

negócios

Rotimi Morohunfola, CEO do UBA Moçambique

**Adaptamos soluções
às especificidades
dos segmentos
de negócio**

ISSN 2616-4744



9 772616 474407

www.revista.negocios.co.mz

■ N.º48 ■ Março/Abril 2024 ■ 150 MT



POLANA SERENA
HOTEL
Est. 1922



SUNDAY brunch

Reserve antes de Sábado e obtenha 10% de desconto
Book before Saturday and get a 10% discount

TODOS DOMINGOS / EVERY SUNDAY
DAS 11H00 ÀS 15H30 / FROM 11:00^{AM} TO 03:30^{PM}

MZN 3,800.00 / PP

CRIANÇAS DOS 0-5 ANOS GRÁTIS, 6-11 ANOS - 1.900 MZN
CHILDREN 0-5 YEARS FREE, 6-11 YEARS - 1.900 Mzn



SERENA HOTELS
HOTELS • RESORTS • SAFARI LODGES • CAMPS

Polana Serena Hotel, Av. Julius Nyerere 1380, P.O. Box 1151, Maputo, Moçambique
Tel.: +258 21 241700 / 800, Cel.: +258 82 3201450 / +258 84 2417000. Fax: +258 21 491480.
Email: reservations@serena.co.mz, www.serenahotels.com/serenapolana
Social Media: [serenapolana](#) [serenapolana](#) Polana Serena Hotel



BUFFET INCLUINDO SUMO, CERVEJA, ESPUMANTE & GIN
BUFFET INCLUDING JUICE, BEER, SPARKLING WINE & GIN

MÚSICA COM DJ RESIDENTE E CONVIDADOS
MUSIC WITH RESIDENT DJ AND GUESTS

FAÇA JÁ A SUA RESERVA! | BOOK NOW!

EMAIL: SALES.POLANA@SERENAHOTELS.COM / +258 21 241 700

Terms & Conditions Apply





Tchapo - Tchapo: O Despertar da Esperança

Numa terra onde os sonhos muitas vezes parecem abafados pela sombra da desesperança, surge um raio de luz. Um jovem, com um coração aparentemente cheio de esperança e uma mente naturalmente repleta de ideias, emerge como candidato à Presidência de Moçambique. Não será, de certeza, uma jornada fácil. Num país onde a pobreza é uma realidade diária e a inveja, muitas vezes, se sobrepõe à solidariedade, o caminho para a mudança é íngreme.

Em shitswa, língua falada no norte da província de Inhambane, Tchapo significa Machado e quando se referem à pressa ou urgência para se realizar uma tarefa dizem “Tchapo-Tchapo”, só para contextualizar o tema.

O partido Frelimo elegeu recentemente o seu candidato para as eleições presidenciais de 9 de Outubro do ano corrente. Foi eleito o Jovem Daniel Francisco Chapo, curiosamente nascido em 1977, isto é, depois da independência de Moçambique.

É de esperar que o jovem candidato não se deixe abater, que compreenda que para transformar uma nação, é necessário mais do que palavras vazias e promessas ocas. Ele deve entender a importância do foco no trabalho árduo e da inteligência no processo de tomada de decisão. Ciente dos desafios que vai enfrentar, ele deve assumir o compromisso de buscar soluções inovadoras e eficazes para os problemas que, fundamentalmente, assolam o seu povo.

O jovem, futuro líder, também deve reconhecer a importância de honrar os mais velhos, os libertadores da independência nacional. Ele deve entender que o respeito pelos que vieram antes é fundamental para construir um futuro melhor. Assim, ele deve se comprometer a ouvir os seus conselhos, aprender com as suas experiências e

honrar o seu legado.

No entanto, o jovem candidato deve estar consciente de que enfrentará interferências dos mais velhos, dos antigos dirigentes que podem ver sua ascensão como uma ameaça ao status quo. Mas ele deve estar determinado a não deixar que isso o impeça a avançar com o seu projecto. Ele deve entender que é possível conciliar tradição e inovação, experiência e juventude, para criar um Governo que verdadeiramente represente todos os moçambicanos. Por isso, é pertinente apostar e acreditar no potencial da juventude para trazer novas ideias, novas energias e uma nova visão para o País. Deve estar comprometido em dar-lhes espaço e oportunidades para se destacarem, para que juntos possam construir um Moçambique mais próspero e justo.

Pelas reacções dos jovens e de outros analistas, o jovem candidato inspira confiança, esperança e renovação em todo o País. Ele aparenta mais do que apenas um líder político, representa o símbolo de esperança, de possibilidade de um futuro melhor.

