

negócios

Emilio Jorge, CEO da BCX

**Capacitar empresas
e impulsionar
a competitividade**

ISSN 2616-4744



9 772616 474407

www.revista.negocios.co.mz

■ N.º49 ■ Maio/Junho 2024 ■ 1.ª MT



THE GRAND D



SERENA HOTELS
HOTELS • RESORTS • SAFARI LODGES • CAMPS

Polana Serena Hotel, Av. Julius Nyerere 1380 . P.O Box 1151, Maputo . Moçambi

Cel.: +258 82 3201450 / +258 84 2417000 Tel.: +258 21 241700 / 800 . Fax.: +

Email: reservations.polana@serenahotels.com; Website: www.serenahotels.com

Social Media: [serenapolana](#) [serenapolana](#) [Polana Serena Hotel](#)



POLANA SERENA
HOTEL
Est 1922



DAME OF AFRICA



que
258 21 491480
m/serenapolana



O caminho do novo Presidente de Moçambique

Dos problemas da herança, combate à corrupção, inserção da juventude, empoderamento da mulher, o desafio do desenvolvimento económico, relação com a imprensa e liberdade de expressão, dignidade dos combatentes até ao combate ao terrorismo.

Vivemos um momento decisivo para Moçambique. Iniciou a campanha eleitoral que culminará com a eleição do novo presidente do país, que acredito, pela leitura dos cenários, será certamente Daniel Chapo. Com a sua ascensão à Presidência da República, surge uma oportunidade singular para redefinir o rumo da nação e enfrentar os desafios que o Governo anterior, liderado por Filipe Nyusi, não conseguiu superar. A transição do poder é mais do que uma simples mudança de líderes – é uma oportunidade de revitalizar a esperança e “reenergizar” o país.

A corrupção é uma batalha que não pode ser ignorada. É urgente abordá-la com frontalidade, pois representa um dos maiores desafios que o nosso país enfrenta. A luta contra este flagelo não pode ser encarada como uma mera questão política, mas como um imperativo moral. Apelo a Chapo para que implemente medidas rigorosas de transparência e responsabilidade. A corrupção não se limita a desvios financeiros pois contamina o tecido social e mina a confiança dos cidadãos nas instituições. Daniel Chapo deve posicionar-se como um líder que

não tolera a corrupção, em nenhuma das suas formas, e demonstrar isso com acções concretas desde o primeiro dia de governo. Isso não só restaurará a confiança nas instituições, mas também estimulará o investimento e fomentará o crescimento económico.

A relação com a imprensa e a liberdade de expressão são outros aspectos cruciais. Em vez de olhar para os jornalistas como adversários, Chapo deve reconhecê-los como aliados na construção de uma democracia sólida. O compromisso com a liberdade de expressão precisa de ser inquestionável. A abertura de espaço para que os meios de comunicação investiguem e realizem reportagens críticas sobre o Governo é fundamental. Isso não só enriquece o debate público, mas também serve como um mecanismo de controlo social, essencial para a transparência e a responsabilização.

No que diz respeito à juventude e ao empoderamento da mulher, estes representam o futuro do nosso país. Assim, o novo presidente deve adoptar uma abordagem inclusiva, criando políticas que incentivem a participação activa dos jovens nos processos de tomada de decisão.

Devem ser priorizados programas destinados à educação, formação profissional e empreendedorismo, pois a melhoria da qualidade de vida da nossa juventude é um investimento no futuro de Moçambique. Além disso, a inclusão da mulher na vida política e económica do país é, não apenas uma questão de justiça social, mas uma necessidade estratégica. É imprescindível garantir que as mulheres tenham uma representação significativa a todos os níveis de governo, e que programas de empoderamento sejam implementados em larga escala. O desenvolvimento de Moçambique está intrinsecamente relacionado ao envolvimento pleno das mulheres e da juventude em todas as esferas da sociedade.

Os combatentes da libertação nacional devem ser respeitados e valorizados. Chapo deve assegurar que as suas contribuições e sacrifícios sejam reconhecidos não só com palavras, mas também com políticas que garantam a dignidade e o sustento desses heróis. São fundamentais programas de apoio social e cuidados de saúde adequados para honrar a memória e o legado daqueles que lutaram pela libertação do país.

O desafio económico que Moçambique enfrenta é colossal. A recuperação económica exigirá criatividade, inovação e parcerias estratégicas. O novo Governo deve priorizar a diversificação da economia, investindo em sectores como a agricultura, o turismo e a tecnologia. Simultaneamente, é crucial que Chapo busque a renegociação de dívidas, grandes contratos e concessões de forma transparente, promovendo um ambiente de negócios que atraia investidores nacionais e estrangeiros e que desenhe um processo de negociação com vista o combate ao terrorismo.

Assim, Daniel Chapo tem nas suas mãos a oportunidade de escrever uma nova página na História de Moçambique. Os desafios são enormes, mas as soluções estão ao alcance. Com

“ Em vez de olhar para os jornalistas como adversários, Chapo deve reconhecê-los como aliados na construção de uma democracia sólida.”

“ A recuperação económica exigirá criatividade, inovação e parcerias estratégicas.

“ Daniel Chapo tem nas suas mãos a oportunidade de escrever uma nova página na História de Moçambique”.

coragem, compromisso com a verdade e um foco inabalável na justiça social, Chapo poderá não apenas enfrentar os problemas herdados, mas também transformar Moçambique num exemplo de governança justa e eficaz. Que o seu governo marque uma era de esperança renovada e de progresso significativo para todos os moçambicanos. 



CAPA 22

Capacitar empresas e impulsionar a competitividade

NOTAS DO DIRECTOR GERAL 4

O caminho do novo Presidente de Moçambique

CAFÉ NEGÓCIOS 6

Há necessidade de definir preços e traçar balizas dos actos médicos

BANCA 16

Nedbank Moçambique regista resultados líquidos de 430 Milhões de Meticals

BM volta a reduzir taxa de juro de referência

EMPREENDER 28

Queremos contribuir na transformação das riquezas agrícolas no país

SEGUROS 32

EMOSE lança Seguro de Garantia de Formação

PROFISSIONAIS 34

Anacleto Machava: O maestro das palavras

BOLSA DE VALORES 38

Persistem desafios que reduzem o uso do mercado de capitais pelas mpme

LOGISTICA 40

Extensão da Linha de Ressano aumenta a sua capacidade

MARKETING 42

Marca Pessoal: O superpoder secreto para credibilidade e visibilidade nos negócios

INOVAÇÃO 44

HCB lança portal inovador para fornecedores

INDÚSTRIA 47

Autogás reduz em 50% o custo de conversão para GNV

SECTOR PRIVADO 50

Índice de Robustez Empresarial teve ligeira melhoria

IMOBILIÁRIA 54

Tecnologia na Gestão de Imobiliário B#® (Be Sharp)

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL 57

Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável

POR LINHAS SOLTAS 61

Evite Burlas Financeiras, Abre o Olho

PANORAMA 64

O valor da imagem dum candidato

negócios

Director Geral Jaime Langa
jaime.langa@negocios.co.mz
+258 823944444 +258 843944444

Directora Comercial Lina Mulungo
lina.mulungo@negocios.co.mz
+258 828313430 +258 843435017

Colaboradores Arsénia Sithoye, Feliz Mangane, Custódio Bila, Álvaro Simão Cossa, Gabriel Muthisse, Ivan Amade, Felícia Nhama, Joana Prista

Redes Sociais Jéssie Langa

Fotografia Dino Valeta

Design XMU - Consultoria em Comunicação e Design, lda

Impressão Gráfica Sociedade do Notícias, S.A.

Tiragem Média 1500 exemplares

Registo 01/GABINFO-DEC/2012

Propriedade e Edição

maxmedia

Av. Agostinho Neto, n.º 326 - Maputo
www.revista.negocios.co.mz

Parcerias



CE CPL



TVM



AJPM



CCME



CCI FRANCE MOZAMBIQUE



MONTEBELO GIRASSOL



CCM



LAM



Pernod Ricard



ARIECON



POLANA SERENA

Membro Fundador
Associação das Empresas Jornalísticas
Presidente do Conselho Fiscal

COM CERTIFICAÇÃO NAS NORMAS NM ISO 9001:2015, NM ISO 14001:2015 E NM ISO 45001:2018, COM A LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA AO LONGO DO PAÍS E COM A MAIOR CAPACIDADE DE LOGÍSTICA DE ARMAZENAGEM E DE DISTRIBUIÇÃO.

A PETROMOC É O PARCEIRO IDEAL NO MERCADO DE COMBUSTÍVEL EM MOÇAMBIQUE.



Tema:
**“Seguro
de Saúde”**

CAFE 
negócios
café & debate

Apoio:


POLANA SERENA
HOTEL

FIDELIDADE
impar

Há necessidade de definir preços e traçar balizas dos actos médicos

O Seguro de saúde garante à pessoa segura, em caso de doença manifestada ou acidente ocorrido durante a vigência do contrato, um conjunto de coberturas no domínio dos cuidados de saúde que pode integrar prestações por reembolso, prestações na Rede e Serviços de Assistência, conforme definido nas condições Gerais, nas Condições Especiais e nas Condições Particulares aplicáveis. A presente edição do “Café Negócios” teve como tema Seguro de Saúde, e o debate foi moderado pelo Director-Geral da revista “Negócios”, Jaime Langa, e contou com a participação de Irene Chin – Responsável do departamento financeiro do ICOR, Rui Tsevette – Director dos Assuntos Jurídicos do ISSM, Jacques Massingue – CEO da seguradora Momentum, Momade Ali Mucusse – Secretário-Geral da Associação Moçambicana de Seguradoras, João Goveia – Responsável da área de Saúde da Fidelidade Moçambique, Amin Mohamed – Representante da Clinicare.

IRENE CHIN

Responsável do departamento financeiro do ICOR

“Os provedores de assistência médica, os hospitais, não possuem ferramentas para fazer a cobrança de serviços que já foram prestados, e conforme referiu aqui o representante do ISSM, por não se tratar de uma entidade considerada como seguro, não cabe a esta instituição regular, portanto, está fora do âmbito do ISSM fazer esta supervisão. Então, ficamos à mercê dessas empresas que criam este tipo de negócio, vendem serviços, usufruem dos valores dos clientes e depois não pagam aos provedores de saúde”.

Neste debate foram levantados muitos temas interessantes, dos quais chamou-me a atenção o facto de ainda haver entidades que vendem planos de saúde a operar no mercado mesmo depois de deixarem avultadas dívidas aos provedores de assistência médica.



Os provedores de assistência médica, os hospitais, não possuem ferramentas para fazer a cobrança de serviços que já foram prestados, e conforme referiu aqui o representante do ISSM, por não se tratar de uma entidade considerada como seguro, não cabendo a esta instituição regular, portanto, está fora do âmbito do ISSM fazer esta supervisão. Então, ficamos à mercê dessas empresas que criam este tipo de negócio, vendem serviços, usufruem dos valores dos

clientes e depois não pagam aos provedores de saúde. Infelizmente, não faço uma avaliação positiva sobre o assunto porque isto vai continuar enquanto não tivermos essas entidades reguladas pelo ISSM.

Em relação às fraudes, penso que algumas seguradoras já estão a usar tecnologias que facilitam a identificação dos seus membros, o que vai ajudar na redução das fraudes que acontecem nos hospitais. Isso é muito bom e é sinal de que estamos a acompanhar a tecnologia no mercado, que traz como benefício a redução das fraudes.

O último tema que se levantou e que está em discussão entre os seguros de saúde, o ISSM e os provedores de saúde, é a uniformização dos preços ou a introdução de uma baliza de preços para um determinado acto médico. Na minha opinião, não é adequado definir um único preço para um acto médico porque a qualidade dos serviços varia.

Como exemplo é o preço de um exame de ressonância magnética. Enquanto que alguns provedores têm um equipamento de uma versão mais baixa, (0,5 tesla), outros provedores tem uma versão desse aparelho melhor (3 tesla), que produz uma qualidade de imagem topo de gama. Para os mesmos actos médicos a qualidade é diferente. Para nós no ICOR esta proposta de uniformização de preços não é aceitável.



JOÃO GOUVEIA

**Responsável da área de Saúde
da Fidelidade Moçambique**

“A questão da fraude nos seguros é de extrema relevância, especialmente no contexto actual de Moçambique, em que o seguro de saúde tem vindo a sentir um crescimento significativo nos últimos anos. Esse cenário exige uma atenção cuidadosa tanto das seguradoras quanto dos prestadores de serviços de saúde, para que, no final, possamos oferecer o melhor serviço ao cliente que, sem dúvida, é a parte mais importante”.

É essencial que ocorram debates sobre o tema para eliminar as áreas cinzentas que ainda persistem e sensibilizar todas as partes envolvidas para garantir que a comercialização de seguros de saúde seja sustentável, promovendo a adesão aos seguros de saúde por parte do mercado em geral, promovendo-se assim o investimento e crescimento em unidades privadas de saúde retirando pressão aos serviços públicos de saúde.

Para além das situações fraudulentas para obter um benefício indevido, existem também as situações de abuso e de desperdício. O abuso ocorre quando são realizados procedimentos com o intuito de obter um retorno financeiro maior através da prescrição ou realização de exames completamente desnecessários à sintomatologia do cliente ou pela constante realização dos mesmos exames a cada cliente que se apresenta na unidade. Os clientes, na sua boa-fé, acabam concordando com a realização dos exames e como resultado, os benefícios destes são indevidamente deduzidos, esgotando seus limites sem necessidade e restringindo a sua utilização quando de facto existir uma necessidade. O desperdício acontece quando existe uma utilização de consumíveis de forma desproporcional para determinada patologia ou estadias desnecessárias no hospital, aumentando os custos dos procedimentos.

As fraudes, abusos e desperdícios trazem custos elevados e desnecessários para as seguradoras que, por força do aumento da sinistralidade, se vêem forçadas a ajustar o preço dos seguros, o que por sua vez reduz a capacidade do mercado de adquirir seguros. Se existir menos capacidade do mercado em adquirir estes serviços, vamos assistir a uma contracção do crescimento e desenvolvimento das unidades de saúde privadas por grande parte dos clientes que utilizam os serviços privados, e fazem-no por terem um seguro.

Para minimizar estas situações, enviamos relatórios periódicos aos clientes, detalhando toda a utilização do seguro. Dessa forma, o cliente pode verificar com calma, em casa, se todos os serviços cobrados realmente foram prestados. Caso identifique alguma discrepância, ele deve reportá-la à seguradora para que possamos investigar junto ao prestador e corrigir eventuais erros.

À medida que desenvolvemos novas formas de prevenir a fraude, surgem aqueles que tentam encontrar maneiras de burlar esses sistemas. Para mitigar esse problema, temos adoptado várias estratégias, como fortalecer as relações com os prestadores de serviços, incentivando-os a denunciar situações suspeitas; desenvolvendo o sistema de controlo interno que nos alerta sobre possíveis fraudes, desvios de comportamento e abusos; através da sensibilização a clientes e



mediadores sobre a correcta utilização do seguro, entre outros.

