seguindo-se um exemplo prático de uma PME, a " BI-Clean & Maintenance Services, Lda".

Palavras chave: Plano, Negócios, Limpeza.

LISTA DE TABELAS

	Página
Tabela 1: Preços a praticar.....	21
Tabela 2:Número de clientes.....	22
Tabela 3:Análise FOFA.....	24
Tabela 4:Investimento inicial.....	25
Tabela 5:Custos dos operacionais.....	26
Tabela 6:Despesas operacionais.....	26
Tabela 7a:Receitas por avença.....	27
Tabela 7b:Receitas.....	27
Tabela 8:Demonstrativo de resultado.....	28

ÍNDICE

	Página
Resumo.....	1
Lista de tabelas.....	2
Índice.....	3
1. INTRODUÇÃO	9
2. PROBLEMA.....	6
3. JUSTIFICATIVA	11
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	8
5. OBJECTIVOS.....	13
5.1 Objectivo geral.....	13
5.2 Objectivos específicos.....	13
6. METODOLOGIA	13
6.1 Entrevistas.....	14
6.2 Comentário sobre as respostas.....	11
7.DENOMINAÇÃO DA FIRMA.....	12
7.1 Reserva de Nome	16
7.2 Tipos de Sociedades Comerciais.....	17
8. REQUISITOS LEGAIS	21
8.1 Estatuto e inscrição nas entidades legais.....	21
8.2 Escritura Pública:	22
8.3 Registo Definitivo:.....	22
8.4 Publicação no Boletim da República	22
8.5 Registo fiscal e obtenção do NUIT	15
8.6 Emissão do Alvará (Licença Comercial)	15
8.7 Vistoria.....	15
8.8 Início de Actividade.....	16
8.9 Registo na Segurança Social.....	16
9. PLANO DE NEGÓCIO	17
10. DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO.....	17

10.1 Motivo da sua criação	17
10.2 Ramo do negócio	18
10.3 Público alvo	18
10.4 Necessidades dos clientes	18
10.5 Forma de atender as necessidades dos clientes.....	19
11. PLANO DE MARKETING	19
11.1 Descrição do Produto	19
11.2 Diferencial e vantagem competitiva.....	29
11.3 Preços a praticar.....	29
11.4 Propaganda.....	30
11.5 Ponto de distribuição dos produtos/serviços	30
11.6 Previsão de clientes	31
12. CONCORRÊNCIA	22
12.1 Análise da concorrência.....	22
13. FORNECEDORES	23
14. ANÁLISE SWOT/FOFA.....	23
15. PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	25
15.1 Investimentos Iniciais.....	25
15.2 Custos operacionais.....	25
15.3 Despesas operacionais.....	26
15.4 Receita de vendas.....	26
15.5 Demonstrativo de resultados.....	27
16. TOTAL DE INVESTIMENTO.....	28
17. INÍCIO DE OPERAÇÕES.....	29
18. CONCLUSÃO.....	30
19. RECOMENDAÇÕES.....	31
20. BIBLIOGRAFIA.....	32
20b. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32
21. ANEXOS.....	33

1. INTRODUÇÃO

Sepudessese inventar o futuro, tudo seria mais fácil, uma vez que correríamos menos riscos e nossos objetivos seriam facilmente alcançados. No mundo empresarial, uma forma de "inventar futuro" é a elaboração do **Plano de Negócio**.

Através do Plano de Negócio, o empreendedor é capaz de avaliar seu empreendimento antes de torná-lo real. Isso possibilita realizar ajustes e traçar ações estratégicas para atingir os resultados desejados - Guia de Estudo da Disciplina de Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios.

O plano de negócio é um instrumento que deve ser dinâmico porque o próprio mercado é dinâmico e podem ocorrer fatores externos, difíceis de prever, que podem concorrer para inviabilizar o sucesso de um empreendimento e conseqüentemente, pôr em causa a validade do próprio plano.

O plano de negócio não é um instrumento com garantia certificada de sucesso, é sim, um guia orientador de extrema importância no mundo empresarial porque ele possibilita efectuar uma avaliação sobre se aquilo que está sendo pensado é uma boa ou má oportunidade ou, ainda, possibilitará que o empreendedor transforme sua visão original em melhor oportunidade (Dornelas, 2008:40).

Assim, este trabalho busca explicar de forma concreta os empreendedores, aspirantes a empreendedores e interessados como compilar este instrumento orientador, detalhando suas etapas e também o tornando completo e atrativo para ajudar na busca de parceiros de investimento.

Par melhor compreensão e aproximação à realidade usaremos a " BI-CLEAN AND MAINTENANCE SERVICES, LDA" como uma empresa que aspira entrar no mundo de negócios no ramo de limpeza e manutenção.

2. PROBLEMA

O empreendedorismo tem sido a alavanca da economia mundial contribuindo para o desenvolvimento dos países, das populações e criando dinamismo nos mais diversos sectores da economia.

Em Moçambique o empreendedorismo tem seguido esta tendência mundial criando dinâmica sócio-económica, contribuindo para gerar novos postos de trabalho, melhorar renda e vida das pessoas e elevar o PIB de forma significativa.

Empreendedores tem surgido em diversas áreas que outrora não eram explorados, outros inovam em áreas já conhecidas trazendo uma nova forma de interagir no mercado, experimentando tecnologia nova e gerando riqueza que beneficia diversos interessados.

Apesar deste sucesso muitos novos empreendedores acabam passando por várias dificuldades, nos meses iniciais de abertura do negócio, por não planejam corretamente.

Assim como no meio universitário existem muitos estudantes que querem entrar no mundo dos negócios, mas não sabem por onde começar, outros ingressam neste mundo empresarial sem o mínimo preparo, e outros até sabem que tem que ter um plano de negócio mas não podem contratar um profissional para o efeito, uma vez não possuem financiamento para tal.

