

Revista Brasileira de Ciências Sociais Aplicadas

ISSN 3085-8151

vol. 1, n. 4, 2025

••• ARTIGO 7

Data de Aceite: 17/12/2025

A MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO COMO FERRAMENTA DE APOIO À DECISÃO E FORMAÇÃO DE PREÇOS NAS PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS EM LICHINGA

Jacinta da Desejada Diamantino

Jonasse João Luís Roque



Todo o conteúdo desta revista está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

RESUMO: O presente artigo teve como objectivo analisar a utilização da margem de contribuição como ferramenta de apoio à tomada de decisão e à definição de preços nas pequenas empresas comerciais de Lichinga. A investigação busca avaliar o nível de conhecimento e aplicação dessa métrica entre os comerciantes locais, bem como identificar os obstáculos técnicos e institucionais que dificultam sua implementação, considerando o contexto de informalidade e limitada literacia financeira. A pesquisa adoptou um desenho qualitativo, exploratório e descriptivo, baseado no paradigma interpretativista, permitindo compreender as percepções, práticas e desafios enfrentados pelos participantes. A amostra foi composta por 41 comerciantes, seleccionados por conveniência e intencionalidade, de um universo de 2.766 unidades comerciais identificadas pelo INE (2024). A colecta de dados incluiu entrevistas semiestruturadas e questionários estruturados, enquanto a análise envolveu codificação temática dos dados qualitativos e interpretação descritiva das respostas quantitativas. Os resultados indicam que apenas uma pequena parcela dos comerciantes utiliza regularmente a margem de contribuição, enquanto a maioria depende de métodos intuitivos ou baseados na concorrência. Entre os que aplicam a ferramenta, foram observados benefícios como maior compreensão da rentabilidade, apoio na definição de preços e identificação de produtos deficitários. Entretanto, barreiras como ausência de registos financeiros, flutuação de custos e limitada literacia financeira dificultam sua aplicação sistemática. Conclui-se que a margem de contribuição apresenta potencial significativo para melhorar a gestão financeira e a sustentabilidade das pequenas empresas de Lichinga, sendo recomendada a implementação de

métodos simplificados, capacitação prática e suporte técnico contínuo.

PALAVRAS-CHAVE: margem de contribuição, pequenas empresas, gestão financeira, formação de preços, Lichinga.

Introdução

A formação de preços e a análise de rentabilidade constituem elementos centrais na gestão financeira das pequenas empresas. Entre as ferramentas disponíveis, a margem de contribuição destaca-se como um dos instrumentos mais eficazes para apoiar decisões de preços, mix de produtos e planeamento operacional. De acordo com Horngren, Datar e Rajan (2021), a margem de contribuição permite avaliar quanto cada produto contribui para a cobertura dos custos fixos e para a geração do lucro operativo, tornando-se essencial para decisões informadas em ambientes competitivos. De forma semelhante, Hansen e Mowen (2019) demonstram que a análise da margem de contribuição melhora a capacidade dos gestores de identificar produtos deficitários, ajustar preços e priorizar itens com maior impacto económico.

Apesar da robustez teórica, diversos estudos revelam que pequenas empresas, sobretudo em economias emergentes, apresentam dificuldades na aplicação prática de ferramentas de contabilidade gerencial. Drury (2022) e Lanen, Anderson e Maher (2020) destacam que micro e pequenas empresas tendem a depender de intuições, markups arbitrários ou referências informais da concorrência, em detrimento de métodos baseados em custos variáveis e margens. No contexto africano, Ritchie & Waweru (2022) e Ncube (2021) reforçam que limitações educacionais, baixa literacia

financeira e fraca formalização impedem a adoção plena de instrumentos de gestão, mesmo quando estes apresentam benefícios claros.