O papel dos reguladores é crucial nesse contexto, devendo mediar as três partes envolvidas – cliente, seguradora e prestadores de saúde – e garantir um equilíbrio no mercado, proporcionando segurança às entidades envolvidas. Isso pode ser feito por meio da criação de novos mecanismos, leis e regras que promovam a sustentabilidade do mercado. A infra-estrutura privada de saúde em Moçambique é fundamental e está em fase de crescimento, merecendo toda a atenção necessária.

RUI TSEVETE

Director dos Assuntos Jurídicos do ISSM

“Outro aspecto que também polarizou o debate tem que ver com a preocupação, tanto das clínicas quanto das seguradoras no sentido de definir os preços e traçar as balizas dos actos médicos. Em relação a este ponto, referi que o ISSM intervém ou actua naquilo que diz respeito aos seguros e a componente médica



está fora do escopo do ISSM e envolve quadros do MISAU”.

Em relação às questões levantadas ao longo do café, a minha opinião é que o regulador está preocupado com a proliferação dos provedores do plano de saúde, portanto, foi nessa senda que

fez uma aproximação ao Ministério da Saúde, pois descobriu que os provedores de planos de saúde eram licenciados por três entidades diferentes, nomeadamente o Ministério da Saúde (MISAU), O Balcão de Atendimento Único (BAU) e a Associação dos Provedores de Saúde Privada (Prosap).

Face a esta realidade, foi criada uma equipa conjunta, integrando quadros do MISAU e do ISSM, para estudar uma forma de como serão supervisionados os provedores de planos de saúde. Essa equipa trabalhou até onde deu, houve mudanças a nível do Conselho de Administração do ISSM e o trabalho não foi concluído, mas eu acredito que ainda será retomado.

Outro aspecto que também polarizou o debate tem que ver com a preocupação, tanto das clínicas quanto das seguradoras no sentido de definir os preços e traçar as balizas dos actos médicos. Em relação a este ponto referi que o ISSM intervém ou actua naquilo que diz respeito aos seguros e a componente médica está fora do escopo do ISSM e envolve quadros do MISAU. Podemos trabalhar juntos, tem sido prática o trabalho entre instituições, e podemos-nos unir no sentido de fazer um estudo para a definição destes precários. Devo dizer que estamos numa economia de mercado em que cada um é livre de fixar os preços e o Estado não deve intervir.

Sobre as fraudes de que muito se tem falado, de referir que estas não se registam só no seguro de saúde, acontecem em quase todos os tipos de seguro e nós não estamos a favor delas. Cabe à seguradora definir procedimentos de controlo da fraude, porque pode ser que os praticantes da fraude estejam dentro ou fora da seguradora, então as seguradoras devem definir como combater as fraudes.

Outro aspecto abordado no debate foi sobre a regulamentação. Sobre este assunto refira-se que noutras geografias para o seguro de saúde, não bastam as condições gerais da apólice, mas existe um regulamento específico, à semelhança do regulamento do seguro desportivo, do seguro obrigatório de responsabilidade civil automóvel, de acidente de trabalho entre outros, e é basicamente isso que nós tratamos.



MOMADE ALI MUCUSSE
Secretário-Geral da Associação
Moçambicana de Seguradoras

“Quando viajamos para alguns países, a primeira exigência é ter um seguro de saúde que possa cobrir eventuais necessidades no destino. Se já estamos familiarizados com essa prática, acredito que a adopção do seguro de saúde não deveria ser um problema. É uma questão de continuar a cultivar essa cultura, e uma das maneiras mais eficazes de fazê-lo é através de debates como este”.

Falar sobre seguro de saúde é falar sobre a vida das pessoas no dia-a-dia. A minha opinião é de que devemos continuar a debater o tema em várias vertentes, e esta é uma delas. Em muitos lugares, o seguro de saúde é obrigatório e, no nosso país, também deveria ser. Os debates que temos promovido ao longo do tempo visam justamente sensibilizar a população sobre a importância do seguro de saúde e razão da sua obrigatoriedade.

Sobre a fraude, vejo duas situações distintas.



Primeiro, a fraude intencional, na qual a pessoa, consciente do que está fazendo, acaba prejudicando não apenas o hospital e a seguradora, mas toda a sociedade. A segunda forma de fraude ocorre por oportunidade, envolvendo tanto o paciente quanto o hospital. Em ambos os casos, é fundamental que haja uma consciência colectiva de que os tratamentos devem ser conduzidos com integridade e honestidade. O paciente deve pagar conforme as condições gerais da apólice, e o hospital deve cobrar de acordo com a tabela de tratamento.

O regulador desempenha um papel fundamental, mesmo com as suas limitações internas. Precisa de assegurar que as partes envolvidas, especialmente as seguradoras, actuem de maneira justa e transparente, incluindo a padronização e regulamentação dos serviços de saúde para evitar disparidades de preços. Por exemplo, é frequente que um paciente seja cobrado de uma forma antes de apresentar o cartão de saúde e de outra, após a sua apresentação. O regulador deve intervir para eliminar estas inconsistências,

garantindo que não haja variações injustificadas nos valores cobrados, só porque se está ou não diante de uma apólice de seguro de saúde. Por isso, a criação de uma tabela de preços de serviços hospitalares é essencial para evitar discrepâncias e promover a equidade no acesso aos serviços de saúde.

Sou da opinião de que o seguro de saúde em Moçambique é uma questão central para a protecção social e o bem-estar da população, e há várias áreas que podem ser exploradas para fortalecer a sua implementação e aceitação:

1. Acesso e Inclusão: Um dos desafios é ampliar o acesso ao seguro de saúde, especialmente para as populações de baixa renda e as que vivem em áreas rurais. É essencial desenvolver produtos acessíveis e inclusivos, adaptados às necessidades específicas de diferentes grupos sociais.

2. Educação e Consciencialização: Ainda existe uma falta de compreensão sobre o funcionamento e os benefícios do seguro de saúde. Campanhas de educação e consciencialização são

fundamentais para desmistificar o seguro e demonstrar como o mesmo pode proteger financeiramente as famílias contra despesas inesperadas com saúde.

3. Cobertura e Qualidade de Serviço: A qualidade do atendimento prestado aos segurados deve ser constantemente monitorada e melhorada. Isso inclui garantir que as redes de prestadores de serviços de saúde sejam amplas e que os tratamentos necessários sejam cobertos de forma adequada, sem exclusões indevidas ou burocracia excessiva.

4. Regulação e Supervisão: O fortalecimento da regulação é crucial para assegurar a transparência e a protecção dos consumidores. O Regulador deve estar atento às práticas do mercado, combatendo fraudes e garantindo que as seguradoras cumpram as suas obrigações de forma ética e eficiente.

O seguro de saúde em Moçambique representa não apenas uma ferramenta essencial para a protecção financeira das famílias, mas também um pilar fundamental para a construção de uma sociedade mais justa e saudável. À medida que avançamos na ampliação do acesso, educação, e regulação desse mercado, torna-se claro que o fortalecimento do seguro de saúde exige uma abordagem colaborativa e inovadora. Ao promover a inclusão, melhorar a qualidade dos serviços e integrar o seguro de saúde às políticas públicas, podemos transformar os desafios em oportunidades, assegurando que todos os moçambicanos tenham acesso a cuidados de saúde dignos e eficientes. O futuro do seguro de saúde no país dependerá, em grande medida, da nossa capacidade de adaptá-lo às necessidades da população e de garantir a sua sustentabilidade económica, social e regulatória. Com um compromisso conjunto entre o sector público, privado e a sociedade civil, o seguro de saúde pode consolidar-se como um instrumento-chave para o desenvolvimento do país e para o bem-estar de sua população.



JACQUES MASSINGUE
CEO da seguradora Momentum

“O apelo feito ao regulador está fundado na necessidade de encontrar uma entidade que promova o equilíbrio na relação entre as seguradoras e as clínicas, delimitando as regras de jogo no mercado, assegurando que nenhuma das partes adote práticas que possam lesar a outra”.

Estando a operar nesta área há sensivelmente 18 anos, acho pertinente esta conversa, até porque nunca tivemos plataformas de debate real com as clínicas, farmácias e demais parceiros das seguradoras. Este movimento de debates que iniciou recentemente – a conferência promovida pela MAS –, é reforçada agora com este café.

O ponto aqui debatido, que considero mais relevante, destaca a necessidade de alinhamento entre as seguradoras e as clínicas. Deverão estar alinhados os processos e procedimentos entre as partes de modo a evitar perturbações na sua própria relação. Grande parte das perturbações vem do desalinhamento em termos de expectativas das seguradoras (que têm critérios de gestão



e racionalização de custos muito rígidos) e a realidade das clínicas que, por seu lado, estão no seu próprio negócio, livre das restrições próprias das seguradoras.

Portanto, espera-se mais alinhamento, mais aproximação, mais entendimento mútuo. Por um lado, as clínicas devem ter empatia pelas seguradoras, do mesmo modo que estas devem assegurar a sustentabilidade das clínicas.

O apelo feito ao regulador está fundado na necessidade de encontrar uma entidade que promova o equilíbrio na relação entre as seguradoras e as clínicas, delimitando as regras de jogo no mercado, assegurando que nenhuma das partes adopte práticas que possam lesar a outra.

Relativamente às fraudes, deve-se referir que a maior parte delas advém das práticas do pessoal administrativo/operacional (front office) e não necessariamente como acção estruturada do topo a base da Clínica. De modo a minimizar o impacto destas no mercado do seguro de saúde, em primeiro lugar há que assegurar uma supervisão directa e mais próxima da direcção da Clínica ao pessoal operacional de modo a entender mais claramente as questões que têm gerado conflito na relação entre estas e as seguradoras.

Segundo, é preciso que dentro do alinhamento de processos também encontrem formas transparentes de facturação e de reconhecimento do paciente. Se a facturação está certa e sai de um protocolo muito objectivo e transparente, então não há espaço para a manipulação de facturas, muito menos para quaisquer atrasos ou falta de pagamento. Se o meu mecanismo de identificação de pacientes assegura-me que o paciente atendido é de facto o segurado, também não há espaço para a fraude e muito menos para a recusa de pagamento por parte da seguradora.

Penso que há dois campos de acção, um dentro das clínicas onde a supervisão tem que supervisionar os actos do seu pessoal administrativo, e o outro que é a necessidade de haver plataformas inteligentes para o reconhecimento dos pacientes de modo que estejamos seguros de que estamos a atender o paciente certo, com os protocolos transparentes que me permitem não só julgar o acto médico, mas também o custo associado. Para este fim, há que destacar a necessidade do desenvolvimento da tabela de actos médicos, incluindo os respectivos protocolos de tratamento de modo a promover a transparência nas práticas clínicas do país.

Nedbank Moçambique regista resultados líquidos de 430 Milhões de Meticaís

“A rentabilidade dos capitais próprios do Nedbank Moçambique melhorou significativamente, alcançando 15,92%. Este indicador demonstra a eficiência do banco em gerar lucros a partir dos recursos próprios, reforçando a sua posição no mercado financeiro”.

Feliz Mangane (Texto)

O Nedbank Moçambique demonstrou resiliência e eficácia, evidenciadas pelo desempenho financeiro robusto no primeiro semestre de 2024.

A instituição de crédito reportou um aumento significativo nos seus resultados líquidos, atingindo 430 milhões de Meticaís, um crescimento de 7% em relação aos 402 milhões de Meticaís registados no mesmo período do ano anterior.

Segundo Joel Rodrigues, CEO do banco, “este crescimento reflecte uma gestão eficiente e uma capacidade robusta de adaptação às condições adversas do mercado”.

O banco conseguiu aumentar a sua carteira de depósitos em 7,04%, o que, de acordo com Joel Rodrigues, “é um indicador claro da confiança contínua dos clientes nos serviços prestados pelo Nedbank Moçambique”. Este crescimento é crucial para a sustentação das operações e a expansão das actividades bancárias.

A rentabilidade dos capitais próprios do Nedbank Moçambique melhorou significativamente, alcançando 15,92%. Este indicador demonstra a eficiência do banco em gerar lucros a partir dos recursos próprios, reforçando a sua posição no mercado financeiro.

Já o rácio de eficiência, que ficou em 54,98%,



indica uma gestão prudente dos custos operacionais em relação aos rendimentos. Joel Rodrigues explicou que “este rácio é um indicador essencial da saúde financeira e da capacidade do banco de operar de maneira eficaz”.

Os resultados apresentados pelo Nedbank Moçambique, no primeiro semestre de 2024, são uma prova da sua capacidade de adaptação e gestão eficiente, mesmo num ambiente macroeconómico desafiador.

A confiança dos clientes, reflectida no aumento dos depósitos, e a melhoria na rentabilidade dos capitais próprios e na eficiência operacional são evidências do sucesso da estratégia do banco. **■**



BRAZ & ASSOCIADOS
AGENTES DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Registe e proteja a sua marca

Os proprietários de empresas geralmente não têm certeza sobre qual é a diferença entre o nome de uma empresa e uma marca registada, quais direitos cada um deles lhes confere e se é necessário ter uma marca registada se tiverem já o nome da empresa registado.

Nós da Braz & Associados podemos ajudá-lo a entender melhor os seus direitos e o valor que isso trará ao seu negócio.

Antes de registar um novo negócio ou expandir o seu negócio existente, entre em contacto connosco para descobrir como você pode proteger melhor sua propriedade intelectual e os seus direitos.

E-mail: info@baipa.co.mz

Tel: +258 21 321 792

www.baipa.co.mz

**Bairro da Sommerschield, Rua António Simbine n.º 114
Maputo, Moçambique**

BM volta a reduzir taxa de juro de referência

Esta foi a quarta vez, este ano, que o Banco Central reduziu a sua taxa de juro de referência, seguindo o conselho do Fundo Monetário Internacional (FMI) e sinalizando que as reduções vão continuar.

Feliz Mangane

O Banco de Moçambique reduziu a sua principal taxa de juro, a taxa MIMO, de 15% para 14,25%. A decisão foi fundamentada na expectativa de que a inflação se mantenha num dígito no médio prazo, conforme o governador do banco, Rogério Zandamela.

Esta foi a quarta vez, este ano, que o Banco Central reduziu a sua taxa de juro de referência, seguindo o conselho do Fundo Monetário Internacional (FMI) e sinalizando que as reduções vão continuar.

O Fundo Monetário Internacional (FMI) afirmou que se justificavam novas reduções das taxas directoras em Moçambique. “Existe o risco de as condições financeiras se manterem demasiado apertadas durante demasiado tempo”, afirmou o FMI, acrescentando que “com base nas condições cíclicas, o Banco de Moçambique tem uma ampla margem de manobra para novos

cortes nas taxas directoras”.

“Mesmo que o banco central baixe a taxa MIMO em 75 pontos-base em cada reunião deste ano e do próximo, a inflação manter-se-á em 4% ou menos”, afirmou o FMI.

“Esta decisão é sustentada pela contínua consolidação das perspectivas de inflação em um dígito no médio prazo, num contexto em que a nossa avaliação dos riscos e das incertezas associados às projecções mantêm-se favoráveis”, diz Rogério Zandamela.

Segundo o governador, as perspectivas da subida generalizada dos preços mantêm-se em um dígito no médio prazo, ou seja, abaixo de 10% nos próximos três anos. “Em Junho de 2024, a inflação anual manteve-se estável ao fixar-se em 3% após 3,1% em Maio”, disse Zandamela.