Além de ter idéias, encontrar um ponto comercial e conhecer os custos, planejar o futuro da empresa é essencial. Para evitar riscos futuros, a elaboração do plano de negócio torna-se indispensável.

O plano de negócios é o instrumento ideal para traçar uma imagem do mercado, do produto/serviços a oferecer e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que o empreendedor tem informações detalhadas do seu ramo de negócio, produtos e serviços, clientes,

concorrentes, fornecedores e, principalmente, contribuindo para a identificação da viabilidade da ideia e da gestão da empresa. Por tudo isto e mais, urge colocar a seguinte questão?

Até que ponto a elaboração do plano de negócio é indispensável na prossecução dos objectivos no negócio?

3. JUSTIFICATIVA

Como elaborar um plano de negócio pretende jogar sua relevância no mundo empreendedor principiante de forma prática, oferecendo explicação teórico-prática para quem quer minimizar riscos de insucesso ao iniciar um empreendimento sem experiência prévia.

É um guia importante principalmente para estudantes universitários, que optam pela via de auto emprego ou empreendedorismo, entretanto se debatem com a problemática de falta de financiamento para contratar um profissional para elaborar um plano.

É também contribuição deste trabalho a chamada de atenção a todos que querem entrar no mundo empreendedor, principalmente estudantes para que busquem preparação, reflectindo sobre todas as directrizes de alinhamento do empreendimento antes de iniciar.

Este trabalho é um guia para principiantes uma vez que inclui o direccionamento legal até à operação, evitando conflitos com a lei que podem atrasar o empreendimento e causar prejuízos.

O plano de negócio é importante tanto para quem está abrindo o negócio quanto para quem está ampliando o empreendimento. Recordar que este planeamento não elimina os riscos, mas evita que erros sejam cometidos pela falta de análise, diminuindo as incertezas do seu negócio.

Assim dentre outros destacamos os seguintes benefícios:

- Organiza as ideias ao iniciar um novo empreendimento.
- Orienta a expansão de empresas já em atividade.
- Apoia a administração do negócio, seja em seus números, seja em estratégias.
- Facilita a comunicação entre sócios, funcionários, clientes, investidores, fornecedores e parceiros.

- Capta recursos, sejam financeiros, humanos ou parcerias.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O plano de negócio é uma bússola do empreendedor, que será utilizado para orientar as suas ações, ajudando a traçar o caminho, desde onde a empresa se encontra hoje, até onde se deseja que ela chegue no futuro, identificando metas, obstáculos e rotas desejadas ao longo do caminho, reduzindo riscos de falho e maximizando as chances de sucesso do negócio (Dornelas, 2008).

É um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo incertezas e mostrando caminho a seguir. Um plano de negócio permite identificar e restringir erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Este documento tem também como principais atribuições a análise dos pontos fortes e fracos em relação a concorrência e o ambiente; a definição de estratégias de marketing; análise do desempenho financeiro; avaliação de alternativas de investimentos e retornos; auxilia no levantamento de recursos, no que tange a financiadores e investidores uma vez que estes analisam o plano antes de investir. E é utilizado também como ferramenta de negociação contribuindo para aprovação de empréstimos e acesso a financiamento.

Dentre várias ferramentas existentes para auxílio do empreendedor na criação de um negócio, destaca-se o plano de negócios como uma das mais completas e eficientes. A elaboração de um plano de negócio é um exercício que também envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento sobre o ambiente de negócios e o setor em que ira atuar.

Uma vez que estratégia tem a ver ações e decisões de afetação de recursos, que os empreendedores tomam, para a empresa prosseguir a sua visão e alcançar um certo nível de desempenho satisfatório, tem-se o plano de negócio como uma ferramenta de gestão para esse planejamento e desenvolvimento inicial.

Dornelas (2008), ainda refere que o plano de negócios é parte fundamental do processo empreendedor. Os empreendedores precisam de saber planejar suas ações e delinear as

estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. Em mercados atuais tão competitivos, existem alguns fatores que fazem a diferença e que podem transformar uma empresa em líder de mercado e alcançar o sucesso almejado.

Um plano de negócio bem elaborado pode aumentar as chances de sucesso em 60%. É obvio que sempre haverá pessoas de sorte, com sucesso nos negócios, sem o plano, e, também aquelas que ganham lotaria, (apud Bangs, 2001, p.97).

5. OBJECTIVOS

5.1 Objectivo geral

Este trabalho tem por objectivo explicar de forma teórico e prática como elaborar um plano de negócio.

5.2 Objectivos específicos

- Explicar a importância de um plano de negócio;
- Fornecer orientação teórico-prática e todos os passos de um plano de negócio e enquadrá-lo num negócio específico;
- Divulgar a prática de elaborar plano de negócio no meio estudantil;

6. METODOLOGIA

Este trabalho é obra de uma pesquisa explicativa, juntando idéias de alguns dos principais autores sobre a matéria para se poder trazer a teoria e prática por forma a se ter o domínio e execução de um plano de negócio.

A literatura sobre plano de negócio é muito vasta, porém a base de pesquisa foram os autores Fernando Dolabela (2008), e José Carlos Assis Dornelas (2008), que elaboraram trabalhos completos sobre o assunto e foi revista também a disciplina de Empreendedorismo e Gestão de Novos Negócios.

Foram usadas fontes secundárias (livros) para se ter a base científica, e fontes primárias (entrevistas) para se ter o pulso real operacional vivido no terreno sobre todos os aspectos, visando trazer o melhor sobre o assunto neste trabalho.

Além disso a pesquisa bibliográfica usada como técnica neste trabalho permitiu estudar vários autores e explorar diferentes idéias sobre o plano do negócio, o qual resultou num trabalho simplificado e completo, adaptado à nossa realidade legal no país.

Na parte legal fez-se a revisão do Código comercial de Moçambique principalmente nas últimas alterações que vieram simplificar ainda mais a abertura de empreendimentos novos no país (Lei n° 1/2018 de 04 de Maio).