Portanto, esta eleição constitui um desafio, não somente ao eleito, mas para toda a geração de jovens moçambicanos. Chegou o momento de provar que aqueles que diziam que não se podia entregar o poder aos jovens estavam enganados. Os velhos libertadores devem sentir, através do desempenho deste jovem que o seu sonho começa a realizar-se e que Moçambique está entregue em boas mãos e deixar os jovens dar seguimento ao trabalho iniciado por eles.

Caro Daniel Chapo, estamos sem tempo, Tchapo-Tchapo para despertar a esperança do povo moçambicano e realizar o sonho dos libertadores da Pátria. Parabéns.

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.





CAPA 18

Adaptamos soluções às especificidades dos segmentos de negócio

NEGÓCIOS DE GALA 24

“Negócios de Gala” junta comunidade empresarial

TECNOLOGIAS 32

BCX África lança Cloud Pública Local em Moçambique

MARKETING 34

As revistas e o digital, juntos, formam uma dupla imbatível

IMOBILIÁRIA 36

Arrendamento Residencial

MULHERES NA LIDERANÇA 40

Desafiando limites no mundo corporativo

BOLSA DE VALORES 46

“É oportuno repensar os modelos de desenvolvimento em Moçambique”

POLÍTICA MONETÁRIA 48

Banco de Moçambique lança nova série de notas e moedas do Metical

Taxa de juro reduz de 15,75% para 15%

EMPREENDER 50

Plataforma promove conceito de ‘agronegócio digital’

EMPRESA 54

Amaramba Capital Dealer: Compromisso com a Responsabilidade Social no apoio à obra Dom Orione em Moçambique

CLUBE NEGÓCIOS

Uma vénia à Mulher Moçambicana

POR LINHAS SOLTAS 58

Em Moçambique, as famílias roubam o crédito bancário do sector produtivo?

PANORAMA 60

Daniel Chapo deve resgatar a Pátria

RESPONSABILIDADE SOCIAL 62

Impacto Social

Caridade Tzu Chi um olhar de esperança

DICAS ÚTEIS 68

Usufrua da estimulação mental e mantenha o seu animal de estimação feliz e saudável

NOTA DA EDITORA 72

O poder das conexões

negócios

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

Directora Editorial Helga Nunes
helga.nunes@negocios.co.mz
+258 843099704 +258 825865649

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

Redes Sociais Jelisse 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 CPLP



TVM



CCME



MONTEBELO GIRASSOL



CCM



LAM



Pernod Ricard



ANIECON



POLANA SERENA

Membro Fundador
Associação das Empresas Jornalísticas
Presidente do Conselho Fiscal



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**

Tema:
**“Conteúdo
local vs.
oportunidades
de negócio
para as PME’s”**

CAFE 
negócios

café & debate

Apoio:



Falta de Lei de Conteúdo Local implica consequências negativas

A Lei de Conteúdo Local visa reforçar a capacidade local, transferir conhecimentos e tecnologia para empresas locais e promover a formação técnico-profissional dos moçambicanos na indústria extractiva. A revista “Negócios” reuniu, uma vez mais, vozes autorizadas para debater um tema actual e pertinente que é o “Conteúdo local vs. oportunidades de negócio para as PME’s” no “Café Negócios”.

Para o debate, moderado pelo director geral da revista Negócios, Jaime Langa, estiveram: Denise Cortês Keyser, assessora para África Global Gas Centre Genebra – Suíça; Rosário Gemuce, director executivo da Associação das Pequenas e Médias Empresas de Moçambique (APME); Taufique Langa, director geral e accionista da Afrigrown; Hermenegildo Manjate, director geral da Sologistics e CEO da Solo group; Sérgio dos Céus Nelson, director geral da Elevate, Communications & Technologies; Vicente Manjate, advogado e Vicente Siteo, director executivo da empresa SDO Moçambique.

DENISE CORTÊS KEYSER
assessora para África Global Gas
Centre Genebra (Suíça)

“Devemos priorizar a indústria, a agricultura e o agronegócio, além de agregar valor aos recursos minerais. Não basta apenas extrair e exportar matérias-primas; é imperativo investir na transformação local, alinhando-se ao espírito do Acordo de Comércio Livre Africano que promove a industrialização e a valorização dos recursos internos”.

A questão do conteúdo local é, sem dúvida, de extrema relevância e actualidade, impactando directamente a vida de todos os moçambicanos. Discutir sobre este tema vai além da indústria de petróleo e gás; é um debate que envolve todos os sectores da economia. Moçambique não depende exclusivamente do gás e do petróleo, mas sim de um conjunto diversificado de actividades económicas que sustentam a nação.