No entanto, Rogério Zandamela alertou para a pressão contínua sobre o endividamento público interno. Ele revelou que, excluindo os contratos de mútuo, locação e as responsabilidades em atraso,

“Após o anúncio da redução da taxa de juro de referência, o governador do banco central, Rogério Zandamela, negou que haja escassez de dólares, euros ou rands no país, conforme se queixou o sector privado.



Rogério Zandamela, governador do Banco de Moçambique

o endividamento público interno atingiu 377,9 mil milhões de meticaís, um aumento de 65,6 mil milhões em relação a Dezembro de 2023.

“A pressão sobre o endividamento público interno mantém-se elevada, como temos vindo a mencionar. O endividamento público interno, excluindo os contratos de mútuo e de locação e as responsabilidades em mora, situam-se em 377,9 mil milhões de Meticaís, o que representa 65,6 mil milhões em relação a Dezembro de 2023”, referiu.

ZANDAMELA NEGA QUE HAJA ESCASSEZ DE DÓLARES

Após o anúncio da redução da taxa de juro de referência, o governador do banco central, Rogério Zandamela, negou que haja escassez de dólares, euros ou rands no país, conforme se queixou o sector privado.

“Hoje, do ponto de vista de reservas do banco central, estamos a falar de mais de cinco meses de importação, de cobertura, é muito. Comparado ao que é recomendável de 3. Abaixo de 3 já começa a preocupar-nos. Cinco é um valor

confortável. O problema não é disponibilidade, porque a entrega de reservas do fundo cambial, que depende da banca, depende de muitas coisas, entre as quais o modelo de negócios de cada instituição, o tipo de clientes. Se o banco quer ou não financiar aquele cliente ou aquela actividade, da avaliação de risco, do sector, dos clientes. Os bancos avaliam o risco e podem cortar certos clientes”, explicou o governador do Banco de Moçambique.

O governador do Banco de Moçambique diz ainda que a instituição que dirige está a usar modelos internacionais, que não permitem aplicar, para já, a taxa de reservas obrigatórias em moeda estrangeira inferior a 39%, conforme solicita a Confederação das Associações Económicas (CTA).

Já o crescimento económico, que se estima que tenha sido de 3,2% no primeiro trimestre, poderá continuar a esses níveis modestos até ao fim do ano, segundo o Banco, devido a factores internos e externos que afectam a economia nacional. **!!**

A sua nova casa com todo o conforto num condomínio privilegiado à beira-mar

Villas Mbuva é um condomínio residencial de estilo moderno localizado na área turística de Macaneta em Marracuene - Maputo. Situado a cerca de 500 metros da praia com águas cristalinas, com acesso muito fácil à cidade de Maputo, o Villas Mbuva encontra-se no seu local de sonho.

O condomínio murado e fechado tem um total de 72 casas independentes que vão desde T2 a T4s com piscinas privadas. Para garantir a máxima comodidade da sua família, o condomínio dispõe segurança 24 horas, área de recreação infantil segura, quadra de tênis e quadra multifuncional, entre outras comodidades. As espaçosas casas de alta qualidade são acentuadas pelo espaçoso

quintal privado, iluminação natural e áreas privadas para churrasco. Além disso, o condomínio dispõe de um sistema de águas pluviais de alto padrão, um furo, tanques de reservatório de água, sistema de abastecimento centralizado e um gerador para maior comodidade.

O zoneamento e layout deste condomínio torna perfeito para a sua residência ou casa de férias.

Quer investir em modernidade e conforto luxuoso? Villas Mbuva é a sua casa destinada.

broll

Mozambique

Progressive property people.

Entre em contacto já
Para mais detalhes

Ana Mesquita

+258 86 166 7119

amesquita@broll.com

Fotos: Casa modelo



No dia 3 de Agosto de 2024, aconteceu a tão esperada inauguração do novo condomínio residencial Villas Mbuva e o lançamento da casa modelo.

O evento contou com a presença de autoridades locais, investidores e futuros moradores, que celebraram a abertura do condomínio com música ao vivo e um coquetel. Durante a inauguração, foi destacado o compromisso do empreendimento com a preservação ambiental e a valorização da comunidade.

Com sua localização privilegiada e infraestrutura de qualidade, o novo condomínio promete ser um verdadeiro refúgio para os amantes do mar e da tranquilidade.

Capacitar empresas e impulsionar a competitividade

A BCX Moçambique tem-se destacado como uma força transformadora no cenário digital do país, utilizando a tecnologia para capacitar empresas e melhorar a competitividade num mercado em constante mudança. Emilio Jorge, CEO da BCX, partilha *insights* sobre a estratégia da empresa, a recente parceria com a Alibaba Cloud e o impacto da plataforma ALP Cloud na economia local. Ele também aborda os desafios enfrentados no sector de tecnologia e a visão da BCX para o futuro da computação em nuvem em Moçambique.

Jaime Langa (texto) . Dino Valeta (fotos)

Qual tem sido a estratégia da BCX para se posicionar como líder na transformação digital em Moçambique? Pode detalhar como a BCX tem adaptado as suas ofertas às necessidades específicas do mercado moçambicano?

A BCX Moçambique foi criada com a visão de capacitar as empresas com a tecnologia de que necessitam para prosperar na era digital. Desde 2005, a BCX tem demonstrado um profundo entendimento das necessidades do país, oferecendo soluções tecnológicas que não só impulsionam a eficiência operacional das empresas moçambicanas, mas também fortalecem a competitividade delas ao nível local e global. Reconhecemos a crescente demanda por soluções avançadas de TIC na região e visamos preencher essa lacuna, fornecendo às empresas locais acesso à tecnologia de classe mundial e expertise, impulsionando, assim, a transformação digital em várias indústrias em Moçambique.

A recente parceria com a Alibaba Cloud trouxe a plataforma ALP Cloud para Moçambique. Quais são as expectativas a curto e médio prazo para este projecto? Como é que esta iniciativa pode impactar o ambiente de negócios e a competitividade das empresas locais?

A BCX Africa Local Public Cloud (ALP Cloud) é uma solução avançada de computação em nuvem implementada pela BCX em colaboração com a Alibaba Cloud. Esta plataforma foi projectada especificamente para atender à demanda do mercado moçambicano, oferecendo uma infra-estrutura robusta e escalável para empresas de diversos sectores. Entre os principais serviços disponibilizados estão a computação, armazenamento de dados de forma segura, processamento de dados em larga escala e respectiva análise, além de ferramentas de desenvolvimento e gestão de aplicativos.

A curto prazo, esperamos uma adopção crescente de soluções em Cloud pelas empresas locais, que beneficiarão da soberania de dados e de uma infra-estrutura tecnológica moderna,

BCX



Emilio Jorge, CEO da BCX

“ Alguns dos principais desafios que enfrentamos no mercado local incluem o facto de muitas empresas, em Moçambique, não terem a cultura de terceirização de serviços informáticos.

atualizada e implementada em conformidade com todos os padrões internacionais. A médio prazo, prevemos que esta colaboração venha a fortalecer a competitividade do ambiente de negócios em Moçambique, possibilitando que as empresas se alinhem mais rapidamente às tendências globais de digitalização.

A plataforma BCX ALP Cloud foi lançada com foco na soberania de dados e na eficiência local. Como é que a BCX planeia expandir e evoluir esta oferta? Existem planos para ampliar os serviços desta plataforma para outros sectores ou regiões?

A BCX ALP Cloud foi lançada com o compromisso de promover a soberania de dados, mantendo-os dentro do território nacional. O próximo passo é a expansão dos serviços oferecidos através da plataforma para além do padrão para incluir soluções customizadas. Estamos também a considerar a expansão geográfica da ALP Cloud, dentro de Moçambique, de forma a prover capacidade de recuperação de serviços. Consideramos também uma expansão para outros mercados africanos, solidificando o nosso papel como líderes na digitalização em África. Neste contexto, estamos a planificar a implementação gradual de mais três zonas de disponibilidade dos nossos serviços de Cloud em três países da região da SADC, numa primeira fase

Quais são os principais desafios que a BCX enfrenta no mercado moçambicano, especialmente no sector de tecnologia, e como é que planeia superá-los?

Alguns dos principais desafios que enfrentamos no mercado local incluem o facto de muitas empresas, em Moçambique, não terem a cultura de terceirização de serviços informáticos, ou estarem no estágio inicial de adopção digital, o que exige um esforço significativo para educá-las e convencê-las dos benefícios dos nossos serviços.

Outro desafio é a escassez de profissionais de TI qualificados no país, o que pode impactar a implementação e o suporte de sistemas tecnológicos complexos. Não menos importante, um grande desafio a notar, é o processo atrasado na adequação da regulamentação institucional e sectorial para o pleno funcionamento do sector. Para enfrentar estas dificuldades, a BCX tem investido em iniciativas de capacitação, formação contínua e em parcerias estratégicas que promovam o desenvolvimento tecnológico. Acreditamos que através da colaboração podemos criar um ambiente mais propício à inovação e ao crescimento sustentável.

A BCX tem presença em vários países africanos. Que lições de outros mercados a BCX trouxe para Moçambique? Existe algum plano para replicar essas estratégias de sucesso noutros países?

A BCX opera em vários mercados africanos e no Reino Unido, e uma das grandes vantagens disso é a capacidade de partilhar lições aprendidas e melhores práticas entre os nossos escritórios em todo o continente. Todos os nossos escritórios trabalham em estreita colaboração, trocando experiências e estratégias bem-sucedidas para garantir que cada mercado possa beneficiar-se das inovações e insights adquiridos noutros contextos.

Um exemplo prático desse compromisso é a nossa aplicação Koleta, um sistema de cobrança de receita que foi desenvolvido localmente para permitir aos municípios a cobrança e gestão da sua receita municipal. Este sistema é uma localização de uma solução da BCX que também foi implementada com sucesso na Tanzânia e na África do Sul. Essa abordagem colaborativa e adaptativa permite-nos não apenas atender às necessidades específicas de cada país, mas também contribuir para o desenvolvimento tecnológico em toda a África, promovendo um crescimento sustentável e inclusivo.



Como é que a BCX está a contribuir para a inovação tecnológica em sectores críticos como mineração e energia em Moçambique? Pode partilhar algum exemplo concreto de como a tecnologia da BCX fez a diferença num projecto específico?

Com o impacto significativo que as indústrias de mineração e energia registam em Moçambique, a BCX tem sido um parceiro estratégico não apenas nesses sectores, mas também em outros como banca, telecomunicações e indústria transformadora. Temos ajudado essas empresas a garantir que estejam sempre equipadas com as mais recentes tecnologias, proporcionando suporte local com profissionais que possuem credenciais certificadas. Além disso, oferecemos soluções especializadas que são adaptadas às necessidades específicas de cada cliente ou sector. Trabalhamos para garantir que os nossos clientes permaneçam à frente no mundo da tecnologia, colaborando com as maiores marcas do mundo para manter as suas operações na vanguarda da inovação tecnológica. Ao longo da operação da BCX em Moçambique, ajudámos

grandes projectos a manter os seus sistemas críticos de negócios e reduzir substancialmente os custos operacionais.

Com a BCX ALP Cloud, como é que vê a transformação digital em Moçambique nos próximos cinco anos? Quais são os principais obstáculos para a adopção dessa tecnologia e como é que a BCX pretende abordá-los?

A BCX ALP Cloud beneficia uma vasta gama de sectores, incluindo PME, sector financeiro, óleo e gás, comércio electrónico, TI e desenvolvimento de aplicações, sector público, indústria, media e entretenimento. As empresas destes ramos de actividade podem melhorar a eficiência operacional, garantir conformidade regulatória, aumentar a segurança de dados e reduzir custos. A infra-estrutura flexível e o suporte técnico local da BCX ALP Cloud permitem a escalabilidade e a adaptação rápida às necessidades do mercado, proporcionando uma solução robusta e eficiente para diversos tipos de negócios.

Com esta solução pretendemos equipar start ups, pequenas empresas sem robustez para

“ É um enorme privilégio liderar a BCX em Moçambique. Este é um dos mercados mais imprevisíveis a que tive exposição, pelo que construir um negócio e garantir a sua sustentabilidade por longos anos exige muita dedicação.

investimento em tecnologia e sistemas de segurança com credibilidade para participarem dos processos de negócios em igualdade comparativa com as grandes empresas; pequenas empresas tem que poder impactar negócios de grandes empresas.

Os principais desafios incluem a resistência à mudança, a falta de plano estratégico e modelo de negócio que se baseie nas vantagens competitivas da tecnologia. A BCX compromete-se a continuar a capacitação através de intervenções directas no âmbito dos seus serviços de consultoria, participação em feiras tecnológicas e colaboração com instituições de ensino.

Qual é a visão da BCX para o futuro da computação em nuvem em Moçambique? Na sua opinião, em que medida o país está preparado para adoptar essas tecnologias em larga escala?

Para a BCX, lançar o produto BCX ALP Cloud no mercado significa reafirmar a sua liderança no sector de TI no país e demonstrar a sua capacidade de inovação tecnológica. Isto amplia a competitividade da empresa, permitindo oferecer soluções mais abrangentes e abrir novas oportunidades de negócios. O novo produto melhora



os serviços prestados aos clientes, ajudando-os na transformação digital e na adaptação às mudanças do mercado. Além disso, contribui para o desenvolvimento do ecossistema tecnológico local e para a capacitação de profissionais moçambicanos, fortalecendo a reputação e credibilidade da BCX no mercado.

Como BCX, acreditamos que os tempos de investimento directo através de programas de CAPEX nas instituições tem anos contados, sobretudo para pequenas e médias empresas. O uso de serviços Cloud assim que dismistificado e regulado se tornará incontornável para quem precisa garantir níveis de eficiência operacional e controle de custos.

Como é liderar uma empresa de tecnologia como a BCX num país em desenvolvimento? Quais são as suas maiores motivações e desafios pessoais como CEO?

É um enorme privilégio liderar a BCX em Moçambique. Este é um dos mercados mais imprevisíveis a que tive exposição, pelo que construir um negócio e garantir a sua sustentabilidade por longos anos exige muita dedicação. O mercado moçambicano ainda está a desenvolver maturidade. A minha maior motivação tem sido

a confirmação de que o moçambicano é capaz quando se lhe dá a oportunidade no contexto certo; é a confirmação de tantos jovens profissionais que eu pude impactar as suas carreiras. Os desafios são muitos, mas acredito que cada um deles traz uma oportunidade de crescimento.

Pode partilhar um pouco sobre a sua jornada profissional? Quais foram os principais marcos que o levaram até à posição de CEO da BCX Moçambique?

Antes de me juntar à BCX Moçambique, em 2005, tive experiências que foram cruciais para entender as necessidades e desafios tecnológicos enfrentados por diferentes sectores. Fui graduado em 1996, com o grau de Mestrado em Informática de Gestão pela Universidade de Leipzig, na Alemanha. Durante os anos de exercício

profissional, aprofundei os meus conhecimentos em gestão através de programas de formação a nível de pós-graduação, incluindo Gestão Empresarial pela Universidade Sul-Africana (UNISA), Certificação em ITIL e COBIT.