As entrevistas compostas por perguntas exploratórias versaram principalmente em questionamento sobre operações técnicas, chances de sucesso, prioridades, dimensionamento e treinamento de mão de obra, quantidade de recursos financeiros a obter para o arranque e sobre técnicas de marketing apropriadas para obtenção de clientes principalmente na fase inicial.

6.1 Entrevistas

Como objecto, foram escolhidas duas empresas e seleccionados dois profissionais operacionais para entrevista no quadro de gestão média das respectivas empresas sedeadas no Município de Maputo e Matola.

A escolha recaiu sobre estas empresas por serem bastante actuaentes no território nacional, sendo responsáveis por boa parte do mercado da limpeza e serviços conexos.

As entrevistas decorreram nos anos de 2018 e 2019 respectivamente, no Município da Matola, onde ficam situados os seus postos de trabalho, desempenhando funções de supervisão e são colaboradores com larga experiência no sector.

Os mesmos orientaram várias equipas de operações em diferentes empresas e postos, e já atuaram como treinadores de novos trabalhadores.

A grelha de perguntas se encontra no anexo deste trabalho.

6.2 Comentários e análise sobre as respostas dos entrevistados:

No princípio do ano de 2018, com fins de estudo de mercado e com vista a aproximar-se da realidade operacional entrevistou-se um Supervisor e Formador na Imovisa S.A, gigante do sector de limpezas e manutenção imobiliária, que à data prestava serviço no posto da empresa Coca-Cola Moç, S.A.

Segundo o nosso entrevistado, as empresas citadas no ponto 11, que versa sobre concorrência constituem a espinha dorsal no país nesta área , entretanto há que frisar que todas elas perdem grandes postos de prestação de serviços em grandes empresas e organizações na decorrência de perda de qualidade de serviços e também pela perda de competitividade dos seus preços.

Nos olhos deste entrevistado a área de serviços de limpeza e serviços conexos é competitiva, não cessa que se reúna ao mesmo tempo todo o valor necessário para se poder arrancar. O arranque em fases é uma estratégia ótima, que também permite consolidar o trabalho desenvolvido, conquistando clientes de forma gradual e desenvolvendo entendimento ao cliente sobre como ele deseja ser atendido.

Um dos pontos abordados com os entrevistados foi sobre a conquista dos primeiros clientes institucionais, que segundo eles é um desafio uma vez que as instituições tendem a ser cépticas com novas empresas, mas que se supera ao arrancar trabalhando no segmento residencial que permite ganhar e demonstrar experiência.

Segundo eles o mercado tem muitos fornecedores de produtos e material de limpeza o que facilita de certo modo as operações.

Na mesma corrente, no mês de Maio de 2019 entrevistou-se o supervisor da NemChem Higiene e Servicos, Lda empresa de serviços de limpeza a actuar no mercado. O mesmo relatou que o mercado de limpeza e serviços afins apresenta grandes oportunidades na medida em que há cada vez mais empresas, condomínios e residências que terceirizam estes serviços.

Este supervisor que actua no posto da Aga Khan Academy na Matola aceverou que é necessário ter experiência de execução dos serviços e não é necessário ter muito capital para iniciar. Para ele a inserção não é difícil, precisando de alguma persistência no início para vencer dificuldades que são inerentes de um processo novo de uma empresa estreante. E para ultrapassar falta de financiamento ele apontou a estratégia de início em fases como certa.

A exemplo disso citou uma empresa de limpeza que opera no mercado Moçambicano a menos de cinco anos, cujo proprietário é um antigo trabalhador de outra empresa de limpeza. A empresa opera em muitos pontos do país e já tem solidez necessária para ser considerada uma PME segura nos olhos do entrevistado, tendo iniciado do zero com o seu salário, isto é com poucos recursos. Portanto, é este espaço e oportunidade que a Bi-Clean & Maintenance Services irá disputar no mercado.

7. Denominação da firma

7.1 Reserva de Nome

O proprietário ou proprietários (sócios ou o sócio) devem registar o nome escolhido, nome a atribuir à empresa, e em seguida dirigem-se à Conservatória do Registo Comercial ou Balcão de Atendimento Único para se verificar se o nome escolhido não existe. Lembrar que se o nome já existe, isto é se não tem outra empresa usando o mesmo nome, caso já exista obrigatoriamente terão que escolher outro.

Os requerentes deverão empunhar os seus documentos de identidade, preencherão um formulário de requerimento existente na conservatória ou BAÚ mediante pagamento de uma quantia de 150,00 Mt. A denominação da empresa será sempre seguida da indicação da forma legal da sociedade. Este processo culmina com a entrega por parte da Conservatória da Certidão Negativa.

A Certidão Negativa é um documento comprovativo de que não existe nenhuma sociedade comercial/empresa com o mesmo nome ou com um nome que se assemelha ao que se pretende registar.

7.2 Tipos de Sociedades Comerciais

Na compilação do estatuto há que considerar e colocar o tipo de sociedade na qual a empresa deve operar. Em Moçambique, as sociedades mais usadas são: Sociedades anónimas de responsabilidade limitada (SARL) e as sociedades por quotas (Limitada).

As sociedades anónimas de responsabilidade limitada (SARL) constituem-se com um mínimo de 10 accionistas e não existe determinação de capital mínimo. Se o Estado for accionista pode-se constituir com apenas 2 sócios.

Nas Limitadas, o número de sócios mínimo é de 2 e o capital social depende da disponibilidade dos sócios, podendo até não ter capital social à luz das reformas do Código comercial (Decreto Lei n° 12/2018 de 24 de Abril).

8. REQUISITOS LEGAIS

Esta parte tem a ver com os requisitos legais em vigor no país para colocar o negócio em marcha. Embora abrir uma empresa em Moçambique pareça um processo complicado, este é cada vez mais fácil com a reforma legal que tem sido levada a cabo, permitindo a simplificação de vários passos para o efeito.