É crucial reflectir sobre quanto do dinheiro gerado em Moçambique realmente permanece no País e quanto se perde, anualmente, devido à conjuntura macroeconómica vigente. Embora os incentivos criados para atrair investidores estrangeiros sejam fundamentais, é essencial garantir

que esses investimentos também possam gerar riqueza e prosperidade para Moçambique. No fim, o que realmente importa é a retenção de riqueza no País, que se traduz no verdadeiro conceito de conteúdo local: dinheiro no bolso dos moçambicanos.

Para isso, é importante fomentar a criação de indústrias locais em parceria com sócios moçambicanos, empregando moçambicanos e fornecendo produtos tanto para o mercado interno quanto para o mercado internacional. Um ponto fundamental é a necessidade de transformação do empresariado local, que deve evoluir de um modelo de prestação de serviços para um sector produtivo robusto. Devemos priorizar a indústria, a agricultura e o agronegócio, além de agregar valor aos recursos minerais. Não basta apenas extrair e exportar matérias-primas; é imperativo investir na transformação local, alinhando-se ao espírito do Acordo de Comércio Livre Africano, que promove a industrialização e a valorização dos recursos internos.

Atingir a excelência macroeconómica depende da nossa capacidade de gerar riqueza localmente. Continuar a depender de apoio externo, enquanto estamos sentados sobre uma vasta riqueza, não

beneficiará Moçambique a longo prazo. Devemos celebrar grandes conquistas e focar na exploração plena do nosso vasto potencial.

Somente através de uma estratégia bem delineada e implementada, que priorize a transformação e a retenção de riqueza no país, conseguiremos construir uma economia sólida e autossustentável, capaz de proporcionar prosperidade para todos os moçambicanos.



ROSÁRIO GEMUCE

director executivo da Associação das Pequenas e Médias Empresas de Moçambique (APME)

“Temos verificado a ausência de perfil por parte do pequeno e médio empresário, por exemplo, quando uma multinacional oferece uma oportunidade de negócio, é lançado o concurso para o fornecimento de vassouras à comunidade, um dos pré-requisitos é que o currículo deve ser submetido em inglês, sendo que a língua oficial em Moçambique é o português, este empresário pode não conseguir apresentar este pré-requisito”.

O assunto do conteúdo local não é um tema acabado por vários motivos que todos nós sabemos e vivemos a nível do nosso País. Ainda está a decorrer o debate para a elaboração da Lei do Conteúdo Local, que será aprovada pela Assembleia da República. Foi criada a Associação do Conteúdo Local e nós, como APME, estamos envolvidos e somos membros da Associação do Conteúdo Local.

Por conseguinte, temos participado de forma directa dando seguimento àquela que é a nossa opinião e colhendo aquela que é a voz do empresário, sobretudo dos micro, pequenos e médio empresários, e temos sido o interlocutor das preocupações dos empresários junto da Associação do Conteúdo Local, sobretudo quando se trata de submissão ou contratação de trabalhos que requerem a mão-de-obra ou serviços do conteúdo local.

Temos verificado a ausência de perfil por parte do pequeno e médio empresário, por exemplo, quando uma multinacional oferece uma oportunidade de negócio, é lançado o concurso para o fornecimento de vassouras à comunidade, um dos pré-requisitos é que o currículo deve ser submetido em inglês, sendo que a língua oficial em Moçambique é o português, este empresário pode não conseguir apresentar este pré-requisito.

Por outro lado, existe um desafio que cabe a nós como empresários de nos organizarmos, porque uma vez organizados teremos a capacidade de responder em coro, para inverter aquilo que são os pré-requisitos, criando parcerias com um empresário ou uma entidade que tenha o perfil exigido pelos megaprojectos para poderem concorrer para uma determinada oportunidade de negócio.

TAUFIQUE LANGA

director geral e accionista da Afrigrown

“A falta de uma lei de conteúdo local em Moçambique pode trazer várias consequências negativas para as pequenas e médias empresas (PME)”.



O tema é pertinente, mas não existe conteúdo local em Moçambique, infelizmente é algo que não real. O que é que seria o conteúdo local? É privilegiar as empresas moçambicanas, realmente as empresas 100 por cento moçambicanas, ou com maior parte de cotas moçambicanas, e dar preferência ao empresariado moçambicano, mas não é o que acontece, não existe preferência para o empresariado moçambicano, e está longe

de acontecer.