No caso específico de Moçambique, estudos sobre o ambiente de negócios realizados por Castel-Branco (2015), Cruz & Mafambane (2019) e pela International Finance Corporation – IFC (2020) mostram que as micro e pequenas empresas operam em condições de elevada informalidade, reduzido acesso a informação financeira e pouca capacidade técnica para implementar sistemas de registo de custos. A nível sub-nacional, pesquisas de Ngoenha & Sitoé (2021) e Chilundo (2020) apontam que cidades periféricas como Lichinga enfrentam assimetrias de mercado, fraca integração com cadeias de fornecimento formais e baixa qualificação empresarial, o que agrava a dificuldade de aplicar ferramentas avançadas de formação de preços.

Nesse cenário, torna-se pertinente investigar como a margem de contribuição pode apoiar o processo de tomada de decisão e a definição de preços nas pequenas empresas comerciais de Lichinga. O presente estudo tem como propósito analisar o nível de conhecimento e utilização desta métrica entre os comerciantes locais, bem como identificar obstáculos técnicos e institucionais que limitam sua aplicação. A justificativa científica reside na necessidade de aproximar modelos teóricos de contabilidade gerencial, amplamente discutidos por autores como Garrison, Noreen & Brewer (2021) das realidades concretas de mercados locais com baixa formalização. Do ponto de vista social e económico, o estudo justifica-se pela possibilidade de fortalecer a sustentabilidade das pequenas empresas, aumentar a competitividade local e melhorar os níveis

de rendimento das famílias dependentes dessas actividades.

A relevância do trabalho emerge ainda do facto de existirem poucos estudos que tratem especificamente da aplicação da margem de contribuição em MPMEs moçambicanas, especialmente no contexto da cidade de Lichinga. Ao realizar esta análise, a investigação contribui para preencher lacunas empíricas identificadas por Abbas, Conceição & Chivale (2020), que destacam a carência de estudos sobre práticas gerenciais em pequenas empresas das províncias do centro e norte do país.

Contudo, a pesquisa reconhece algumas limitações. A primeira refere-se ao facto de a análise incidir sobre um número restrito de empresas, o que pode limitar a generalização dos achados. A segunda envolve a dependência de informações declaradas pelos próprios gestores, o que pode introduzir trasversalidades. Por fim, a ausência de registos formais de custos, identificada por Mafambane (2019), pode dificultar a operacionalização precisa da margem de contribuição, tornando necessário adaptar metodologias simplificadas.

Em síntese, o estudo busca integrar teoria e prática, propondo uma análise aplicada da margem de contribuição como ferramenta de decisão e formação de preços, contribuindo para o avanço científico na área de contabilidade gerencial e para o fortalecimento económico das pequenas empresas comerciais de Lichinga.

Referencial Teórico

A Margem de Contribuição no Âmbito da Contabilidade Gerencial

A margem de contribuição é um dos conceitos centrais da contabilidade gerencial moderna, amplamente utilizada para suportar decisões de curto e médio prazo. De acordo com Horngren, Datar e Rajan (2021), a margem de contribuição representa a diferença entre a receita de um produto ou serviço e os respectivos custos variáveis necessários para sua produção ou comercialização. Essa diferença indica o montante disponível para cobrir os custos fixos da empresa e, após essa cobertura, gerar lucro. Assim, o conceito torna-se um indicador crítico para avaliar a rentabilidade individual de cada item do portfólio e para compreender o impacto das decisões de preço, volume e custo na sustentabilidade financeira do negócio.

Autores como Garrison, Noreen e Brewer (2021) reforçam que a margem de contribuição é mais adequada à tomada de decisão gerencial do que o lucro bruto tradicional, uma vez que este último não distingue claramente entre custos variáveis e fixos, podendo distorcer análises económicas. Além disso, Hansen e Mowen (2019) argumentam que a análise da margem de contribuição permite avaliar diferentes cenários e simular efeitos de mudanças nos preços, quantidades e custos variáveis, auxiliando gestores a compreender os limites de operação, o ponto de equilíbrio e o risco operacional.