De referir que as últimas reformas via Código comercial facilitam ainda mais o processo de abertura de empresas e tornam cada vez mais acessível o processo aos pequenos empreendedores.

8.1 Estatuto e inscrição nas entidades legais

Depois da obtenção da Certidão Negativa (ponto 7.1), é necessário formalizar a inscrição na Conservatória ou entidades legais, devendo apresentar a cópia da Certidão Negativa, o projeto de estatuto da empresa/sociedade e cópia autenticada dos documentos de identificação dos sócios/proprietários. Apresentar o estatuto da sociedade, considerando o seguinte:

8.2 Escritura Pública:

Requisitos a apresentar na Conservatória/BAÚ:

- a) Certidão negativa;
- b) Cópias dos documentos de identificação dos sócios (passaporte ou documento de identificação de estrangeiros - DIRE);
- c) Estatuto.

Apresentando estes requisitos e celebrado o registo provisório da sociedade/empresa por parte do proprietário/sócio através das suas assinaturas mediante o Conservador Comercial.

8.3 Registo Definitivo:

O registo definitivo da empresa/sociedade comercial é feito logo após a obtenção do Registo provisório na Conservatória/BAÚ apresentando novamente o estatuto da empresa/sociedade, documentos de identificação, requerimento para o efeito (minuta existe no local).

Em outros pontos do país, o Registo Provisório e Registo Definitivo acontece no mesmo momento no mesmo local.

8.4 Publicação no Boletim da República

Após a emissão das certidões definitivas e comerciais no passo anterior, deve-se mandar publicar no BR para que seja do domínio público a existência da empresa. Esta ação é mediante pagamento de uma taxa que varia, dependendo da quantidade de letras existente no estatuto, quanto mais longo for mais cara se torna a sua publicação.

A publicação é solicitada na Imprensa nacional apresentando os seguintes documentos:

- Estatuto da empresa (Físico e electrónico)
- Certidão definitiva
- Documento de Identificação

8.5 Registo fiscal e obtenção do NUIT

Tendo sido a empresa legalmente registada e a publicação dos estatutos no BR, a empresa/sociedade comercial deve ter um registo fiscal e obter o respetivo número de registo de impostos Número de Identificação Tributária (NUIT), bem como as respectivas licenças de funcionamento.

8.6 Emissão do Alvará(Licença Comercial)

Para a obtenção da Licença comercial/Alvará, a empresa deve primeiro ter completado o processo de constituição acima.

O pedido para a emissão de uma licença é dirigido ao Governador Provincial e submetido à Direcção Provincial de Industria e Comércio relevante. Isto é tudo feito na Conservatória comercial ou de entidades legais e o requerimento deve conter Nome social, Endereço da sede social, Tipo de atividade comercial a realizar de acordo com o Classificador de Atividades Económicas.

Para casos específicos, principalmente de empresas com pontos comerciais como lojas, padarias, mercearias e restauração devem ser solicitadas as respectivas Licenças / Alvará no Conselho municipal.

A obtenção da Licença comercial/Alvará, é feita mediante pagamento de uma taxa que varia consoante os ramos de negócio e deve-se acompanhar por:

- Boletim da República
- Planta e a respectiva memória descritiva das instalações (se aplicável)
- Documento(s) de Identificação do(s) Assinante(s)
- Certidão Definitiva

8.7 Vistoria

A vistoria/inspeção deve ser solicitada por escrito na Conservatória comercial/BAÚ, e os pagamentos devidos pela realização das inspeções e pela emissão dos alvarás são feitos de acordo com a tabela em vigor para cada sector actividade.

A inspeção é realizada entre 7 a 10 dias dependendo do estabelecimento e em seguida é emitido o auto de vistoria.

No caso de se constatarem irregularidades durante a inspeção, o início da actividade pode ser aprovado sob a condição de o problema ser resolvido num prazo razoável estipulado no auto de vistoria.

8.8 Início de Actividade

Após obter-se toda documentação a cima citada, o proprietário/sócios devem se dirigir a um bairro fiscal onde a empresa pertence (o endereço da empresa vai ditaraonde esta pertence fiscalmente) para preencher os devidos formulários e anexar a documentação já existente da empresa para que se possa dar o título de início de atividade pelas finanças.

No modelo apropriado irá escolher perante o Oficial tributário os regimes fiscais que se adequam ao seu negócio, sendo que para outros regimes já são impostos pela legislação fiscal consoante o ramo de atividade.

8.9 Registo na Segurança Social

Por lei a sociedade é obrigada a registar os seus trabalhadores no Sistema de Segurança Social. As entidades empregadoras retêm o valor da contribuição social mensal dos trabalhadores e remetem-no mensalmente (até ao dia 10 de cada mês) ao Instituto Nacional.

A percentagem mensal a remeter no INSS para cada trabalhador é de 7% de salário de cada trabalhador, sendo 3% da contribuição individual do trabalhador e 4% contribuição da entidade empregadora.

9. PLANO DE NEGÓCIO

Nome da Empresa: BI-CLEAN & MAINTENANCE SERVICES, LDA

A escolha do nome é da responsabilidade do proprietário ou sócios da empresa. Segundo o Módulo Estratégias de Marketing e pesquisa de Mercado (2011), da Universidade Politécnica escolher um bom nome para uma empresa nova é essencial para que a marca seja lembrada com facilidade pelos clientes. O nome molda a identidade do negócio. É algo permanente, que dura para a vida toda. Por isso é preciso analisar várias opções até chegar à escolha final.

O nome deve ser claro e sugestivo ao que se refere, deve ser descritivo e vender a identidade da marca, deve ser fácil de lembrar, facilmente soletrável, tem que ser único e de olho nas tendências e apelativo ao público alvo.