Trabalhei em várias entidades como a Deutsche Bahn e a Mozal (BHP BILITON), onde fui Superintendente de Operações no Departamento de Sistemas de Informação. Na BCX, comecei como Gestor de Serviços até ser promovido a Director de Serviços, o que me deu uma visão clara das necessidades do mercado moçambicano. Em 2012, assumi o cargo de Director-Geral. Hoje, concentro-me em garantir que a BCX forneça soluções tecnológicas alinhadas às exigências do mercado local e às melhores práticas internacionais. 

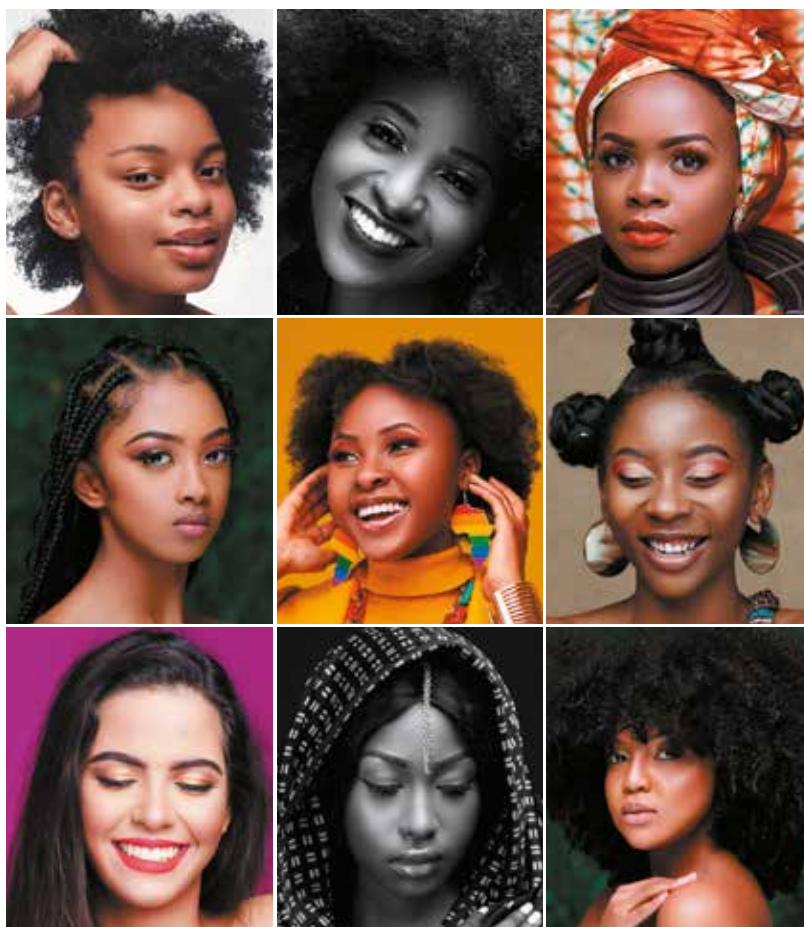
**Publicite com
Qualidade,
Publicite com
Dino Valeta**

Cell: (+258) 84 5030 611 / 82 5030 611

Instagram: @dinovaleta

E-mail: valetaj69@gmail.com

Dino Valeta



Queremos contribuir na transformação das riquezas agrícolas no país

Pedro Loforte é co-fundador e responsável pelo departamento de Marketing e vendas da Natúria, empresa detentora da Manteiguita, uma marca de manteiga de amendoim que surgiu recentemente, e em pouco tempo está a conquistar o mercado e o paladar dos moçambicanos.

Arsénia Sithoye (texto) Dino Valeta (fotos)

CONCEPÇÃO E VISÃO DA NATÚRIA

Criada junto com o seu pai, Mauro Loforte, que responde pela administração, gestão de operações e finanças do empreendimento, a Natúria foi concebida como empresa, há pouco mais de dois anos, e tinha como ideia inicial produzir manteiga de gergelim denominada Tahine. Porém, os estudos feitos antes de viabilizar o projecto, demonstraram que era financeiramente mais viável começar com a manteiga de amendoim. “Foi por isso que começámos com a manteiga de amendoim”, afirmou.

Pedro Loforte explicou que a visão da Natúria está no próprio nome que é a junção de duas palavras – natureza e indústria. Portanto, a empresa opera na transformação ou processamento de alguns produtos agrícolas em produtos acabados e coloca-os no mercado.

“Planeámos criar uma empresa que fosse potência na transformação das riquezas agrícolas existentes no país, em produtos finais como a Manteiguita que vem do amendoim, o Tahine que vem do gergelim e muitos outros produtos que podem provir de várias culturas que produzimos em massa, seja a mandioca, o tomate, a batata, o coco, o caju, entre outros.

PROCESSO DE PRODUÇÃO

Relativamente ao processo de produção da Manteiguita o responsável explicou que este passa pela compra do próprio amendoim e faz-se a selecção para separar o bom amendoim daquele que não serve. De seguida vai ao forno onde é assado e depois passa por um processo de arrefecimento imediato numa câmara de ar, para evitar que torre mais do que o necessário.

“Porque o amendoim sai quente do forno, é necessário resfriá-lo para evitar que continue a ser assado, e esteja no ponto ideal para que a manteiga tenha um sabor uniforme”, disse a fonte, avançando que após o arrefecimento, vai à máquina de descasque e, finalmente, à moageira que o transforma em manteiga, à qual é adicionado açúcar (4%) e sal (menos que 1%), excluindo-se substâncias como água e óleo, uma vez que o amendoim já contém, por natureza, óleo (30%) que o torna manteiga.

“Daí temos um sabor equilibrado, de manteiga de amendoim não muito doce, mas com o balanço de açúcar suficiente, principalmente porque o nosso amendoim é naturalmente doce”, frisou.

Chegada a fase de enchimento, a manteiga é posta numa máquina que insere a quantidade certa de manteiga em cada pote de 270g, é selada, impressa a data de validade e, na sala de empacotamento, os potes são introduzidos em



embalagens de 12 unidades e encaminhadas para o armazém pronto para a venda.

MARKETING E VENDAS

Relativamente ao marketing e vendas da Manteiguita, a fonte avançou que desde o início das actividades, em Outubro de 2023, puderam experimentar vários canais e métodos de vendas até que chegassem à fase em que se encontram hoje, em que através dum programa são recrutadas, sem muitos requisitos, e empoderadas mulheres que pretendem trabalhar por conta própria e lhes são dadas a oportunidade de revenderem a Manteiguita em pequena e média escalas”.

O negócio passa por essas mulheres adquirirem, a crédito, pequenas quantidades do produto (uma a três embalagens) pelo preço de venda a grosso, e se comprometerem a vender num prazo de duas semanas.

“Aplicamos para estas mulheres preços diferentes do resto do mercado, com benefícios que elas provavelmente não podem encontrar em outras companhias, nomeadamente a oportunidade de obter o produto a crédito, mesmo não

tendo trabalhado connosco anteriormente e o facto de oferecermos ao preço mais baixo possível para que elas consigam beneficiar-se de uma boa margem de lucro”, frisou.

O programa é divulgado através do marketing digital nas redes sociais da empresa, sendo esta uma das maiores apostas da Natúria, para a qual tem investido bastante. “Desde que começamos a recrutar e a lançar essa oportunidade de empreendedorismo para as mulheres, temos tido muita adesão e o número de vendedoras tem aumentado consideravelmente com o tempo”, revelou.

Actualmente, o programa conta com mais de 100 revendedoras activas a vender o produto e, segundo a fonte, é o meio de vendas com mais rotatividade, uma vez que antes de levantarem o produto elas fazem a degustação do mesmo para que abordem os clientes, sobre ele, com conhecimento de causa.

“Elas conhecem o sabor e a qualidade do produto, sabem quais são os benefícios”.

De acordo com o gestor de marketing da empresa, é uma grande satisfação ajudar estas



mulheres, pois é uma forma de contribuir para o empreendedorismo feminino que é uma componente muito importante para o empoderamento da mulher no nosso país.

“No nosso país, a nossa cultura ainda impõe uma grande rigidez no que respeita à responsabilidade da mulher. Não é muito fácil para a mulher trabalhar a tempo inteiro quando a sociedade cobra, a esta mesma mulher, deveres como: cuidar da casa, dos filhos, etc. Por isso, o empreendedorismo é a oportunidade da mulher poder conciliar os deveres do lar com o seu meio de rendimento, é um benefício para ela”.

Por outro lado, estas mulheres que vendem a Manteiguita, conhecendo a sua qualidade e benefícios, tornam-se evangelistas do produto, fazendo publicidade gratuita. “Sem nenhum custo

conseguimos ter vozes activas para dizer o quão o nosso produto é bom e não é só para vendê-lo, mas é também um testemunho honesto de pessoas que são consumidoras do nosso produto”, salientou.

ACEITAÇÃO DO PRODUTO

Pedro Loforte considera bastante positiva a aceitação do público em relação à Manteiguita, principalmente por tratar-se de um produto natural, sem químicos e com pouco açúcar.

“Algo que nos deixou bastante alegres quando colocámos o produto no mercado foi o feedback dos consumidores, falando da preferência do nosso produto em relação à concorrência. Estou a falar especificamente das manteigas de amendoim industrializadas que contêm conservantes, sejam elas sul-africanas, americanas ou portuguesas. E nós pretendemos manter a qualidade, a segurança e estabelecer essa confiança com o nosso público”.

PERSPECTIVAS

Segundo Pedro Loforte, a perspectiva da Natúria é desenvolver novos produtos e lançar, no próximo ano, novas linhas da Manteiguita, nomeadamente a manteiga sem açúcar e a manteiga crocante.

“Podem esperar por tudo isso para o próximo ano e só depois de lançar as outras linhas de manteiga de amendoim é que, gradualmente, iremo-nos ocupar de novos produtos. Preferimos direccionar o foco no desenvolvimento de cada produto e distribuí-lo como deve ser, para começar a desenvolver novos produtos, e essa vai ser a sequência”, afirmou.

Falando sobre a inserção da empresa e das suas marcas no mercado, Loforte referiu que como participantes da actividade económica do país, pretendem com estes produtos ser um dos grandes actores do mercado, já que se trata de uma das empresas com maior representação na transformação destas culturas em produtos acabados no país, nas vendas, exportação, assim como na acessibilidade para todas as classes sociais. “Isso é importante para fazer uma boa marca tanto nacional quanto internacionalmente”, concluiu. 

INVISTA



O SEU DINHEIRO DE FORMA SEGURA

A **Amaramba Capital Dealer** – Sociedade Financeira de Corretagem, SA ("ACD"), é a primeira e maior instituição financeira não monetária moçambicana. A essência da sua actividade prende-se com o mercado de capitais doméstico (operações de bolsa).



EMOSE lança Seguro Garantia de Formação

Feliz Mangane (Texto). Dino Valeta (Fotografia)

A Empresa Moçambicana de Seguros (EMOSE) apresentou, durante a 59a edição da FACIM, um novo produto, designado “Seguro Garantia de Formação”, algo muito inovador, que visa assegurar a continuidade da formação escolar do aluno, em caso de Morte ou Invalidez Permanente do seu encarregado de educação. Segundo Santos Magaia, Administrador Técnico Operacional da EMOSE, o seguro foi criado para preencher uma lacuna no mercado, garantindo que os alunos possam continuar seus estudos mesmo com a perda do responsável financeiro, cobrindo deste modo, as despesas relacionadas com as mensalidades escolares, inscrição e transporte escolar, entre outros custos essenciais.

Este seguro cobre as necessidades básicas e fundamentais, que garantem a continuidade do processo de formação escolar, em caso de Morte ou Invalidez Permanente do respectivo encarregado de educação.

“Observada a realidade na nossa sociedade,

constatámos haver um vazio de resposta para determinadas situações, concretamente para a área de formação ou educação, como queiramos qualificar, decorrente, portanto, do desaparecimento físico (morte) ou invalidez permanente, que afectem o responsável financeiro, que pode ser o encarregado de educação, ou os pais, ou mesmo ainda, qualquer um outro tutor”.

Tendo em atenção a certas realidades vividas no país, em que alguns educandos deixaram de estudar, ou tiveram que mudar de estabelecimento de ensino, por força da perda daqueles que financeiramente assumiam com as despesas escolares, EMOSE decidiu apresentar ao mercado, uma solução inovadora, bastante prática e acessível”, disse Santos Magaia.

“Ocorrido o óbito ou a Invalidez Total e Permanente do responsável financeiro, o estudante ou seus familiares, devem apresentar as evidências que confirmam a ocorrência, para que as condições contratuais sejam accionadas, e se dê início ao processo de indemnização do sinistro”.

O Seguro Garantia de Formação pode ser subscrito por cidadãos com a idade mínima de

“ Observada a realidade na nossa sociedade, constatámos haver um vazio de resposta para determinadas situações, concretamente para a área de formação ou educação, como queiramos qualificar, decorrente, portanto, do desaparecimento físico (morte) ou invalidez permanente, que afectem o responsável financeiro



Santos Magaia, Administrador Técnico Operacional da EMOSE

21 anos, e o beneficiário (educando) deve estar a frequentar num dos quatro ciclos de ensino, definidos no Sistema Nacional de Educação (SNE).

“Portanto, o encarregado de educação ou responsável financeiro, deve celebrar um contrato de seguro com a seguradora, para cada um desses ciclos, mas, não é obrigatório que subscreva a totalidade do ciclo, ou ciclos, pois, dependerá das suas condições financeiras, para subscrever o número de anuidades, e o número de educandos à sua responsabilidade, revelou Magaia.

De acordo com o Administrador o prémio (valor que o cliente paga à seguradora, ou seja, o custo do seguro) é acessível, pago de uma só vez, e dependerá do custo objectivo em cada estabelecimento de ensino, e, em função disso, são construídos os limites de indemnização. “O prémio é fixado em razão das condições objectivas do proponente”.

Segundo Magaia, o seguro cobre, entre outras, despesas como a inscrição, mensalidades do educando, devendo o limite de indemnização subscrito, em caso de se activar a obrigação da

seguradora ser canalizado directamente para a instituição de formação, numa base mensal, garantindo, dessa forma, a continuidade da formação até à conclusão do ciclo de ensino coberto pelo contrato.

Entretanto, a apólice concede também um benefício acessório, que tem a ver com os acidentes pessoais que possam afectar o estudante, caso ocorra um acidente no percurso casa/escola/casa, e o material escolar perdido ou danificado em consequência daquele específico acidente, até ao limite de 15% do valor de indemnização estabelecido para a cobertura de Acidentes Pessoais (150.000,00Mt), o que significa que o valor a pagar pela perda do material escolar vai até 22.500,00Mt, disse Magaia.

Por último, é de se salientar que, o seguro poderá também cobrir os custos de transporte escolar, mas, diferentemente das mensalidades e inscrição que a seguradora paga directamente à instituição de ensino, o valor de transporte será canalizado ao transportador, por via do estudante ou seu encarregado de educação. 