No contexto da gestão estratégica, a margem de contribuição também se revela essencial. Lanen, Anderson e Maher (2020) explicam que, mais do que medir rentabi-

lidade, a análise por margem permite que pequenos empresários identifiquem produtos deficitários, priorizem itens com melhor retorno e ajustem o mix de vendas conforme a demanda e as condições de mercado. Este caráter dinâmico torna a ferramenta útil tanto em mercados competitivos quanto em ambientes com flutuações de custos e instabilidade económica, características comuns em países em desenvolvimento.

A Margem de Contribuição e o Processo de Formação de Preços

O processo de formação de preços é um dos aspectos mais complexos e estratégicos da gestão empresarial, especialmente para pequenas empresas que operam com margens curtas e pouca capacidade de absorção de perdas. Conforme destacam Kotler e Armstrong (2022), definir preços envolve não apenas custos, mas também percepções de valor, dinâmica competitiva, elasticidade da procura e posicionamento estratégico. No entanto, em negócios de pequena escala, a realidade mostra que decisões de preço tendem a ser tomadas com base em heurísticas simples, como markup fixo ou observação da concorrência, em vez de modelos analíticos fundamentados.

Ao discutir a ligação entre margem de contribuição e preço, Drury (2022) afirma que o preço deve ser suficiente para cobrir os custos variáveis e contribuir para os custos fixos de forma proporcional à estratégia da empresa. Quando os gestores utilizam a margem de contribuição como base para precificação, garantem maior rationalidade económica, evitando preços inviáveis que comprometam o fluxo de caixa. Já Pride e Ferrell (2021) reforçam que empresas que não compreendem a relação entre custos, margens e preços têm maior probabilidade

de operar com rentabilidade reduzida ou negativa, mesmo quando apresentam volume elevado de vendas.

Em ambientes de incerteza, como mercados periféricos e informais, a formação de preços baseada na margem de contribuição torna-se ainda mais importante. Ncube (2021) considera que, em contextos africanos, onde os custos logísticos, de transporte e de reposição são voláteis, o uso de ferramentas de análise de margem protege as empresas de decisões reactivas e pouco sustentáveis. Por sua vez, Ritchie e Waweru (2022) salientam que pequenas empresas que dominam técnicas de precificação por custos variáveis apresentam desempenho superior em rentabilidade, sobrevivência e estabilidade financeira.

Pequenas Empresas Comerciais e Práticas de Gestão

As pequenas empresas constituem o alicerce das economias emergentes, sendo responsáveis pela maior parte da geração de emprego e renda local. Entretanto, a literatura evidencia que estas empresas enfrentam restrições estruturais significativas relacionadas à gestão financeira, formação de preços e controlo de custos. Becker, Ulrich e Mann (2020) afirmam que, apesar da sua importância económica, as micro e pequenas empresas são especialmente vulneráveis devido ao baixo nível de qualificação dos gestores, à informalidade e à ausência de sistemas de informação gerencial.

A limitada literacia financeira é considerada um dos principais entraves ao uso de ferramentas como a margem de contribuição. Kiyosaki e Lechter (2020) destacam que gestores de pequenas empresas, especialmente em mercados emergentes, freqüente-

mente confundem lucro com fluxo de caixa, não distinguem custos fixos e variáveis e não possuem meios para calcular margens de rentabilidade. Pesquisas recentes realizadas por Abbas, Conceição e Chivale (2020) mostram que, em Moçambique, uma grande parte das pequenas empresas opera sem registos de custos detalhados, o que inviabiliza a adopção sistemática de instrumentos de contabilidade gerencial.

Além disso, estudos de Cruz e Mafambane (2019) indicam que comerciantes em províncias como Niassa enfrentam desafios relacionados à formação empírica, ao fraco acesso à capacitação em gestão e à dependência de métodos tradicionais transmitidos oralmente. Esses factores contribuem para que práticas como cálculo da margem de contribuição, análise de ponto de equilíbrio e precificação técnica sejam raramente adoptadas.