Após chegar à conclusão sobre o nome a adoptar, deve se fazer o seu registo nas entidades legais, conforme explicado anteriormente. Este procedimento é muito importante porque além de ser uma demanda legal serve para verificar se não é um nome já existente no mercado ou a este parecido, caso que até pode confundir seus clientes.

10. DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

10.1 Motivo da sua criação

A Bi-Clean & Maintenance Services Lda. é uma microempresa de direito moçambicano, registada na conservatória de entidades legais da Província de Maputo que presta serviços de limpeza e manutenção rotineira, composta por uma equipa gerencial ambiciosa e determinada, com conhecimentos e boa experiência em limpeza geral e manutenção imobiliária.

É uma empresa que prestará serviços em ambientes industrial, escritório, residências, vias públicas, obras e em outros que precisam de serviços de limpeza terceirizados de qualidade consistente.

Partindo do Município da Matola onde fica localizada vai distribuir seus serviços neste ponto e no Município do Maputo, regiões com alta competitividade comercial e industrial, e com grande potencial de crescimento e desenvolvimento.

Observando o crescente mercado comercial, os empreendedores viram a oportunidade de abrir um empreendimento que atua na limpeza e manutenção uma vez que as empresas que alí atuam apresentam alta rotatividade por inconsistência serviços que oferecem.

10.2 Ramo do negócio

A empresa tem como ramo de actividade: prestação de serviços "Limpeza geral, manutenção e serviços, tendo como produtos serviço de limpeza residencial, comercial, industrial e manutenção imobiliária.

10.3 Público alvo

O público alvo deste tipo de serviços é muito diversificado. Caracteriza-se por empresas de média a grande porte que opta por ter um quadro de empregados fixo e flexível e que prefere transferir para terceiros este tipo de atividade, podendo assim se focar naquilo que é o cerne do seu negócio.

A maior parte é formada por médias e grandes empresas, instituições públicas, enquanto que a outra parte dos clientes em potencial é constituída por residências particulares e condomínios residenciais, que necessitam de serviços de limpeza geral (faxina). São clientes que tem fluxo de caixa constante e assim tendo uma garantia para a Bi-Clean & Maintenance Services.

10.4 Necessidades dos clientes

O comércio, a indústria e serviços da região onde a empresa vai prestar serviço está se desenvolvendo rapidamente e com grande potencial de crescimento. Este ambiente por sua vez gera também um certo desenvolvimento sócio-económico fazendo com que não só as empresas busquem terceirizar serviços de limpeza, mas também o segmento residencial.

Observou-se, então, que a região estava carente de uma empresa deste gênero, que possa oferecer um serviço de qualidade consistente, adequado à realidade individual e com um custo efetivo, rapidez e de forma continuada.

10.5 Forma de atender as necessidades dos clientes

O relacionamento inicial com os clientes será através da visita e apresentação da Bi-Clean & Maintenance Services. Após a contratação a Bi-Clean & Maintenance Services realizará avaliações semanais e mensais junto aos seus clientes para verificar se os serviços estão sendo prestados com a devida qualidade e o nível de satisfação dos clientes. Além de levantar dados como sugestões de melhorias no processo de atendimento às necessidades da empresa.

Neste processo os colaboradores também farão auto avaliação sobre suas atividades e discutirão semanalmente melhorias para os processos diários como as escalas de serviço, prestação de contas, atendimento e divulgação da empresa perante os clientes.

A estratégia de atender os clientes passa por perceber primeiro junto ao cliente as suas necessidades, entender suas particularidades, limitações e depois desenhar um produto adequado para cada situação.

Exemplo, se um cliente for a precisar de serviços somente nos finais da semana, proceder-se-á dessa forma, cliente mensal terá seu tratamento como tal, assim como bi-semanal e por aí em diante. E o preço atenderá também essa forma, fugindo o hábito de cotação única e igual para todas as residências do tipo duplex por exemplo.

11. PLANO DE MARKETING

11.1 Descrição do Produto

A Bi-Clean & Maintenance Services presta serviços de limpeza de ambientes e conservação (proteção do patrimônio dos clientes).

A empresa oferece soluções de qualidade na morada do cliente em:

- a) Limpeza Industrial,
- b) Recolha de Lixo,
- c) Limpeza residencial, de Escritórios e Limpeza geral,
- d) Jardinagem,
- e) Gestão imobiliária e manutenção rotineira de infraestruturas.

11.2 Diferencial e vantagem competitiva

A Bi-Clean &Maintenance Services tem um cuidado muito importante com a integridade de seus colaboradores e clientes. Assim sendo, pretende investir em treinamento de seu pessoal, para melhor servi-los.

Com o crescimento e conquista de novos clientes, pretende-se criar a cultura de investimento em pessoal e passar aos novos colaboradores o espírito de dono do negócio sempre em busca da excelência.

A empresa vai oferecer bônus assinatura para os primeiros clientes como forma de cativá-los a aderir aos nossos serviços.

A Bi-Clean &Maintenance Services vai privilegiar a prestação de serviço com paixão, mostrando que deseja entregar serviço que satisfaça os seus clientes e através disso ganhar dinheiro.

Como empresa nova e flexível, não comportando muitos gastos, vai facilitar e permitir fazer um trabalho de qualidade a um preço bastante atractivo no mercado, buscando fidelização de clientes .

11.3 Preços a praticar

Inicialmente a Bi-Clean &Maintenance Services irá trabalhar com preços um pouco abaixo do mercado, sendo esta uma das estratégias para rápida inserção no mercado, permitindo dum lado que o público conheça a qualidade dos nossos produtos.

Após caducidade dos primeiros contratos, passar-se-à a praticar preços de acordo com a qualidade do serviço, devendo emitir um aviso prévio aos clientes. Assim os preços a praticar são os que se encontram na tabela abaixo:

Tabela 1: Preços a praticar:

Nº de ordem	Designação	Valor mensal(MT)
1	Residências	6.500,00
2	Empresas	75.000,00

Fonte: Elaborada pelo autor

11.4 Propaganda

A divulgação será por meio de telemarketing, prospectando clientes. O domínio e conhecimento dos produtos e serviços dos concorrentes deve fazer parte da estratégia de actuação no mercado, porque assim se pode desenhar produtos melhores e estudar boas estratégias de cada vez melhorar a qualidade e superar os produtos concorrentes.