Anacleto Machava: O maestro das palavras

Anacleto Machava, conhecido por sua habilidade de transformar palavras em pontes entre culturas, vê a tradução como uma verdadeira arte. Nesta entrevista descontraída e cheia de humor, o tradutor e intérprete moçambicano partilha as curiosidades e desafios da sua profissão, comparando-se a um maestro a reger uma sinfonia de significados. Entre momentos de mal-entendidos hilários e a adrenalina de salvar discursos em interpretações simultâneas, Anacleto revela a importância de humanizar cada palavra traduzida, mostrando que a tradução vai muito além do simples ato de verter um idioma para outro.

Ao traduzir de português para inglês e vice-versa, sente-se mais como um maestro a reger uma sinfonia de palavras ou um malabarista a tentar equilibrar significados?

Ah, definitivamente um maestro! Às vezes, sinto-me como se tivesse uma orquestra inteira de palavras na minha cabeça, e tudo precisa de tocar em perfeita harmonia. Mas, entre nós, por vezes é como tentar malabarizar frutas na praia – num momento acertas em tudo, noutro um abacate desvia-se e quase acerta em alguém!

Qual foi a frase mais divertida ou confusa que já teve de traduzir ou interpretar ao viver essa ‘montanha-russa’ de idiomas?

Uma vez, fui traduzir “A balança é um ótimo juiz” e, no calor do momento, acabei por traduzir como “The scale is a great judge”. O cliente olhou para mim como se tivesse falado de um júri de

tribunal! Ao ouvir isso, tive de explicar que nem todo o juiz usa toga.

Se um cliente lhe pedisse para traduzir uma piada típica moçambicana para inglês, que piada escolheria e como torna-la-ia engraçada sem perder o sentido?

Se fosse traduzir uma piada típica como “Por que é que o português não usa o computador? Porque tem medo do rato!”, diria algo como “Why doesn’t the Portuguese use the computer? Because he’s afraid of the mouse!”. Mas aqui vai o truque: sempre que estou a traduzir piadas, tento contextualizar pois não é só a tradução, mas também entender o que as pessoas acham engraçado e adaptar a piada! Mas, às vezes, é como tentar explicar a um britânico por que uma feijoada é motivo de festa!



Mas aqui vai o truque: sempre que estou a traduzir piadas, tento contextualizar não é só a tradução, mas entender o que as pessoas acham engraçado e adaptar a piada!



PROFISSIONAIS

Trabalhar com interpretação simultânea é como adaptar um filme em tempo real. Alguma vez sentiu-se mais como personagem de acção do que tradutor? Já houve momentos em que se sentiu como se estivesse a tentar salvar o mundo de um grande mal-entendido?

Ah, sim, cada vez que faço interpretação simultânea, sinto-me como o '007 das palavras'! O coração acelera e só tens segundos para salvar o dia ou o discurso. Já houve momentos em que os meus colegas olhavam para mim à espera de uma tradução perfeita, mas só consegui pensar em quem estava a tentar salvar-se de ser mal entendido num evento!

Por último, se pudesse “traduzir” uma habilidade sua para inglês, qual seria e em qual área gostaria de impressionar os falantes nativos? E acha que a tradução da sua própria vida daria um sucesso de bilheteira?

Se eu pudesse traduzir a habilidade de 'certeza' de português para inglês, diria que seria a capacidade de fazer as pessoas sentirem-se à vontade, porque mesmo nas traduções mais técnicas, um pouco de simpatia e calor humano faz toda a diferença. Talvez devesse rodar um filme chamado "A Vida É Uma Tradução: Como Humanizar Palavras".

O que faz nos tempos livres para relaxar do stress da vida profissional?

Ah, nos meus tempos livres, sou um aspirante a saxofonista!. Decidi que, se posso reger uma sinfonia de palavras, por que não tentar criar uma de sons também! Tocar saxofone tem sido uma forma incrível de desconectar do mundo das traduções e me perder nas melodias. Claro, ainda estou a praticar, então os vizinhos talvez não achem tão relaxante, mas, para mim, é como um escape perfeito! Às vezes, sinto que estou a traduzir a música em emoções puras – e isso é um tipo de magia que palavras sozinhas não podem alcançar. 🎷



M-Pesa FinTalks Destaca Colaboração e Inovação como Elementos-chave para Inclusão Financeira

A colaboração e inovação são elementos-chave para o desenvolvimento de iniciativas de Inclusão Financeira de acordo com Sérgio Gomes, Director Geral da Vodafone-M-Pesa que falava em Maputo, durante a 2ª Edição da Conferência M-Pesa Fintalks.

A 2ª Edição da Conferência M-Pesa Fintalks foi realizada em parceria com a FSDMoç, a FinTech.MZ e a GSMA, sob o tema: Inclusão Financeira 2.0 - Impulsionando o USO de Serviços Financeiros através da colaboração e inovação.

O evento contou com a participação do CEO do M-Pesa África, Sitoyo Lopokoityit, Director do Dep. Dos Serviços Bancários e Sistema de Pagamentos do Banco de Moçambique, Arlindo Lombe, da Directora Executiva (CEO) do FSDMoç, Dra. Esselina Macome, a Alta Comissária Britânica em Moçambique, Helen Lewis, o Presidente da FinTech.MZ, João Gaspar entre outros especialistas e representantes de fintechs e instituições financeiras, instituições públicas e organizações não-governamentais.

Durante a sua intervenção, Sérgio Gomes celebrou os progressos alcançados através dos produtos e serviços financeiros da Vodafone M-Pesa e anunciou o lançamento do Finckathon, Fintalks Podcast, que irá percorrer o país. A comemoração dos 11 anos do M-Pesa marca um impacto significativo nas comunidades e reforça a meta de transformar o acesso efectivo aos serviços financeiros no país.

Por sua vez, Sitoyo Lopokoityit fez uma apresentação da jornada do M-Pesa África, incluindo os desafios, lições e alternativas adoptadas para manter a sua resiliência em operar no vasto mercado africano. Lopokoityit defende que os desenvolvedores de soluções tecnológicas em África devem partilhar as suas plataformas como forma acelerar o progresso e a Inclusão Financeira no continente.

Em Moçambique, Sitoyo Lopokoityit reconheceu o papel do Banco de Moçambique, enquanto regulador do sistema financeiro, em criar o Sandbox- uma plataforma de aceleração de soluções tecnológicas financeiras, o que representa a sua abertura para acolher continuamente as propostas de resposta aos desafios do sector financeiro nacional.

Além das experiências globais e continentais africanas no âmbito da era 2.0 da Inclusão Financeira, a 2ª Edição do M-Pesa Fintalks discutiu outros aspectos baseados no mercado moçambicano, como a componente do género, e crescimento equitativo, a evolução do sistema nacional de pagamentos e o seu impacto na Inclusão Financeira, bem como o uso dos serviços financeiros através da colaboração e inovação.

A CEO do FSDMoç, Dra. Esselina Macome, recomenda que as universidades que formam jovens nas áreas de STEM, economia e finanças, apostem nos seus formandos e que os desafiem a criar soluções para os problemas reais do dia-a-dia.

“Há, na juventude, o grande potencial de criar startups eficientes e com potencial para o desenvolvimento da inclusão financeira”

referiu Macome.

A Inclusão Financeira 2.0 descreve uma nova era dos serviços financeiros, em que a principal preocupação não é mais o acesso, mas sim o uso de soluções digitais e o seu impacto na qualidade de vida das pessoas. Hoje, a inovação oferece experiências mais convenientes, e a colaboração entre sectores gera soluções eficazes para os desafios locais, criando um ecossistema financeiro digital resiliente, responsável e sustentável a longo prazo, que contribui positivamente para os meios de subsistência das pessoas e para o desenvolvimento económico do país.

A Conferência M-Pesa Fintalks é uma iniciativa anual da Vodafone M-Pesa que junta vários actores do sector económico para discutir os desafios actuais, propor soluções e medidas para impulsionar o uso de soluções financeiras digitais, e promover a Inclusão Financeira em Moçambique.



Estamos cada vez mais ligados à provisão de soluções tecnológicas capazes de dinamizar o sector financeiro e responder aos desafios das comunidades, por isso estamos abertos a propostas inovadoras para a inclusão financeira no país.

Sérgio Gomes



Persistem desafios que reduzem o uso do mercado de capitais pelas mpme

O Presidente do Conselho de Administração da Bolsa de Valores de Moçambique (BVM), Salim Valá afirmou, recentemente, em Maputo, que embora seja crescente o uso do mercado de capitais pelas Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME) nacionais, ainda persistem vários desafios que reduzem o uso da Bolsa de Valores pelas Micro, Pequenas e Médias Empresas. Salim Valá falava à margem da II Conferência Nacional das MPME, uma iniciativa organizada pelo Governo através do Ministério da Indústria e Comércio e seus parceiros, com o intuito de debater e encontrar soluções para o fortalecimento deste segmento empresarial que muito contribui para o crescimento da economia moçambicana.

Durante o evento, o PCA da BVM fez saber que, actualmente, a BVM conta com um total de 16 empresas cotadas, e deste número apenas 6 fazem parte do Terceiro Mercado, um mercado criado em 2019 para responder aos desafios das PME e Startups moçambicanas.

“Moçambique é um país de Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME), que representam cerca de 98% da paisagem empresarial e, por isso, a BVM, SA tem que ser sensível a este tipo de empresas e tê-las no seu radar. Elas estão presentes em diversos sectores e áreas da nossa economia,

estão espalhadas por todo o território nacional e não temos dúvidas de que incrementar o desempenho económico das MPME vai contribuir para alavancar a economia do país”, considerou Salim Valá.

Como forma de incrementar o número das PME cotadas na bolsa, Salim Valá disse, na ocasião, que a BVM está a trabalhar na implementação de iniciativas de capacitação direccionadas às Micro, Pequenas e Médias Empresas, para que estas usem mais o mercado de capitais.

“Nós estamos a ponderar, com alguns parceiros, ter iniciativas inovadoras para a capacitação abrangente das MPME para que estas possam usar o mercado de capitais e a Bolsa de Valores. A nossa experiência dos últimos anos mostra que são as empresas do sector financeiro que mais usam produtos como Obrigações Corporativas e Papel Comercial, porque estão melhor capacitadas sobre assuntos financeiros, mas essas competências também podem ser obtidas pelas PME moçambicanas”, enfatizou o PCA da BVM, SA.

A BVM,SA está a trabalhar para atrair empresas lideradas por mulheres e jovens, que operam nos diversos sectores económicos, foi outro objectivo apresentado pelo Presidente da Bolsa de Valores de Moçambique.



“Vamos continuar a trabalhar com todos os parceiros para que ‘o Corredor Financeiro que é a Bolsa possa ser menos estreito’ e possamos atrair, para o mercado de capitais, PME lideradas por mulheres e jovens que desenvolvem acções nas áreas do agro-negócio, nas pescas, nos transportes, no turismo, na indústria transformadora, entre outras áreas, para que saiam da informalidade”, acrescentou.

Por sua vez, o economista Oldemiro Belchior destacou, na sua intervenção, a importância das PME na geração de rendas e na criação de empregos no país.

“As PME representam um grande pilar na espinha dorsal da nossa economia, sendo a maior fonte potencial de emprego e crescimento. Deste modo, num contexto desafiante, não restam dúvidas de que os protagonistas na recuperação económica são as PME, não são os megaprojectos. Repito, são as PME”, defendeu Oldemiro Belchior.

Como moderador do painel que abordou o tema: “Financiamento a Apoio Estratégico: Soluções de Suporte para as MPME, o Ministro da Indústria e Comércio, Silvino Moreno, explicou que “as Pequenas e Médias Empresas representam um universo de 98% das empresas deste país e o Governo tem uma atenção especial por este segmento empresarial pois possui um papel importante na garantia da sustentabilidade da economia, na redução da pobreza, na criação de riqueza e, não menos importante, na criação do emprego”.

A II Conferência Nacional das PME juntou representantes do Governo, instituições públicas e privadas, empresários, associações empresariais, académicos, empreendedores, entre outros, tendo abordado, também, a natureza, a relevância, as acções realizadas e as perspectivas no quadro da operacionalização do Fundo de Garantias Mutuárias. ■

Extensão da Linha de Ressano aumenta a sua capacidade

A infra-estrutura, com uma extensão de 42 quilómetros, parte de Ressano Garcia, zona fronteiriça e vai até Secongene, distrito da Moamba, província de Maputo, tendo custado aos CFM cerca de 80 milhões de dólares. A sua construção levou pouco mais de dois anos, que vai permitir manusear anualmente cerca de 27 milhões de toneladas de carga.

Feliz Mangane (Texto)

A Empresa Portos e Caminhos de Ferro de Moçambique (CFM) projecta manusear anualmente cerca de 27 milhões de toneladas de carga diversa, na sequência da duplicação e extensão da Linha Férrea de Ressano Garcia inaugurada pelo Presidente da República, Filipe Nyusi.

A infra-estrutura, com uma extensão de 42 quilómetros, parte de Ressano Garcia, zona fronteiriça e vai até Secongene, distrito da Moamba, província de Maputo, tendo custado aos CFM cerca de 80 milhões de dólares. A sua construção levou pouco mais de dois anos.

Falando após a inauguração da infra-estrutura, o Presidente do Conselho de Administração (PCA) dos CFM, Agostinho Langa Júnior, disse que a linha vai estimular o desenvolvimento para o país.

“Com esta obra cumprimos dois objectivos centrais do nosso Plano Estratégico que está alinhado com o Plano Quinquenal do Governo. Esta linha traz desenvolvimento, mercadoria, comércio, indústrias e contribui para o fomento e o papel de indutor de desenvolvimento do nosso país”, disse o PCA.

“Com a conclusão da primeira fase da duplicação desta linha, a infra-estrutura ferroviária dos CFM-Sul passa a ter uma capacidade equivalente a um aumento de 100 por cento da tonelagem da mercadoria manuseada nos portos de Maputo e Matola, no ano passado”, acrescentou.

Para além desta linha, Filipe Nyusi também inaugurou o Terminal Ferroviário de Passageiros da Estação Central de Maputo. A Extensão da Terminal custou 18 milhões de dólares aos CFM e levou 16 meses para a sua construção.

O terminal de passageiros vai permitir o aumento do número de passageiros de 25 mil para



“ Com a conclusão da primeira fase da duplicação desta linha, a infra-estrutura ferroviária dos CFM-Sul passa a ter uma capacidade equivalente a um aumento de 100 por cento da tonelagem da mercadoria manuseada nos portos de Maputo e Matola

75 mil diários, triplicando a capacidade actual.

“As infra-estruturas que acabamos de inaugurar custaram muito dinheiro, celebramos a qualidade de gestão, mas acresce a responsabilidade do cumprimento do plano de manutenções numa equação que possibilita a recuperação do investimento em tempo oportuno”, exigiu Nyusi.

O Chefe de Estado diz que “o projecto da Linha de Ressano Garcia irá responder à demanda

a que o sistema ferro-portuário moçambicano tem sido sujeito, nos últimos anos, sobretudo dos países vizinhos, com destaque para a África do Sul”.

É que a balança comercial dos dois países, nos últimos cinco anos, aponta a valores acumulados de exportações situados 5,4 mil milhões de dólares americanos e de importações em 12 mil milhões de dólares americanos.¹¹



Joana Prista
Fundadora da agência IKIGAI

Marca Pessoal: O superpoder secreto para credibilidade e visibilidade nos negócios

Já parou para pensar que a sua marca pessoal é como um superpoder? Sim, é isso mesmo! Não falo de voar ou ficar invisível, mas de algo que pode transformar completamente o seu negócio: a maneira como se apresenta ao mundo.