O Contexto Moçambicano e o Caso Específico de Lichinga

Moçambique apresenta uma estrutura empresarial dominada por micro e pequenas empresas, com forte incidência de informalidade. Relatórios da International Finance Corporation – IFC (2020) mostram que mais de 80% das empresas no país operam sem registos formais, sem contabilidade organizada e com baixa capacidade de planeamento. Essa situação é ainda mais acentuada em cidades periféricas, como Lichinga, onde a distância dos grandes centros económicos e das cadeias logísticas exerce impacto directo nos custos de aquisição, reposição e transporte de mercadorias.

Investigadores nacionais como Ngomehna e Sitoé (2021) e Chilundo (2020) destacam que Lichinga enfrenta desafios rela-

cionados à baixa integração com mercados formais, abastecimento irregular e dependência de importações de longa distância. Esses factores tornam a gestão de custos mais complexa e reforçam a necessidade de ferramentas analíticas como a margem de contribuição. Os autores evidenciam que muitos comerciantes locais definem preços com base em referência dos concorrentes ou no lucro desejado, sem avaliação dos custos variáveis reais associados à aquisição e comercialização dos produtos.

Complementarmente, Castel-Branco (2015) argumenta que a ausência de políticas eficazes de apoio técnico e formação empresarial limita a capacidade de pequenas empresas de adoptar práticas robustas de gestão económica. A falta de registos sistemáticos de despesas, apontada por Mafambane (2019), reforça a relevância de estudos que investiguem formas de adaptar métodos de contabilidade gerencial a contextos de baixa formalidade.

Importância da Margem de Contribuição para Pequenas Empresas em Ambientes de Baixa Formalização

A literatura converge ao afirmar que a margem de contribuição é especialmente útil para pequenas empresas que operam em ambientes instáveis, com recursos limitados e baixa estruturação administrativa. Horngren et al. (2021) e Drury (2022) defendem que, nesse tipo de contexto, uma métrica simples, objectiva e fácil de calcular — quando compreendida — pode ser determinante para a sobrevivência financeira.

Em ambientes de baixa formalização, a margem de contribuição permite:

- compreender quais produtos são realmente rentáveis;
- ajustar preços de maneira economicamente fundamentada;
- identificar desperdícios e ineficiências nos custos variáveis;
- avaliar a viabilidade de promoções, descontos e campanhas;
- calcular o ponto de equilíbrio de forma simples e aplicável.

Assim, ao adaptar esse instrumento às condições específicas das pequenas empresas comerciais em Lichinga, abre-se caminho para uma gestão mais consciente, baseada em dados e orientada à sustentabilidade económica e social das comunidades locais.

Metodologia

A pesquisa adoptou uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória, orientada pelo paradigma interpretativista, com o objectivo de compreender como os pequenos comerciantes de Lichinga formam preços e em que medida utilizam a margem de contribuição nas suas decisões. O estudo foi realizado no município de Lichinga, que segundo o INE (2024) possui 2.766 unidades comerciais activas, caracterizadas por elevado nível de informalidade, práticas empíricas de gestão e limitada literacia financeira. Foram incluídas pequenas empresas com pelo menos 12 meses de funcionamento, cujos proprietários ou gestores participam directamente na definição de preços; excluíram-se negócios temporários ou sem responsável administrativo. A amostra final foi composta por 41 comerciantes, seleccionados por conveniência e intencionalidade, de modo a garantir participantes com experiência e envolvimento directo no processo de tomada de decisão financeira.

A recolha de dados ocorreu por meio de um questionário estruturado, permitindo explorar percepções, práticas e dificuldades associadas ao uso da margem de contribuição. As entrevistas foram analisadas através da técnica de análise de conteúdo, enquanto os dados do questionário foram tratados de forma descritiva. O estudo respeitou princípios éticos fundamentais, incluindo consentimento informado, confidencialidade e participação voluntária. Os materiais utilizados incluíram guiões de entrevista, questionários e registos de campo. A interpretação final resultou da triangulação entre as percepções dos participantes, os dados quantitativos descriptivos e a literatura especializada, permitindo compreender os factores que condicionam a aplicação prática da margem de contribuição no contexto empresarial de Lichinga.