Outro diferencial de lançamento que no costume popular tem sido valorizado é a oferta de algum tipo de "brinde assinatura" pela primeira vez que um cliente aderir aos serviços.

Deve-se também destacar um publicitário/vendedor que irá distribuir panfletos nos centros comerciais, visitar residências e empresas com carta de serviços e apostar-se forte no uso da mídia social nomeadamente o mobile marketing.

Segundo um estudo publicado pela VITAMINA PUBLICITÁRIA - Brasil actualmente existem mais smartphones do que televisores no mundo, e em alguns países o número de aparelhos chega a ser maior que o número de pessoas. A tecnologia mobile vem crescendo mais rápido do que a internet cresceu na década de 90, ou seja, em um ritmo bem acelerado, e basta reparar no nosso próprio comportamento, afinal de contas, quem é que gosta de ficar longe do seu celular?

11.5 Ponto de distribuição dos produtos/serviços.

O principal ponto para a distribuição dos serviços da BI-Clean & Maintenance Services será na Matola, visto albergar o maior parque industrial do país. Estrategicamente a expansão passará logo a seguir pelo município de Maputo, visto ser um ponto estratégico por ser onde fica situado o grande parque de empresas de serviços e muitas instituições públicas.

11.6 Previsão de clientes

A tabela a baixo mostra as projecções de aquisição de clientes dentro de um ano. Iniciando a sua prestação de serviços no segmento residencial, projecta-se que dentro de seis a oito meses se alcance um número por volta de 22 clientes. Números que dão segurança para se puder arancar para outra fase, a da conquista de clientes institucionais. E até o fecho do mesmo ano, o objectivo é trabalhar para se conseguir pelo menos 2 clientes desta última categoria.

Tabela 2: Número de clientes a atingir em um ano de actividade:

Nº de ordem	Designação	Nº de clientes a atingir dentro de um ano
1	Clientes residenciais	22
2	Clientes Institucionais (empresas e entidades públicas)	2

Fonte: Elaborada pelo autor

12. CONCORRÊNCIA

12.1 Análise da concorrência

Existem grandes empresas a operar no mercado de limpeza que são bem conhecidas e tem algum mérito, porém a maior parte delas sucumbem pela falta de continuidade de serviços de qualidade.

Conforme dito anteriormente a maior parte das empresas do sector não consegue manter por tempo continuado o padrao de serviços de qualidade que apresentam no princípio.

Os principais concorrentes que se alcerçaram no mercado são: Clean África, Help Multiservice, Imovisa, Imobilis, Lin Limpezas e NemChem.

13. FORNECEDORES

Existem fornecedores grossistas no mercado em quantidade e qualidade diversificada. O mercado de material de limpeza e detergentes a grosso ainda é favorável no mercado. Podemos encontrar empresas como: Prochem, Lda, Mistolin, Modet, Recheio, Builders Warehouse, Karcher entre outras e grandes supermercados tanto no município de Maputo como no município da Matola.

Dentre todas a Prochem, Lda, Modet, Lda, Karcher e Mistolin são as que oferecem maior diversidade de material e produtos, inovadores e ecológicos, além da competitividade de preços.

Os equipamentos de lavagem geral como máquinas a pressão, máquinas de afagamento entre outros constituem um desafio visto terem preços inflacionados. É possível mitigar este problema comprando faseadamente, sendo que para a fase inicial pode se proceder ao aluguer das mesmas.

14. ANÁLISE SWOT/FOFA

Em baixo encontra-se a Matriz SWOT, uma ferramenta relativamente simples, que ajuda no planeamento estratégico e na verificação do posicionamento da empresa no decurso da sua atuação. Assim, no quadrante de pontos fortes, é onde reside a segurança e confiança da empresa e, é onde deverá-se capitalizar a actuação, visto que são itens que conferem vantagem em relação aos concorrentes. Capitalizar a localização estratégica, criando uma rede de divulgação rápida da empresa que permita ser conhecida pela maioria das empresas em pouco tempo de operação, nos produtos inovadores a lançar pode se apostar maquetizando os mesmos tomando vantagem também de serviços integrados de limpeza e manutenção ligeira.

Por outro lado há que se monitorar, os pontos fracos procurando acelerar a consolidação dos serviços, através de constante supervisão no terreno, o que vai fazer com que se ultrapasse com alguma rapidez as dificuldades inerentes a uma empresa estreante.

Nas oportunidades será necessário estar sempre de prontidão para não perder de vista negócios futuros, como a construção de novos condomínios e o crescimento à vista do parque industrial na região da Matola, controlando as ameaças que representam novos concorrentes e a gestão de crises e inflação.

Tabela 3: Análise SWOT / FOFA

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Indógenos	Produtos inovadores, Localização estratégica, Serviços integrados, Equipa gerencial com experiência, Equipe do terreno bem treinada e motivada, Tomada de decisão rápida, Equipa enxuta e flexível,	Necessário tempo para a consolidação; Necessidade de capital para marketing, Dificuldades inerentes a estreantes e implementação de ideias novas, Recursos limitados para "guerra de marketing".
	Oportunidades	Ameaças
Exógenos	Boom de condomínios na Matola, Crescimento do parque industrial na Matola. Rapidez na partilha de mercado, Redução de custos com contratos de longo prazo, Preço acessível,	Entrada de novos concorrentes no mercado, Concorrência, Crises económicas, Mercado demasiado lobista, Inflação de produtos de limpeza, Desaceleração da economia afetando consumidores.