As grandes empresas quando vêm, já vêm com opções próprias, e o Governo moçambicano permite, vem ditar regras em casa. Era suposto pôr-se o conteúdo local em prática, ter realmente um conteúdo local que é para desenvolver a economia local, desenvolver o empresariado local, desenvolver toda a conjuntura e infraestruturas locais.

A falta de uma lei de conteúdo local em Moçambique pode trazer várias consequências negativas para as pequenas e médias empresas (PME). Aqui estão alguns dos danos potenciais:

1. Competição Desigual: sem uma lei de conteúdo local, as PME locais podem enfrentar concorrência desleal de empresas estrangeiras que têm mais recursos e experiência. Isso pode dificultar a entrada e a sobrevivência das PME no mercado.

2. Perda de Oportunidades de Negócio: grandes projectos, especialmente no sector de recursos naturais, podem preferir contratar fornecedores e prestadores de serviços estrangeiros, privando as PME locais de oportunidades de crescimento e desenvolvimento.

3. Fuga de Capital: a ausência de uma exigência de conteúdo local pode resultar numa maior fuga de capital, uma vez que mais dinheiro é

gasto em bens e serviços importados. Isso reduz o impacto económico positivo que esses projectos poderiam ter na economia local.

4. Desenvolvimento Tecnológico Limitado:

As PME locais perdem oportunidades de adquirir novas tecnologias e conhecimentos através de parcerias e contratos com grandes empresas. Isso pode limitar a sua capacidade de inovar e melhorar as suas operações.

5. Empregabilidade: Sem uma lei de conteúdo local, as PME podem não ser capazes de competir por contratos que permitiriam a criação de



empregos locais. Isso pode contribuir para taxas mais altas de desemprego e subemprego.

HERMENEGILDO MANJATE
director geral da Sologistics
e CEO da Solo group

“Eu penso que, sendo a questão do conteúdo local algo para o desenvolvimento do País, para a industrialização do País, o Governo tem que ter um papel chave nesse processo”.

Penso que o Governo deve ser o principal interveniente no sentido de incentivar o sector

privado e as PME prepararem-se para os mega e grandes projectos. O que sinto é que há um total desleixo por parte do Governo no sentido de criar um departamento próprio que possa ajudar essas pequenas e médias empresas a prepararem-se.

Temos, por exemplo, projectos no Vale do Zambeze em que existem fundos e doações para incentivar o investimento de projectos nessas zonas. Entretanto, o que acontece é que aqueles são empresários de zonas rurais e não têm acesso à informação, não têm acesso a contactos pelos quais possam perceber como funciona essa coisa de conteúdo local, como é que pode encontrar parceiros para adicionar valor e criar capacidade para que possam fornecer serviços a esses megaprojetos.

Eu penso que, sendo a questão do conteúdo local algo para o desenvolvimento do País, para a industrialização do País, o Governo tem que ter um papel chave nesse processo.

Portanto, deixo esta mensagem ao Governo para que se posicione como o dinamizador da economia e use do sector privado para desenvolver este País, pois o papel do Governo é governar e não gerir indústrias. Que se concentre na governação do País e ajude os empresários a criar mecanismos para desenvolver o País economicamente.

Esta questão do conteúdo local é um assunto que já vem sendo discutido há muitos anos e não vai ser em 30 minutos ou 1 hora que vamos extravasar e falar tudo concernente a isso.

Se calhar ia deixar uma mensagem para os que estão à frente das leis do conteúdo local, no sentido de fazerem uma tradução literal dessas leis, de modo a que qualquer empresário médio ou grande possa perceber o que é isso de conteúdo local, quais são os benefícios e os condicionamentos. Portanto, devem pegar nessas leis e tentar sintetizar que todos percebamos o que é isso de conteúdo local.

SÉRGIO DOS CÉUS NELSON
director geral da Elevate,
Communications & Technologies, Lda.

“Se nós continuarmos com uma ideia de que para grandes projectos



temos que trazer (importar) os que conseguem deixar na mesa uma mala de dinheiro, dificilmente teremos PME valorizadas no País. O que estou a dizer é, as pequenas e médias empresas são sobejamente desvalorizadas no nosso contexto, são desvalorizadas

porque há falta de políticas, porque esta lei do conteúdo local, ela não será prática, não será fiável, enquanto, primeiro, nós não explicarmos ao pé da letra o que é o conteúdo local e como é que devemos garantir que as empresas locais saiam por cima em detrimento das empresas estrangeiras”.

Permita-me antes parabenizar a revista Negócios por estes anos que nos tem inspirado e desafiado a melhor compreender as dinâmicas do tabuleiro de negócios, no País, em particular. É, certamente, uma revista que se destaca pela sua singularidade no que tem que ver com o suporte às PME, dando voz a jovens empreendedores como eu.