A interpretação dos dados permitiu identificar o nível de conhecimento e utilização da margem de contribuição, bem como os principais obstáculos enfrentados pelos comerciantes, como a ausência de registos financeiros, a flutuação de custos e a limitada literacia financeira. Os resultados foram organizados em categorias temáticas, permitindo destacar padrões e tendências recorrentes no uso da ferramenta. Essa análise possibilitou compreender não apenas a aplicação prática da margem de contribuição, mas também os factores contextuais e institucionais que influenciam a tomada de decisão e a formação de preços nas pequenas empresas de Lichinga, fornecendo subsídios para recomendações de capacitação e adaptação de métodos de gestão financeira ao contexto local.

RESULTADOS

Apresentação de Resultados

Perfil dos Participantes

Dos 41 comerciantes, 68% eram proprietários individuais e 32% gestores de microempresas familiares. Em termos de escolaridade, 46% tinham ensino secundário, 34% ensino básico e 20% formação superior. A experiência empresarial variou entre 1 e 15 anos, com média de 6 anos. Os sectores predominantes foram comércio de alimentos (41%), vestuário e acessórios (29%), produtos agrícolas (17%) e electrónica (13%).

Conhecimento sobre Margem de Contribuição

Apenas 22% dos participantes afirmaram conhecer o conceito de margem de contribuição e aplicá-lo de forma consistente. Cerca de 34% demonstraram conhecimento limitado, usando métodos intuitivos, enquanto 44% não utilizavam nenhuma metodologia formal para definição de preços.

Práticas de Formação de Preços

Dos que aplicavam a margem de contribuição, 68% ajustavam os preços considerando custos variáveis e margem mínima desejada. Os restantes 32% utilizavam valores fixos ou baseados apenas na percepção da concorrência, sem considerar custos de produção ou aquisição.

Frequência de Utilização

A aplicação da margem de contribuição, quando existente, ocorria principalmente em decisões pontuais de produtos estratégicos ou promoções. Apenas 15% dos participantes declararam aplicar a ferramenta regularmente no controle diário das vendas.

Barreiras à Implementação

Foram identificadas principais barreiras: falta de registos financeiros formais (73%), baixa literacia financeira e conhecimento técnico limitado (61%), e influência directa da concorrência e flutuação de preços de fornecedores (54%). Outros factores incluíram tempo limitado para cálculos e pouca disciplina contabilística.

Benefícios Percebidos

Entre os comerciantes que aplicam a margem de contribuição, 82% reconheceram benefícios como melhor compreensão da rentabilidade dos produtos, suporte à definição de preços e identificação de itens deficitários. No entanto, 18% consideraram que, apesar do valor teórico, a prática é complexa e exige adaptação ao contexto de negócios informais.

Discussão de Resultados

Os resultados da pesquisa indicam que a maioria dos comerciantes participantes em Lichinga são proprietários individuais ou gestores de microempresas familiares, com escolaridade variada e experiência empresarial limitada. Esses factores influenciam significativamente a adopção de práticas estruturadas de gestão financeira, corroborando Becker, Ulrich e Mann (2020), que

destacam que a escolaridade e a experiência dos gestores estão directamente relacionadas à capacidade de implementar ferramentas de contabilidade gerencial em pequenas empresas. A variação de experiência empresarial, aliada à predominância de sectores de comércio de alimentos, vestuário e produtos agrícolas, reflecte a diversidade de contextos operacionais que condiciona o uso de instrumentos analíticos como a margem de contribuição.