Fonte: Elaborada pelo autor

15. PLANEAMENTO FINANCEIRO

15.1 Investimentos Iniciais (Um ano de funcionamento em MT - 12 meses)

Nesta tabela estão elencados produtos que fazem parte de investimento inicial, sendo que alguns produtos nesta tabela podem ser já de pertença do empreendedor. Por exemplo, computadores que usam na escola, viatura pessoal, mesa, cadeira, agrafadores, casa onde mora o empreendedor ou garagem, entre outras coisas e material. São materiais que podem ser capitalizados para minimizar falta de financiamento.

Tabela 4: Investimento inicial

Designação		Montante
1	Mesa e cadeiras, chaleiras e panos.	24.980,00
2	PC, impressora, agrafador, agrafos, papel.	32.500,00
2	Lavadora à pressão, aspirador, mops, cerradeira, vassouras.	18.000,00
4	Veículo	130.000,00
5	Reformas e adequações do imóvel	7.500,00
6	Despesas pré-operacionais (abertura de empresa)	15.000,00
7	Estoque inicial de produtos/material	5.500,00
8	Publicidade e propaganda	7.500,00
9	Outros	2.500,00
10	Total de investimentos	243.480,00

Fonte: Elaborada pelo autor

15.2 Custos operacionais (Um ano de funcionamento em MT / 12 meses)

Esta é a secção onde estão enumerados os custos das operações, partindo de produtos de limpeza, salários de pessoal envolvido nas operações e os custos de reparação e manutenção das máquinas.

Tabela 5: Custos operacionais

Designação		Montante
1	Custo de produtos e material de limpeza	70.000,00
2	Salários e encargos com pessoal	360.000,00
3	Manutenção de máquinas	24.000,00
4	Total de custos de produtos	454.000,00

Fonte: Elaborada pelo autor

15.3 Despesas operacionais (valor mensal e multiplicar por 12 meses)

Nesta tabela estão as despesas inerentes à administração do negócio. São despesas necessárias, visto que cobrem para além do pessoal administrativo, abrangem os meios necessários para uma gestão corrente e estratégica de sucesso.

Tabela 6: Despesas operacionais

Designação		Montante
1	Salários e encargos com pessoal (administrativo)	100.000,00
2	Água, luz, telefone e internet	36.000,00
3	Prestação de serviços (consultor)	40.000,00
4	Arrendamento	36.000,00
5	Manutenção de máquinas da administração e material de consumo)	48.000,00
6	Comissões de vendedores/representantes	32.000,00
7	Outros	18.000,00
8	Total de despesas operacionais	310.000,00

Fonte: Elaborada pelo autor

15.4 Receita de vendas

A tabela abaixo mostra as receitas mensais e anuais vindas de clientes que não

possuem um contrato formal mensal ou annual, é um contrato de prestação de serviço dentro de um prazo irregular sendo que os pagamentos também seguem mesma ordem. São de segmento residencial. Acontece nesta ordem que um dado cliente pode requisitar serviços duas vezes por mês, ou três ou quatro, ou ainda uma vez por cada período combinado.

Tabela 7a: Receitas por avença

Designação	Nº de clientes	Preço de venda/Avença	Mensal	Annual
1 Residências	12	2.200,00	22.000,00	264.000,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Esta tabela mostra as receitas vindas de clientes com contratos formais de médio ou longo prazo, sendo que os pagamentos seguem um período normal de um mês. Nesta coluna se encontram tanto clientes residenciais assim como institucionais.

Tabela 7b: Receitas

Designação	Nº de clientes	Preço de venda	Mensal	Annual
1 Residências	10	6.500,00	65.000,00	780.000,00
2 Empresas e instituições públicas	2	75.000,00	150.000,00	1.800.000,00
3 Total			237.000,00	2.844.000,00

Fonte: Elaborada pelo autor

15.5 Demonstrativo de resultados

Em baixo encontra se a tabela da demonstração do resultado económico. É onde se analisa através do resultado líquido se a empresa está a render ou não. Neste caso a empresa é solvente porque consegue pagar seus custos e despesas e ainda apresenta lucro.

Esta tabela é importante porque mostra o desempenho da empresa, e caso o resultado seja negativo, a demonstração há de indicar onde está se a perder dinheiro e assim poder se analisar e procurar gerenciar da melhor maneira.

Tabela 8 : Demonstração de resultado

Descriminação	Montante
(=) Receita bruta de vendas	2.844.000,00
(-) Deduções da receita bruta (imposto a 17%)	483.480,00
(=) Receita líquida de vendas	2.360.520,00
(-) Custos dos produtos vendidos	454.000,00
(=) Margem de contribuição bruta	1.906.520,00
(-) Despesas operacionais	310.000,00
(=) Resultado operacional	1.596.520,00
(-) Imposto de renda (lucro presumido sobre resultado operacional a 32%)	510.886,40
Lucro líquido da empresa em um ano	1.085.633,20

Fonte: Elaborada pelo autor

16. TOTAL DE INVESTIMENTO

A estimativa do montante necessário de investimento para este negócio é de 193.480,00Mts. A falta do montante total não é impeditiva para o início do negócio. Reza o ditado popular que "o bom é o inimigo do perfeito", o arranque pode acontecer com pouco valor, de forma faseada sendo necessário 15% do total. Segundo os entrevistados, o empreendedor ou sócios podem optar por arrancar sozinhos nas residências, evoluindo e contratando em concordância com as necessidades. Ademais, muitos dos equipamentos descritos na tabela 5, de investimentos iniciais muitas vezes são materiais que as pessoas usam no seu dia a dia, principalmente estudantes universitários.

Assim para o arranque, os 15% servirão para aquisição de material de limpeza leve (vassouras, panos de pó, carro mop, extintores, sabões, borrachas), normalmente executada nas residências e empresas de pequeno porte que produzem apenas resíduos ligeiros.

Por outro lado existem fundos de investimento quer do governo, quer levantando fundos de empréstimo bancário havendo capacidade de endividamento.