De forma mais simplificada, imagine que é um super-herói ou super-heroína dos negócios, e a sua marca pessoal é o fato que o/a faz ser reconhecido/a de longe. Se a sua marca pessoal é forte, as pessoas sabem exactamente quem é e o que faz, mesmo antes de abrir a boca! A isso chamo de credibilidade vestida na pele!

Todos sabemos e vivemos, mesmo que sub-conscientemente, com aquela velha história de que a primeira impressão é a que fica. Pois é, na era digital, essa primeira impressão pode acontecer a quilómetros de distância, com continentes pelo meio, sem nem sequer o sabermos! Então, ter uma marca pessoal bem definida é como garantir que, no momento em que alguém encontrar o seu perfil, vai-se sentir automaticamente atraído pela energia e profissionalismo.

Com uma marca pessoal forte, não precisa

de gritar aos quatro ventos o que faz – as pessoas simplesmente vêm até si. É como se fosse um ímã poderoso, atraindo clientes, parcerias e oportunidades de negócios – a isto vamos chamar de visibilidade espontânea.

Quer saber o segredo? Seja autêntico/a! Não tente ser um super-herói de “fachada” ou copiar a capa de outro (para imitações já chegam as carteiras!). Mostre ao mundo quem realmente é, com todas as suas peculiaridades, talentos e, sim, até os seus defeitos – porque é isso que o/a torna único/a.

E as revistas, como elas contribuem? Elas são como as bandas-desenhadas – um meio poderoso de contar a sua história. Estar presente nas páginas de uma revista fortalece a sua marca pessoal, colocando-a nos holofotes e aumentando a sua credibilidade. Além disso, as revistas oferecem aquela dose extra de visibilidade que o/a pode transformar num verdadeiro ícone, como os grandes heróis que admiramos!

O meu conselho? Não se esconda atrás da marca da empresa, vista o seu fato de super-herói ou super-heroína e mostre-se ao mundo. **ii**

“ Quer saber o segredo? Seja autêntico/a! Não tente ser um super-herói de “fachada” ou copiar a capa de outro (para imitações já chegam as carteiras!). Mostre ao mundo quem realmente é, com todas as suas peculiaridades, talentos e, sim, até os seus defeitos – porque é isso que o/a torna único/a.



PEUGEOT

O LEÃO, AGORA ESTÁ MAIS FORTE!



2.390.000 MZN
(IVA INC.)

**OFERTA DE PLANO DE MANUTENÇÃO
DURANTE 3 ANOS OU 100.000 KMS**

CAMPANHA LIMITADA AO STOCK EXISTENTE.
PARA MAIS INFORMAÇÕES CONSULTE OS TERMOS E
CONDIÇÕES DA CAMPANHA.

HCB lança portal inovador para fornecedores

O novo Portal do Fornecedor da HCB é uma manifestação do compromisso da empresa com a transparência e a eficiência. Segundo Matola, a plataforma foi desenvolvida para garantir que todos os processos de compras sejam conduzidos com os mais altos padrões de integridade e justiça.

Feliz Mangane (Texto)

A Hidroelétrica de Cahora Bassa (HCB), a maior produtora de energia de Moçambique e uma das maiores de África, lançou oficialmente, o seu novo Portal do Fornecedor, uma plataforma digital que promete transformar a interação entre a empresa e os seus fornecedores, promovendo transparência, eficiência e equidade nos processos de aquisição de bens e serviços.

O Presidente do Conselho de Administração da HCB, Tomás Matola, destacou a importância do novo portal como um marco significativo e transformador para a empresa. “Este é um marco significativo e transformador, que muito nos orgulha, pois espelha a nossa forma de pensar e fazer as coisas na Hidroelétrica de Cahora Bassa”, afirmou Matola.

Com receitas anuais de cerca de 500 milhões de dólares e um resultado líquido de mais de 200 milhões de dólares (dados de 2023), a HCB desempenha um papel crucial no desenvolvimento económico de Moçambique. Anualmente, a empresa regista aproximadamente 2.2 mil milhões de meticais em compras de bens e serviços, dos quais 60% são realizados no mercado nacional, beneficiando, significativamente, as empresas moçambicanas.

O novo Portal do Fornecedor da HCB é uma manifestação do compromisso da empresa com a transparência e a eficiência. Segundo Matola, a plataforma foi desenvolvida para garantir que todos os processos de compras sejam conduzidos com os mais altos padrões de integridade e justiça. “O Portal do Fornecedor da HCB representa essa nossa convicção e comprometimento com a transparência, eficiência e justiça nas nossas

“ Este é um marco significativo e transformador, que muito nos orgulha, pois espelha a nossa forma de pensar e fazer as coisas na Hidroelétrica de Cahora Bassa



“ O Portal do Fornecedor da HCB representa essa nossa convicção e comprometimento com a transparência, eficiência e justiça nas nossas práticas, em todos os nossos processos de compras

práticas, em todos os nossos processos de compras”, sublinhou o timoneiro da HCB.

A HCB, sendo uma empresa cotada em bolsa, está sujeita a rigorosos padrões de transparência, o que reforça a importância de práticas justas e informadas para os seus clientes, fornecedores e investidores.

Uma das principais vantagens do novo portal é a criação de um ambiente equilibrado de concorrência, proporcionando igualdade de acesso às oportunidades de fornecimento de bens e serviços à HCB. “O desenvolvimento de que nos referimos passa por criar acessibilidades e facilidades ao empresariado nacional, criando oportunidades de participar em todas as licitações para o fornecimento de bens e serviços para a HCB”, enfatizou o PCA.

A plataforma digital permitirá aos fornecedores

acompanhar todo o processo de licitação até à adjudicação, acessando informações de forma simplificada e transparente através de qualquer dispositivo.

Para a HCB a implementação do portal é parte da filosofia da empresa de abraçar a inovação e a tecnologia digital nas suas operações. A empresa acredita firmemente que as ferramentas e plataformas digitais podem ajudar a alcançar maior eficiência, agilidade e capacidade de resposta nos processos de negócio.

“O lançamento do Portal do Fornecedor acentua a nossa filosofia de abraçar a inovação e a tecnologia digital nas nossas operações,” afirmou Tomás Matola, ressaltando o entusiasmo com o impacto positivo que a nova plataforma terá nas práticas de compras e na facilitação da vida dos fornecedores. ■

NEGÓCIOS SEMPRE LIMPOS.

**A Clean Africa, é especializada na limpeza de escritórios,
grandes espaços como hotéis, empresas e muito mais.
Se quer o seu negócio a brilhar, deixe a limpeza para
os profissionais.**

CLEAN AFRICA MARÉS

Centro Comercial Marés, Piso -1
(+258) 21 45 15 36 / 82 35 000 32 / 84 30 125 03

CLEAN AFRICA POLANA

Av. Agostinho Neto 154, Maputo
(+258) 21 49 59 82 / 82 35 000 33 / 84 39 867 46

CLEAN AFRICA MATOLA

Av. Fernão Lopes 1203, Matola
(+258) 21 72 03 02 / 82 35 000 34 / 84 30 125 02

**CLEAN AFRICA**

Laundry and cleaning services

Autogás reduz em 50% o custo de conversão para GNV

A Autogás reduziu para metade o custo de conversão de viaturas para o uso de Gás Natural Veicular – GNV, no país, passando a subsidiá-lo. O director executivo da Autogás, João das Neves, explica que o acto visa massificar, cada vez mais, o uso deste combustível amigo do meio ambiente, bem como responder ao desafio colocado pelo consumidor em relação ao custo das conversões.

Segundo João das Neves, desde o início do projecto, as auscultações públicas sempre indicaram que um dos desafios enfrentados pelos interessados para aderir ao uso do gás natural nos seus veículos tem a ver com a questão dos custos de conversão, para a qual a Autogás não tinha muito espaço de manobra devido a uma série de questões relativas aos custos de importação e de mão-de-obra para instalação dos kits.

Entretanto, com o passar dos anos, e à medida que a Autogás se vem consolidando no mercado, tem vindo a investir não só na expansão da rede de abastecimento, mas também na redução dos preços das conversões, o que culminou com a redução para metade, o seu custo.

“À medida que os anos foram passando, e os nossos volumes têm estado a crescer, o que fizemos foi criar uma engenharia financeira para subsidiar esses custos. A Autogás está a suportar uma parte dessa factura para estimular que o público possa aderir. Felizmente, o mercado tem estado a reagir positivamente, com elevado número de conversões, mais interessados, grandes frotistas e empresas de distribuição

que gradualmente vão aderindo a este projecto”, disse.

Neste sentido, tal como deu a conhecer o director executivo da Autogás, a conversão de um veículo turismo, cujo custo outrora estava em torno de 80 a 120 mil meticais, agora é feita a partir de 48 mil meticais. Para uma carrinha mini-bus ou mesmo uma viatura de alta cilindrada, uma V6 ou V8, a conversão variava entre 120 e 160 mil meticais, mas hoje é feita a partir de 80 mil meticais.

“Isto significa que estamos a vender relativamente abaixo do preço do custo, na expectativa de que, à medida que as pessoas forem aderindo, vai aumentar o negócio para nós e vamos poder continuar a progredir. Portanto, ao subsidiar o custo das conversões, colocamos na mão dos moçambicanos a possibilidade de usar o gás e, naturalmente, isso terá um impacto também nas nossas vendas”, frisou.

Explicou ainda que, neste momento, para quem utiliza a sua viatura de forma permanente ou regular, é possível pagar o custo de conversão com a poupança que se faz no combustível dentro de quatro a cinco meses, ou seja, “se alguém



DR

gasta vinte mil meticais por mês, ao converter para o gás, passa a pagar 10 mil meticais e poupa todos os meses 10 mil meticais. Se a conversão custou 50 mil meticais, em cinco meses de poupança, pode pagar a conversão”.

Um dos grandes desafios com que a empresa se tem deparado é em relação à expansão da rede de postos de abastecimento, demandada pelo público, porém, só pode haver mais postos se houver mais carros para abastecer.

Actualmente, a Autogás conta com sete postos de Gás Natural Veicular em Maputo, Matola e Marracuene, e pretende instalar-se em toda a zona sul do país nos próximos cinco anos.

“Para este ano, estão previstos mais dois postos de abastecimento e, provavelmente, o terceiro no início do próximo ano. São três projectos nos quais estamos a trabalhar, com investimento já assegurado. Neste momento, estamos no processo de implementação gradual, nomeadamente, licenciamento, detalhes de engenharia, entre outros aspectos”, avançou o director executivo.

Questionado sobre uma eventual expansão do projecto à escala nacional, Das Neves referiu

que depende de dois factores: primeiro, a adesão dos moçambicanos ao projecto, ou seja, quanto mais rápido as pessoas aderirem, mais rápido a Autogás irá mobilizar fundos para alargar a rede; segundo, depende da disponibilidade do gás.

“Aqui na zona sul do país, nós temos o gasoduto a funcionar, mas noutras províncias, como Beira, Manica, Tete, Nampula, entre outras, dependem muito da disponibilidade do abastecimento da zona norte. Portanto, assim que passarmos a ter acesso ao LNG onshore, isto é, em terra, passaremos a alargar a rede dos postos a partir dessas regiões”, elucidou Das Neves.

Outro aspecto não menos importante está relacionado com o incentivo do Governo com vista à massificação do uso do Gás Natural Veicular no país. O timoneiro da Autogás entende que o mesmo pode passar pela determinação, entre outras, de uma quota que obrigue os transportadores públicos e outros actores, particularmente do Estado, a usarem o gás nas suas viaturas.

A Autogás já converteu até ao momento aproximadamente cinco mil viaturas..



MARTELL

FONDÉE  EN 1715

VOE ALÉM DO ESPERADO

É PROIBIDA A VENDA E O CONSUMO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS A MENORES DE 18 ANOS DE IDADE. BEBA COM MODERAÇÃO.



Índice de Robustez Empresarial teve ligeira melhoria

O presidente da CTA, Agostinho Vuma, destacou que o índice de robustez empresarial aumentou para 31%, devido à campanha de comercialização agrícola e exportação de produtos como algodão e camarão. No entanto, houve desafios como a falta de emissão de certificados fitossanitários e aumento de custos logísticos.

Feliz Mangane (Texto)

A Confederação das Associações Económicas (CTA) realizou a 15ª edição do Economic Briefing que abordou, entre outros temas, a dinâmica de negócios e investimentos no primeiro semestre de 2024.

O presidente da CTA, Agostinho Vuma, destacou que o índice de robustez empresarial aumentou para 31%, devido à campanha de comercialização agrícola e exportação de produtos como algodão e camarão. No entanto, houve desafios como a falta de emissão de certificados

fitossanitários e o aumento de custos logísticos.

Vuma também mencionou o impacto negativo da escassez de divisas no mercado nacional nas transacções empresariais, levando a uma queda nas exportações devido às restrições cambiais do Banco de Moçambique. Ele ressaltou a importância das exportações na geração de moeda externa e apontou que o déficit na oferta de divisas sem grandes projectos chega a 80%.

“É sabido que a nossa base de geração de moeda externa são as exportações. A esse respeito, excluindo os grandes projectos, nota-se que a cobertura de exportações sobre importações está



Agostinho Vuma, presidente da CTA



Salim Krypton Valá, PCA da BVM

estimada em cerca de 20%. Seguindo o mesmo raciocínio, então significaria que o déficit da oferta de divisas sem os grandes projectos atinge os 80%", disse.

O presidente da CTA analisou a interligação entre os sectores económicos, destacando a fragilidade do desempenho empresarial devido à falta de iniciativas na industrialização dos sectores primários, como a agro-pecuária.

Agostinho Vuma observou sinais de desindustrialização e alta dependência de produtos importados no sector comercial. Em suma, o Economic Briefing revelou desafios económicos persistentes, apesar do crescimento em índices macroeconómicos, destacando a necessidade de apostar na diversificação e fortalecimento dos sectores produtivos para impulsionar a economia moçambicana.

ÍNDICE DE TENDÊNCIAS DE EMPREGO REGISTOU EXPANSÃO

Agostinho Vuma explicou que relativamente às tendências de emprego, nota-se que entre o primeiro e segundo trimestres de 2024, o Índice de Tendências de Emprego (ITE) registou uma expansão de 104,03 para 116,25, o correspondente ao aumento de 12,22 pontos. "Esta tendência do índice de Tendências de Emprego sinaliza que houve aumento das possibilidades de obtenção de emprego em Moçambique, no segundo trimestre de 2024, em relação ao trimestre anterior", disse.

"Os indicadores dos ciclos de contratação ilustram que o índice de disposição a contratar melhorou para 31%, no segundo trimestre, enquanto o índice de empregos temporários e em tempo parcial fixou-se em 39,6%. A tendência destes dois indicadores ilustra que as nossas empresas mostram-se mais dispostas a contratar trabalhadores temporários no segundo trimestre de 2024", esclareceu.