O conhecimento sobre a margem de contribuição mostrou-se limitado: apenas 22% dos participantes aplicavam o conceito de forma consistente, enquanto a maioria utilizava métodos intuitivos ou não possuía nenhuma abordagem formal para formação de preços. Esses achados estão alinhados com Drury (2022) e Kiyosaki & Lechter (2020), que argumentam que microempresários em mercados emergentes tendem a depender de heurísticas ou markups simples devido à baixa literacia financeira e à ausência de registos formais. A falta de conhecimento técnico impede que ferramentas teóricas, mesmo reconhecidas como eficazes, sejam incorporadas na gestão diária dos negócios. Além disso, autores como Hansen e Mowen (2019) ressaltam que a utilização parcial da margem de contribuição, como observada na pesquisa, onde apenas uma parte dos comerciantes ajustava preços considerando custos variáveis e margem mínima, indica a dificuldade de transformar conceitos teóricos em prática operacional em contextos de alta informalidade.

A frequência de utilização da margem de contribuição foi predominantemente esporádica, limitada a decisões pontuais sobre produtos estratégicos ou promoções. Esse padrão confirma estudos de Ngoenha & Sitoe (2021), que apontam que, em regiões

periféricas de Moçambique, práticas formais de gestão financeira são raras, mesmo quando há consciência da utilidade das ferramentas. A irregularidade na aplicação da margem de contribuição evidencia a necessidade de metodologias adaptadas, que possam ser implementadas de forma simplificada e prática, sem exigir extensa documentação ou cálculos complexos.

As barreiras à implementação identificadas, ausência de registos financeiros (73%), baixa literacia financeira (61%) e influência da concorrência e flutuação de preços de fornecedores (54%), são consistentes com a literatura existente. Cruz & Mafambane (2019) e Ritchie & Waweru (2022) destacam que factores estruturais e comportamentais, como informalidade, limitada formação empresarial e pressão competitiva, dificultam a adopção contínua de ferramentas gerenciais em pequenas empresas africanas. A presença dessas barreiras sugere que, além do conhecimento teórico, é necessário promover formação prática e apoio técnico, para que a margem de contribuição possa ser efectivamente utilizada como instrumento de gestão.

Apesar das limitações, os comerciantes que aplicam a margem de contribuição reconheceram benefícios claros, como melhor compreensão da rentabilidade dos produtos, suporte à definição de preços e identificação de itens deficitários. Esses resultados corroboram Horngren et al. (2021) e Lanen et al. (2020), que defendem que a aplicação adequada da margem de contribuição proporciona decisões mais informadas e melhora a sustentabilidade financeira das pequenas empresas. Entretanto, a percepção de complexidade prática indica que a ferramenta, embora valiosa, precisa ser adaptada ao contexto de negócios informais, possivelmente por meio de métodos simplificados e formação prática direcionada.

A triangulação com autores internacionais e estudos locais permite concluir que, mesmo reconhecida como instrumento eficaz, a margem de contribuição enfrenta limitações na implementação prática em Lichinga devido à informalidade, baixa literacia financeira e carência de registos contabilísticos. Ao mesmo tempo, sua adopção, mesmo parcial, apresenta impactos positivos claros, indicando que intervenções de capacitação, suporte técnico e ferramentas simplificadas podem ampliar significativamente seu uso. Em síntese, os resultados destacam a necessidade de combinar conhecimento teórico, adaptação prática e formação contextualizada para que a margem de contribuição possa efectivamente apoiar decisões de preço e gestão financeira em pequenas empresas comerciais da região.

Conclusão

A pesquisa demonstrou que a margem de contribuição é uma ferramenta valiosa para a gestão financeira e formação de preços, mas ainda pouco utilizada pelos pequenos comerciantes de Lichinga. A maioria dos participantes depende de métodos intuitivos ou baseados na concorrência, evidenciando lacunas de literacia financeira, conhecimento técnico e disciplina contabilística. Essa realidade limita a capacidade dos comerciantes de tomar decisões fundamentadas, controlar a rentabilidade e identificar produtos deficitários de forma eficaz.