17. INÍCIO DE OPERAÇÕES E CONSULTA DE UM PROFISSIONAL CONTABILÍSTICO.

O início oficial das operações marca o ponto mais alto desta batalha de levantamento de um empreendimento económico, ainda que seja micro. É nesta fase que é necessário consultar um profissional contabilístico para ajudar o empreendedor a olhar para o cenário real das contas e dar aconselhamento.

Não é ser necessário contratar alguém a tempo inteiro no início por ainda não haver contas de grande complexidade em que necessita de alguém a tempo inteiro. Neste caso basta consultar um profissional ainda que seja por avença ou ocasionalmente para orientações e poder assim caminhar seguro.

Notoriamente, segundo alguns profissionais da área contabilística empresarial, no nosso país, muitos empresários consideram a contabilidade um custo desnecessário para o funcionamento da empresa. Entretanto, a contabilidade é vital, pois ela trás à luz a verdadeira situação económica-financeira da empresa, auxiliando o empreendedor na tomada de decisão. desempenha um papel de relevo na medida em que facilita a mensuração das metas e objectivos fixados.

A contabilidade dá uma visão mais clara ao empreendedor na medida em que vai compreender se o seu empreendimento está a gerar valor ou está a destruir o capital investido, e assim poder tomar as ações necessárias.

18. CONCLUSÃO

Chegados a parte final vale recordar que o plano de negócios é de extrema importância para o futuro de um empreendimento, ficando claro que é indispensável tanto para apontar os objetivos iniciais de uma empresa quanto para planejar mudanças importantes na trajetória de um investimento.

Conclui-se que o Plano de Negócio é fundamental para alinhar a equipe e funciona também como um cartão de visita para novos investidores e parceiros.

O Plano não é um instrumento rígido, sendo que este pode ser alterado caso o rumo da situação assim o exija, e facilita porque pode não ser necessário mexer todo mas sim a parte onde se apresentar necessário fazer alterações.

Este trabalho é um contributo para futuros empreendedores e espera-se que encontrem nele um caso prático e direcional para esboçar suas idéias e iniciarem seus negócios.

O trabalho é um instrumento que agrega valor ao juntar directrizes para licenciamento, passo necessário não só para se conformar com a lei, assim como para credibilizar o próprio negócio junto dos clientes e público em geral.

19. RECOMENDAÇÕES

Durante a apresentação deste plano de negócio foram apresentadas razões válidas que fazem com que o plano de negócio seja um aliado importante do empreendedor.

Novos empreendedores acabam passando por várias dificuldades, nos meses iniciais de abertura do negócio, ou terminam perdendo seus negócios por não planejarem corretamente. Além de ter ideias, encontrar um ponto comercial e conhecer os custos, planejar o caminho pelo qual a empresa vai trilhar é essencial. Para evitar estes riscos, recomenda-se aos empreendedores:

- A elaboração do plano de negócio;
- A realização do estudo de mercado, do produto/serviço e das atitudes do próprio consumidor. É por meio dele que o empreendedor terá informações detalhadas do seu ramo, outros produtos e serviços semelhantes, tendências do cliente, fornecedores etc,
- Realizar um estudo para determinar os pontos fortes e fracos do negócio, e estudar o seu gerenciamento e mitigação;
- A identificação de um local estratégico para melhor distribuição do produto/serviços e também para facilitar o acesso por parte de clientes;
- A consulta de um consultor contábil no início de operações da empresa. Para empreendedores estudiantis que muitas vezes enfrentam escassez de recursos, esta medida visa poupar recursos, ao aprender a realizar um plano de negócio e só no início verdadeiramente dito proceder a consulta de um profissional contábilístico para orientações;
- A massa estudantil a consultar este trabalho que se reveste de grande importância para o início de um negócio.

20.a BIBLIOGRAFIA

Dolabela, F. (2008). O segredo de Luísa. (8.^a ed.). São Paulo. Sextante.

Dornelas, J.C. A. (2008). Planos de negócios que dão certo: um guia para pequenas empresas.(2.^a ed.). Rio de Janeiro. Campus.

Du Toit, G.S., Erasmus, B.J., Strydom, J.W. (2007). Introdução à gestão de negócios. (7.^a ed.). Cidade do Cabo. Imprensa Universitária de Oxford-África Austral. (Tradução livre).

20.b REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Boane, I. (org). (2012). Série Guias de estudo para o curso de Gestão de Empresas(ensino à distância). 1.^aed. : Empreendedorismo e Desenvolvimento de Novos Negócios. Maputo. Universidade Politécnica.

Muando, J. (org). (2011). Série Guias de estudo para o curso de Gestão de Empresas(ensino à distância). 1.^aed. : Estratégias de Marketing e Pesquisa Aplicada. Maputo. Universidade Politécnica.

Sitoe, M. V. (org). (2013) Série Guias de estudo para o curso de Gestão de Empresas (ensino à distância). 1.^a ed.: Elaboração e Análise de Projectos. Maputo. Universidade Politécnica.

Código comercial (Decreto Lei n° 12/2018 de 24 de Abril.

www.acismoz.com / acessado em 22 de Junho de 2020.

21. ANEXOS

Anexo 1: Grelha de perguntas que orientaram as entrevistas

Nº	Perguntas
1	Vale a pena iniciar um negócio na área de limpeza? É uma área competitiva?
2	É necessário possuir muitos recursos financeiros?
3	Acha que é importante elaborar plano de negócio?
4	Ha dificuldade na obtenção da licença?
5	É possível iniciar em fases?
6	Existe dificuldade para ganhar primeiros clientes?
7	Há muita concorrência? É possível subsair-se vitorioso?
8	Existe dificuldade para ganhar primeiros clientes?
9	Há dificuldade em buscar fornecedores de material e produtos de limpeza?
10	Há prioridades para iniciar o negócio

Fonte: Elaborada pelo autor