MERCADO BOLSISTA NACIONAL CRESCE NO PRIMEIRO SEMESTRE

No decurso da XVIª Edição do Economic Briefing da Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA) que teve lugar na quarta-feira, 14 de Agosto de 2024, em Maputo, o Presidente do Conselho de Administração



da Bolsa de Valores de Moçambique (BVM), SA, Salim Cripton Valá, fez uma avaliação positiva das dinâmicas do mercado bolsista no primeiro semestre de 2024, comparativamente ao igual período de 2023.

No evento, que tinha em vista apresentar a dinâmica do ambiente dos negócios e tendências do fluxo de investimentos no 1º semestre do presente ano, o PCA da BVM, SA, fez saber que no período em referência, o mercado bolsista nacional apresentou uma evolução positiva em todos os indicadores, reforçando, assim, a tendência de crescimento observada nos semestres anteriores.

“O 1º Semestre de 2024 apresentou uma evolução positiva em todos os indicadores, com especial destaque para as Emissões de Dívida Corporativa (+130,8%), o Número de Títulos Cotados (+39,4%) e o Volume de Negócios (+19,8%), se comparado com igual período de 2023”, afirmou.

Valá referiu ainda que o Papel Comercial, por exemplo, também mostrou uma tendência positiva tendo em conta que no período em referência,

apresentou seis emissões, o que equivale a um montante de 1.775,25 milhões de meticaís, com uma taxa média ponderada de 14,5%.

Salim Valá frisou que as Obrigações do Tesouro no 1º Semestre de 2024 foram emitidas a uma taxa de juro média de 17,7%, sendo esta uma redução significativa face aos 18,6% registados em 2023, que é uma tendência positiva na perspectiva do Estado.

A entrada de mais operadores de bolsa está a contribuir bastante não só na dinamização do mercado de capitais e promoção da educação financeira, mas também fazendo com que mais empresários e investidores conheçam e usem a bolsa.

“Empresas de todos os sectores de actividade, de várias dimensões, operando em diversas geografias do país e para distintas necessidades de financiamento podem usar a BVM desde que respeitem os princípios de boa governação e gestão, tenham contas auditadas, uma boa saúde económico-financeira e suficiente dispersão accionista”, rematou Salim Valá. 

LOCALIZAÇÃO GEOESTRATÉGICA



DISTÂNCIAS COMPARATIVAS ENTRE OS CORREDORES REGIONAIS (KMS)

CORREDOR	EXTREMOS DO CORREDOR	SECÇÕES DA REDE	TOTAL DO CORREDOR
Beira	Lubumbashi (RDC) - Beira	DRC-SNOC: 265 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 945 Moçambique-CFM: 329	2327
Beitbridge	Lubumbashi (RDC) - Durban	DRC-SNOC: 265 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-BBR & NRZ: 794 RSA-TFR: 1341	3188
Plumtree	Lubumbashi (RDC) - Durban	DRC-SNOC: 265 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 474 Botswana-BF: 641 RSA-TFR: 1048	3216
Dar-es-Salaam	Lubumbashi (RDC) - Dar-es-Salaam	DRC-SNOC: 265 Zâmbia-ZRL: 125 Tanzania-TAZARA: 1840	2240
Goba	Mpaka (Swaziland) - Maputo	Swazilândia-SR: 151 Moçambique-CFM: 74	225
Limpopo	Lubumbashi (RDC) - Maputo	DRC-SNOC: 265 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 950 Moçambique-CFM: 530	2533
Pessano Garcia	Komatipoort (RSA) - Maputo	Moçambique-CFM: 86 RSA-TFR: 13	101
Richards Bay	Komatipoort (RSA) - Richards Bay	Swazilândia-SR: 251 RSA-TFR: 195	446

Linhas Ferroviárias	Extensão	Capacidade
Linha de Ressano Garcia	88 Km	15 MTPA
Linha de Goba	74 Km	7 MTPA
Linha de Limpopo	522 Km	6 MTPA
Linha de Salanganga (Ramal)	61 Km	2.4 MTPA
Linha de Sena	575 Km	10 MTPA
Linha de Machipanda	317 Km	4 MTPA
Linha de Nacala	610 Km	2 MTPA
Linha de Lichinga	262 Km	0.2 MTPA
*Moatize Nacala via Malawi	913 Km	18 MTPA
Bindura Nacala via Moatize	1308 Km	
Harare Nacala via Moatize	1329 Km	



Tecnologia na Gestão de Imobiliário B#[©] (Be Sharp)

A tecnologia tem desempenhado um papel fundamental na modernização da gestão de imóveis, proporcionando mais eficiência, segurança e praticabilidade para todos os envolvidos. Do uso de plataformas de gestão e automação de processos financeiros até inovações como blockchain, realidade aumentada e internet das coisas, o sector imobiliário está a transformar-se a um ritmo acelerado.

Espera-se que a tecnologia continue a remodelar o sector, trazendo novas soluções para problemas antigos e criando oportunidades para gestores, proprietários e inquilinos.

Apesar dos inúmeros benefícios, a implementação de tecnologias na gestão de imóveis apresenta desafios que devem ser considerados: **Custo Inicial:** Investimentos em tecnologia podem ser significativos, especialmente para pequenas e médias empresas; **Segurança de Dados:** A protecção de informações sensíveis dos clientes e proprietários é crucial, devendo ser prestada atenção à segurança cibernética; **Adaptação e Formação:** A adopção de novas tecnologias requer que equipas sejam treinadas adequadamente, o que pode exigir tempo e recursos. **Integração de Sistemas:** Garantir que diferentes tecnologias e plataformas trabalhem de forma integrada pode ser complexo e exigir soluções personalizadas.

Superar esses desafios é essencial para que os gestores de imóveis possam aproveitar plenamente os benefícios das inovações tecnológicas.

O futuro da gestão de imóveis promete ainda mais inovações, impulsionadas por avanços contínuos em tecnologia. Neste âmbito destacamos

algumas tendências a que estamos atentos: **Inteligência Artificial:** Aplicando às nossas plataformas algoritmos mais sofisticados que oferecem previsões mais precisas e automação ainda mais eficiente, desde a gestão das expectativas de mercado à verificação de planos de manutenção, previsão de receitas e alertas inteligentes que antecipam a acção dos gestores. **Sustentabilidade Ambiental** suportada por Tecnologia mais Verde: Integração de tecnologias que promovem a sustentabilidade, como sistemas de energia renovável e equipamento e sistemas de construção que proporcionam a certificação ambiental dos edifícios. A tecnologia desempenha já hoje um papel fundamental no controlo energético dos edifícios, na detecção de fugas dos sistemas de água, no controlo de equipamentos de Avac e de tratamento de águas e de resíduos, sistemas de incêndio, etc. As evoluções destes sistemas são cada vez mais importantes e por isso tão dinâmicas. **Expansão da IoT:** Adopção de dispositivos IoT (Internet of Things/Internet das coisas) mais avançados, aumentando ainda mais a conectividade e a automação nos imóveis. **Experiências Imersivas:** Aperfeiçoamento das tecnologias de VR (Virtual Reality/Realidade Virtual) e AR (Augmented Reality / Realidade Aumentada) para criar experiências ainda mais realistas e interactivas quer em visitas virtuais a imóveis, quer durante visitas reais. **Maior Adopção de Blockchain:** Expansão do uso de Blockchain para uma variedade maior de processos, desde financiamento até gestão de contratos. Esta é uma tecnologia segura, com provas dadas, e vem cada vez mais sendo usada na automação e digitalização de processos.

Essas tendências indicam um futuro onde a tecnologia continuará a desempenhar um papel central na transformação e optimização da gestão de imóveis.

A Broll desenvolve, utiliza e proporciona aos seus clientes plataformas de gestão de imóveis cada vez mais avançadas. Tendo identificado as vantagens e a necessidade de integração de novas tecnologias na Gestão de Imóveis, a Broll Tech é uma empresa do grupo internacional da Broll, inteiramente dedicada ao desenvolvimento tecnológico constante destas plataformas.

Com presença física há alguns anos em Moçambique, a plataforma de gestão da Broll, B#® ("Be Sharp"), é uma ferramenta de gestão total para portfolios de imóveis, aprovada e certificada pela Autoridade Tributária quanto às funções financeiras, e direccionada para facilitar o nosso trabalho de gestão de instalações manutenção

dos programas preventivos e correctivos de manutenção, contabilidade e facturação, relatórios de gestão operacional e financeira. A mesma está na base de toda a nossa actividade e da actividade de inúmeros clientes que a adoptaram eles próprios como a sua plataforma de gestão de imóveis próprios.

Prometemos apenas continuar a integrar novas tecnologias facilitadoras da gestão de imóveis, evoluindo na disponibilização e transparência da informação que proporcionamos aos nossos clientes, facilitando cada vez mais os processos de decisão e distinção dos imóveis que gerimos.

B#® é uma marca registada da Broll Property Group, denominação usada para a plataforma digital de gestão. 



Leve Hoje

| Escolha como pagar



Seguro Automóvel



Seguro Plano de Manutenção



Seguro de Protecção de Crédito



Contactos para
assistência 24H

(+258) 86 120 00 41
motorplan@palmaseguros.co.mz

Seguro, você vai mais longe!



MAIS QUE
UM **LUGAR**,
UM **ESTILO DE VIDA!**



**Maputo
Business
Center**

www.maputobusinesscenter.com

maputo
best houses

 **investeimóvel**
compra, venda e arrendamento de imóveis



moz
relocation

📍 Av. Agostinho Neto, 326, Maputo - Moçambique
✉ comercial@investeimovel.co.mz

☎ (+258) 826 660 006
☎ (+258) 21 010 492





Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável

Conforme nos referimos no tema anterior do nosso artigo Impacto Social, nesta edição iremo-nos debruçar sobre a Sustentabilidade. Afinal o que vem a ser a Sustentabilidade e ou Desenvolvimento Sustentável? Estas designações têm sido, nos últimos tempos, bastante pronunciadas. Não ouvimos um único discurso que não faça referência à denominação Sustentabilidade ou Desenvolvimento Sustentável. Daí entendermos que antes de avançarmos para os outros temas relacionados com a RSC, ser relevante compreendermos, também, estes conceitos e a sua relação com a responsabilidade social.

No cenário actual, a temática sustentabilidade ainda é muito discutida e possui inúmeros conceitos e interpretações. A percepção de que o planeta Terra precisa de entrar em equilíbrio nas dinâmicas económica, social e ambiental é crescente na sociedade. A responsabilidade em equilibrar estes pilares da sustentabilidade é colectiva e para o efeito deve ser atribuída ao governo, às empresas e à sociedade como um todo. Esta realidade assegura que as empresas não devem ser apenas rentáveis, competitivas e eficientes na geração de riquezas. É necessário que elas atendam, também, às expectativas sociais que lhes são atribuídas.

A sustentabilidade empresarial é um conjunto de acções e políticas empresariais economicamente sustentáveis e socialmente responsáveis que garantam o desenvolvimento sustentável. Desta forma, quando uma empresa age de forma sustentável torna-se mais ética perante os seus públicos, fornecedores, clientes e toda a sociedade. O que antes não era uma prática muito visível, hoje é, devido aos avanços, principalmente dos meios de

comunicação. Assim, as empresas conseguem divulgar as suas acções, produtos e serviços de uma maneira muito mais rápida, atraindo cada vez mais adeptos a essa recente abordagem ambiental.

Portanto, neste artigo, busca-se também reflectir sobre a relação entre sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e responsabilidade social nas acções das empresas e sua influência na área de Recursos Humanos. Num primeiro momento, iremos diferenciar cada conceito, ou seja, há grandes diferenças entre sustentabilidade e responsabilidade social, sendo assim, podemos de imediato dizer que responsabilidade social é um dos pilares da sustentabilidade.

A expressão desenvolvimento sustentável, por sua vez, tem como objectivo preservar o ecossistema e busca conciliar o desenvolvimento económico com a produção capitalista, prezando pela preservação e manutenção do meio ambiente rico e saudável.

Como já dito, vários estudos e discussões foram feitos sobre o tema no mundo, principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável. Ao longo dos anos o resultado desta nova mentalidade vem trazendo inúmeras melhorias para as sociedades, apesar de, ainda, estarmos longe da solução para este problema importante.

Importa ressaltar que apesar de muitas vezes os conceitos “sustentabilidade” e “desenvolvimento sustentável” se confundirem, os seus significados são diferentes. A sustentabilidade, conforme dispõe Reinaldo Dias na sua obra, “Sustentabilidade – origem e fundamentos; educação e governança global; modelo de desenvolvimento”, visa estabelecer um equilíbrio entre o que a natureza nos

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

oferece e o limite de consumo dos recursos naturais, de maneira que a qualidade de vida do homem esteja em harmonia com a capacidade do planeta. Por sua vez, Desenvolvimento Sustentável é considerado a capacidade de suprir as necessidades dos seres humanos da actualidade, sem comprometer a capacidade do planeta para atender as futuras gerações. Portanto, seria um desenvolvimento que não esgota os recursos, tornando-os, se possível, perenemente disponíveis.

O termo sustentabilidade tem-se tornado tema-chave de discussões em qualquer parte do mundo, e esta palavra nunca esteve tão na moda como actualmente. São as atitudes sustentáveis concretas que fazem a total diferença, pois proporcionam mudanças relevantes em prol da qualidade de vida e propiciam iniciativas para a diminuição da poluição que assola os mares e rios, bem como outras fontes naturais do planeta.

A sustentabilidade corporativa está baseada em três aspectos básicos: o ambiental, o económico e o social. O primeiro aspecto diz respeito ao uso racional dos recursos naturais e da maximização dos impactos ambientais positivos no ciclo de vida dos produtos, desde a extracção da matéria-prima até à sua utilização final. Ou seja, cabe à empresa preocupar-se também com os impactos ambientais positivos e negativos da sua actividade produtiva, tentando elevar a sua credibilidade e minimizar os possíveis impactos sociais e ambientais causados.

Quanto ao aspecto económico, o mesmo trata da sustentabilidade dos negócios das empresas, que devem buscar constantemente a lucratividade e a remuneração do capital. Quanto ao terceiro

aspecto, são levadas em consideração as políticas de responsabilidade social e a sua utilização formal no ambiente corporativo.

Estes pilares servem como caminho para os gestores das organizações, propiciando a interacção com o meio ambiente, com vista a garantir o acesso das futuras gerações aos recursos naturais e com o mercado, para preservar a competitividade e continuidade da organização; e também com os seus colaboradores, tendo em conta a responsabilidade social.

Deste modo, seja actuando de forma independente ou respondendo a outras demandas, a sustentabilidade possui um papel fundamental na transformação das empresas do futuro.

A sustentabilidade empresarial não pensa somente nos aspectos ambientais, sociais e económicos, dentro de um modelo macro de gestão onde ela está inserida. Há também requisitos de suma importância como a ética, transparência, a prática da governança corporativa de maneira efectiva, o bem-estar dos funcionários e a selecção de fornecedores engajados com a sustentabilidade, são características que, de facto, revelam a importância da sustentabilidade, dentro de uma empresa, e o comprometimento com que todo esse processo está e será desenvolvido.