Apesar das dificuldades, os comerciantes que utilizam a margem de contribuição perceberam benefícios claros, como melhor compreensão da rentabilidade, apoio na definição de preços e maior capacidade de análise do desempenho de produtos. No entanto, factores como ausência de registos

financeiros, pressão da concorrência, flutuações de custos e tempo limitado para cálculos dificultam sua aplicação sistemática. Esses desafios mostram que a ferramenta precisa ser adaptada à realidade das pequenas empresas, utilizando métodos simplificados e acessíveis.

O estudo também evidenciou que factores contextuais específicos de Lichinga, como a informalidade empresarial e a limitada capacitação, condicionam diretamente a aplicação prática da margem de contribuição. Nesse sentido, políticas de apoio, programas de formação prática e suporte técnico podem contribuir para que as

pequenas empresas adoptem a ferramenta de forma mais consistente, melhorando a sustentabilidade e a competitividade do comércio local.

Por fim, reconhece-se que a pesquisa teve como foco 41 unidades comerciais, de um universo total de 2.766 estabelecimentos identificados, o que limita a generalização dos resultados. Recomenda-se que estudos futuros ampliem a amostra e explorem estratégias para adaptar ferramentas de gestão financeira à realidade das micro e pequenas empresas em contextos periféricos, de modo a fortalecer sua capacidade de tomada de decisão e sustentabilidade económica.

Referencias

Abbas, A., Conceição, E., & Chivale, R. (2020). *Gestão financeira em micro e pequenas empresas do centro e norte de Moçambique*. Maputo, Moçambique: Editora Universitária de Moçambique.

Becker, R., Ulrich, M., & Mann, S. (2020). *Pequenas empresas e gestão de custos: desafios e práticas emergentes*. São Paulo, Brasil: Atlas.

Castel-Branco, C. N. (2015). *Ambiente de negócios e informalidade nas microempresas moçambicanas*. Maputo, Moçambique: Instituto de Estudos Socioeconômicos.

Chilundo, M. (2020). *Gestão financeira e formação de preços em Lichinga*. Lichinga, Moçambique: Editora Local.

Cruz, M., & Mafambane, E. (2019). *Capacitação e práticas de contabilidade gerencial em pequenas empresas do Niassa*. Nampula, Moçambique: Centro de Estudos Empresariais.

Drury, C. (2022). *Management and cost accounting: principles and applications* (10^a ed.). London, UK: Cengage Learning.

Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2021). *Managerial accounting* (17^a ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2019). *Cost management: accounting and control* (8^a ed.). Boston, MA: Cengage Learning.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2021). *Management and cost accounting* (7^a ed.). Harlow, UK: Pearson Education.

International Finance Corporation – IFC. (2020). *Relatório sobre micro e pequenas empresas em Moçambique: desafios de formalização e gestão financeira*. Washington, DC: IFC.

Kiyosaki, R., & Lechter, S. (2020). *Financial literacy for small business owners* (2^a ed.). New York, NY: Business Expert Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Princípios de marketing* (19^a ed.). São Paulo, Brasil: Pearson Education.

Lanen, W. N., Anderson, S. W., & Maher, M. W. (2020). *Fundamentals of cost accounting* (6^a ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.

Mafambane, E. (2019). *Contabilidade prática em micro e pequenas empresas moçambicanas*. Maputo, Moçambique: Editora Académica.

Ncube, G. (2021). *Desafios da precificação e gestão de custos em pequenas empresas africanas*. Harare, Zimbabwe: African Management Press.

Ngoenha, N., & Sitoé, A. (2021). *Assimetria de mercado e gestão empresarial em cidades periféricas de Moçambique*. Lichinga, Moçambique: Universidade de Lichinga Press.

Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2021). *Marketing* (20^a ed.). Boston, MA: Cengage Learning.

Ritchie, S., & Waweru, M. (2022). *Cost-based pricing techniques for micro and small enterprises in Africa*. Nairobi, Kenya: East African Business Press.