A indecisão de incorporar ou não a sustentabilidade no seu modelo de negócio faz-se presente em muitas empresas actualmente, principalmente para o gestor, pois cabe a ele decidir e implantar esse modelo de negócio na empresa. Por um lado, a proposta é atraente, envolve visibilidade da empresa e da marca, possibilidade de aumento de lucro, inovação, diminuição dos custos em geral. Contudo, é necessário um investimento financeiro inicial e colaboração de todos os níveis hierárquicos para que posteriormente se possa obter o resultado esperado.

A sustentabilidade é também uma oportunidade para que as empresas inovem, elevem as suas participações no mercado, acrescentem mais produtos ao portfólio com o intuito de atender novos mercados e criar fontes de lucro, desenvolver novos processos e tecnologias mais limpos e económicos, bem como cooperar com a preservação do meio ambiente, gerando bem-estar e qualidade de vida ao público interno e externo. 

“ Quanto ao aspecto económico, o mesmo trata da sustentabilidade dos negócios das empresas, que devem buscar constantemente a lucratividade e a remuneração do capital.

FIDELIDADE *impar*

SEGUROS DESDE 1808 · ÍMPARES DESDE 1992



AM BEST

MAIS CONFIANÇA
MAIS SOLIDEZ
MAIS SEGUROS

Somos a única seguradora moçambicana
com rating internacional.

fidelidadeimpar.co.mz



84 320 7925

Fidelidade Moçambique – Companhia de Seguros, S.A.

NUIT: 400005834 · NUEL: 101880559 · Capital Social: 295.000.000,00 MZN

Sede: Rua de Kassuende, n.º 210, piso 19, Bairro Polana Cimento A, Maputo, Moçambique

Contactos: Telefone: 800 800 088 · E-mail: apoiocliente@fidelidadeimpar.co.mz

LIGUE GRÁTIS

800 800 088

A.M BEST
2024



Great Place
To Work
2023



1

Escolha o seu vinho



entre mais de 200 marcas

2

Faça a sua encomenda comodamente



Whatsapp 82 8313430

3

Entrega na morada da sua escolha



Maputo e Matola



Kalitche International Trading, Lda.

Maputo Business Center – Av. Agostinho Neto, 326 – Maputo

Para mais informações
sobre provas de vinhos

**VINHOS &
negócios**





Evite burlas financeiras, abre o olho

Ganhar dinheiro, todos queremos, ambicionamos, desejamos e necessitamos. No entanto, a forma como iremos ganhá-lo é uma questão de sabedoria, inteligência, dedicação e muito foco. É crucial entender que num mundo onde as oportunidades e os riscos financeiros coexistem, cair em burlas financeiras não é uma questão de azar, mas de burrice. Uma burrice que todos nós, um dia, iremos cair nela, mas devemos-nos levantar com sabedoria e mais resistência e resiliência. Mas não podemos recusar a burrice. Consideramos aqui, Burla financeira como sendo um acto ou esquema de engano intencional e directo que afecta uma ou mais vítimas.

Para começar, é essencial reconhecer que a sabedoria é a base para tomar decisões financeiras acertadas. Uma pessoa sábia investe tempo em educação financeira, procura entender o mercado e estuda diferentes formas de investimento. A sabedoria ensina-nos a distinguir entre oportunidades legítimas e burlas disfarçadas. Não basta apenas querer ganhar dinheiro; é necessário saber como fazê-lo de forma segura e sustentável. Pior, num cenário em que qualquer um se diz ser “coach financeiro”, ou “coach de qualquer coisa”, desde inteligência artificial a relacionamento amoroso.

Com o avanço das tecnologias de comunicação e informação, tornando os mercados globais mais próximos uns dos outros, as burlas ou fraudes financeiras tendem a seguir a mesma tendência de expansão, diversificação e modernização. Dentre os vários tipos e modelos de burlas e

fraudes financeiras, podemos realçar as mais divulgadas, que cada um de nós deve buscar compreender e evitar ser vítima: Burla de Cartão de Crédito, Phishing, Burla de Identidade, Burla de Investimento, Lavagem de Dinheiro, Burla Bancária, Esquemas de Pirâmide e Ponzi, Burla de Seguro, Burla de Empréstimos, Burla de Lotaria, ou Jogos de Azar, Burlas de Caridade ou ainda a Burla Fiscal.

A inteligência, por sua vez, complementa a sabedoria ao permitir que usemos as nossas capacidades analíticas e rede de contactos para avaliar riscos e benefícios. Uma pessoa inteligente não se deixa levar por promessas de ganhos fáceis e rápidos, que são característicos das burlas financeiras. Em vez disso, ela investiga, faz perguntas e busca fontes confiáveis de informação antes de tomar qualquer decisão financeira. A inteligência financeira envolve compreender que se algo parece bom demais para ser verdade, provavelmente é.

Dedicação e foco são igualmente importantes nesse processo. Ganhar dinheiro de forma legítima requer esforço contínuo e determinação. A dedicação envolve trabalhar arduamente, poupar, investir com prudência e estar constantemente atento às mudanças no mercado. O foco impede que sejamos desviados por propostas tentadoras, mas perigosas. É o foco que nos mantém alinhados com os nossos objectivos de longo prazo, evitando atalhos que possam levar-nos a armadilhas financeiras.

Todavia, muitas pessoas ainda caem em



Fonte: Autor, Ivan Amade

burlas e fraudes financeiras. E isso não pode ser atribuído ao azar. Burlas financeiras, como esquemas de pirâmide ou fraudes de investimento, são armadilhas que dependem da falta de conhecimento e do desejo irracional de enriquecer rapidamente. Quando alguém cai numa burla, é porque faltou a devida diligência, prudência e análise crítica. Nesse sentido, é burrice, pois a informação e as ferramentas para evitar tais armadilhas estão amplamente disponíveis.

Como exemplo, é facto que os programas de fofoca e entretenimento têm muito mais audiência que programas de informação e conhecimento, seja nos media tradicionais ou nos media mais tecnológicos, como as redes sociais. Os “porquês”, deixemos que os cientistas e engenheiros sociais tragam as explicações. Mas uma coisa é certa: é mais fácil compreender algo menos inteligente – um factor que contribui para a ampliação do alcance e abrangência da audiência.

Portanto, ganhar dinheiro é uma meta universal, mas fazê-lo de forma segura e eficaz exige

sabedoria, inteligência, dedicação e muito foco. Cair em burlas financeiras, por outro lado, resulta da falta desses atributos. Num mundo repleto de informações e recursos, não há justificação para ser enganado por burlas financeiras. A responsabilidade de proteger os nossos recursos é exclusivamente nossa, e isso começa com a educação financeira e a prática de decisões informadas e ponderadas.

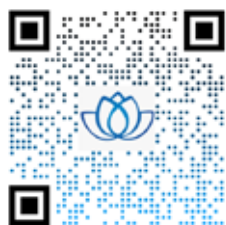
Como dissemos, num mundo cada vez mais digitalizado, as burlas e fraudes financeiras tornaram-se uma ameaça constante para indivíduos e empresas de todas as dimensões. A sofisticação dos golpes e a habilidade dos fraudadores em explorar a vulnerabilidade humana e tecnológica exigem uma postura proactiva e consciente de todos nós. A prevenção a burlas e fraudes financeiras não é apenas uma responsabilidade das instituições financeiras, mas um dever compartilhado por todos que desejam proteger os seus recursos e garantir a integridade do sistema económico. Estejamos vigilantes, abre o olho! 



MOÇAMBIQUE PREVIDENTE

Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A

**OFERECEMOS SOLUÇÕES
PERSONALIZADAS QUE
GARANTEM UM FUTURO
FINANCEIRO TRANQUILO E
SUSTENTÁVEL.**



www.mocambiqueprevidente.co.mz

PENSANDO NO FUTURO, VIVENDO O PRESENTE.



O valor da imagem dum candidato

A imagem passa a ser uma parte importante da campanha eleitoral, uma vez que todos os partidos elegem a personalização como principal estratégia. E isso é compreensível, uma vez que os eleitores votam na personalidade. A imagem deve ser de natureza pessoal, à qual a consciência individual possa “pegar”. É muito difícil amar simplesmente um “grande plano” se não houver um toque pessoal aconchegante nele. A política, antes de tudo, é baseada na empatia pessoal (na capacidade de se identificar com outra pessoa, de sentir o que ela sente, de querer o que ela quer, de apreender do modo como ela apreende e por aí em diante).

No contexto de uma campanha eleitoral, significa toda uma gama de informações sobre o candidato, que inclui dados biográficos, escolaridade, estado civil, filiação partidária e relacionamento com outros políticos (quem na campanha se aliar à políticos impopulares, anti-democráticos, racistas ou fascistas, falta de consistência, falta de coesão e falta de comprometimento, narcisismo, corre o risco de perder eleitores politicamente maduros).

A imagem de um candidato tem que ver também como esse candidato se relaciona com a coisa pública, a sua integridade. Não faz sentido um candidato receber dinheiro do Estado para a campanha eleitoral e usá-lo para fins pessoais ou simplesmente não usá-lo para os fins previstos pela lei.

Se a palavra imagem for traduzida literalmente do inglês, então significa “representação,

impressão, reprodução ou imitação da forma de uma pessoa ou de um objecto”. Consequentemente, por “imagem” entende-se não só uma impressão visual, mas também a forma de pensamento, acções, etc. Por outras palavras, neste caso a palavra “imagem” deve ser utilizada em sentido lato – como ideia que se tem da pessoa. Portanto, quando dizem: “Ele tem tal e tal imagem”, significa como as pessoas vêem essa pessoa, mais precisamente, como a avaliam, como a tratam.

O conceituado sociólogo Erving Goffmann disse que a imagem é a arte de “gerir impressões”. Existem tantas imagens quantas as pessoas no mundo.

A imagem de forma concentrada define a essência de uma pessoa ou de uma organização. A partir da imagem podemos construir as nossas relações com determinada pessoa: elegê-la para presidente, para deputado, nomeá-la para director, dar-lhe os nossos votos na campanha eleitoral. Isto conduz a uma verdade simples: quanto mais acertadamente escolhermos e construirmos a imagem do candidato, mais eficaz será a comunicação.

O significado de todas estas definições é o mesmo: na memória de uma pessoa não se forma um fenómeno multifactorial, mas uma espécie de ideia única, colorida positiva ou negativamente. Por isso, é necessário formar uma abordagem positiva da imagem, dando à percepção alheia uma série de dicas nesse sentido.

“ Com base nos objectivos estratégicos da campanha, é necessário determinar o objectivo político da imagem do candidato, o grau planeado da sua popularidade e a sua percepção da eleição.

Especialistas em politologia dividem a imagem em primária, ideal e secundária.

A imagem primária é formada com base nos resultados do conhecimento inicial.

O ideal representa ideias medianas sobre as qualidades do líder desejado.

Uma imagem secundária surge no processo de competição entre diferentes líderes. E aqui, se houver dois líderes iguais, o terceiro começa a desempenhar um papel especial, contra cujo pano de fundo pode provar o seu valor.

Imagem é uma impressão de um candidato, desenvolvida e promovida propositadamente. Por outras palavras, uma imagem é, na verdade, um conjunto de ideias que as pessoas têm sobre um político, que surgiram com base na informação que receberam. A importância da imagem pessoal de um político é uma base importante para o seu estatuto no partido que representa. Sem exagero, podemos dizer que a imagem dos líderes políticos pode significar tanto ascensão quanto declínio político.

O exemplo mais demonstrativo da importância da imagem para um partido ou povo são a Frelimo de Samora Machel, de ontem, e a Frelimo de Nyusi, de hoje. O mesmo exemplo serve para a Renamo do falecido Dhlakama e a Renamo de Ossufo Momade, de agora. São duas, aliás quatro organizações totalmente diferentes.

Os políticos que conseguem estabelecer uma imagem política junto do público podem transformar esta popularidade num instrumento decisivo para a sua liderança. É preciso sempre lembrar que não são as “políticas do candidato” que são decisivas, mas a impressão criada sobre ele enquanto pessoa. O eleitor nunca lida com o verdadeiro candidato, mas apenas com a sua imagem. Por isso, todos os esforços são colocados na imagem. Nem precisa de mudar o próprio candidato, mas precisa de criar uma imagem à qual a reacção

do eleitor tornar-se-á puramente química.

Modelar uma imagem política é um processo criativo que depende de diversas componentes (a partir da cultura política dominante e das características da situação socioeconómica do país, terminando, por exemplo, com as capacidades oratórias do candidato). No entanto, com toda a variedade de componentes, existe uma certa abordagem metodológica para a construção de uma imagem.

Ao criar uma imagem, deve confiar nos seguintes princípios básicos:

a) A imagem é um fenómeno sintético. É especialmente desenvolvida para servir um determinado fim, para criar uma determinada impressão;

b) A imagem deve inspirar confiança. Se a veracidade da imagem for posta em causa, esta nunca cumprirá a função pretendida;

c) A imagem é passiva. Deve satisfazer as expectativas e aspirações dos eleitores e não tentar mudar a realidade “para se adequar”;

d) A imagem é uma espécie de ideal que só se torna uma força real se for amplamente conhecida. Construir uma imagem é construir uma reputação, não um carácter;

e) A imagem deve ser viva, brilhante e específica;

f) A imagem deverá ser bastante simples, “acessível” ao eleitor;

g) A imagem apela tanto à imaginação quanto à razão, ocupando um passo intermédio entre as expectativas dos eleitores e a realidade.

Com base nos objectivos estratégicos da campanha, é necessário determinar o objectivo político da imagem do candidato, o grau planeado da sua popularidade e a sua percepção da eleição. Há um ditado tsonga que diz: “aos visitantes se recebem pela forma como estiverem vestidos e se despedem pelo que tiverem feito”.

Alerto aos candidatos para que cuidem da sua imagem! 

negócios

A revista Negócios é uma publicação com um especial foco para os assuntos de economia e negócios, em Moçambique. O seu público é essencialmente corporate. O projecto, actualmente, consiste em seis edições anuais impressas, e o site www.revista.negocios.co.mz.

Tiragem média: 2 500 exemplares

Distribuição: Gratuita em bancos, hotéis, restaurantes, centros de negócios, grandes empresas, associações empresariais, embaixadas, ministérios, outras instituições públicas e eventos de negócios (conferências, colóquios e outros)

Perfil do leitor: Corporate (Empresários e decisores públicos em Moçambique)



www.revista.negocios.co.mz





Volkswagen Virtus

Eleve-se ao próximo nível.



CONDIÇÕES ESPECIAIS

Pagamento a prestações
até 12 meses

Oferta de seguro de danos próprios.

Motor
1.5 Gasolina AT

PVP
1.999.000 MT

Garantia de
3 anos ou 120.000 km



Caetano

Av. de Angola nº 2290. Maputo
84 129 0350 | info@caetano.co.mz

Tenha férias *de sonhos*

Visite o CFM Bilene Resort - complexo de férias na praia do Bilene. Para a sua maior conveniência, o restaurante, com culinária moçambicana e internacional, encontra-se à beira da praia.



Concebido para *o seu conforto*

Oferecemos casas tipos 1 (2Pxs) e 2 (4Pxs) e apartamento (2Pxs) devidamente equipados, proporcionando-lhe o máximo de conforto a um preço* competitivo.



Contactos:
+258 28 259 001 ou +258 82 090 8080
e-mail:cfmbileneresort@gmail.com