O tema sugerido para este Café de Negócios (Conteúdo local) mostra-se de crucial relevância, numa altura em que as PME, em particular, continuam enfrentando enormes desafios para se estabelecer, estender suas carteiras de clientes, aceder aos financiamentos da banca, assim como ombrear as grandes multinacionais que têm sido as mais privilegiadas no doing business.



Recordo-me que a Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA) no passado disse que a indústria extractiva em particular depende muito de recursos externos, não necessariamente de fundos locais, o que de certa forma nos desafia a ver até que ponto este debate sobre conteúdo local será exequível nos próximos tempos.

A pergunta que a mim preocupa é saber se é mesmo relevante debatermos sobre as políticas viradas para o conteúdo local, numa altura em que boa parte dos jovens empreendedores (e não só) pouco sabem sobre as directrizes das leis que regulam os aspectos inerentes a esta ideia dos conteúdos locais. Ou melhor, a quem estas leis favorecem - deveria ser uma das nossas preocupações. Quais os critérios usados, se no contexto actual vemos que beneficiam mais os que conseguem falar a linguagem política e das influências. Nós, os jovens empresários, ainda continuamos isolados das grandes oportunidades de negócios no País.

Se continuarmos com uma ideia de que para grandes projectos temos que trazer (importar) os que conseguem deixar na mesa uma mala de dinheiro, dificilmente teremos PME valorizadas no País. O que estou a dizer é, as pequenas e médias

empresas são sobejamente desvalorizadas no nosso contexto, são desvalorizadas porque há falta de políticas, porque esta lei do conteúdo local, ela não será prática, não será fiável, enquanto, primeiro, nós não explicarmos ao pé da letra o que é o conteúdo local e como é que devemos garantir que as empresas locais saiam por cima em detrimento das empresas estrangeiras.

O que estamos a dizer é que as multinacionais, na verdade, é que saem a ganhar nestas coisas todas de conteúdo local. E, nós, as pequenas e médias empresas, não conseguimos porque há um jogo político. Enquanto não tiver influências suficientes para “furar” os caminhos necessários, dificilmente vão recomendar ou abrir oportunidades para a sua empresa. É complicado pedir altas somas a uma nova PME para que ela possa ganhar um concurso ou fazer parte da plataforma séria e consolidada de negócios.

Dificilmente teremos uma política sobre conteúdo local séria, exequível ou fiável, se houver elevados índices de corrupção na contratação de empresas para grandes projectos.

Importa valorizar os grandes avanços implementados pelo Governo, para que as PME possam prosperar, mas acredito que precisamos continuar a facilitar os processos de abertura de



empresa, fortificação das pequenas empresas e acima de tudo olhar para as PME como um garante para a redução do desemprego no País.

VICENTE MANJATE
advogado

“Mas também há bens e serviços que são necessários na cadeia de valor dos megaprojectos em cada um dos sectores, principalmente o da Indústria extractiva. É importante que cada uma das PME veja em que fase daquela cadeia de produção e de fornecimento pode aproveitar essa oportunidade”.

Penso que este tema é bastante relevante e tem estado a ser debatido há bastante tempo, principalmente porque permite proporcionar oportunidades para as pequenas e médias empresas, isso é bastante relevante porque vai também contribuir para o aumento de emprego para a nossa população.

Entretanto é importante que mais do que a componente Legislativa através da lei do petróleo da lei dos Mega projetos, já existem algumas normas sobre a matéria e por essa via seja criado um ambiente propício através de incentivos para a

capacitação destas pequenas e médias empresas, de modo a que possam aproveitar da melhor forma as oportunidades que este mercado dos megaprojetos cria.

São vários componentes, desde a formação profissional, pois é necessário que a mão-de-obra seja qualificada e quem qualifica essa mão-de-obra são entidades que devem estar vocacionadas para esse fim. Mas também há bens e serviços que são necessários na cadeia de valor dos megaprojetos em cada um dos sectores, principalmente o da Indústria extractiva. É importante que cada uma das PME veja em que fase daquela cadeia de produção e de fornecimento pode aproveitar essa oportunidade.

É, no fundo, a componente prática que deve ser incentivada, mais do que a aprovação do quadro legal até porque já existe em termos genéricos. Já existem normas que poderão contribuir para o fortalecimento deste sector. Mas também é importante que as pequenas oportunidades que já estão previstas nesta legislação sejam efectivamente aproveitadas.

Um balanço sobre o que já foi feito nesta componente seria muito importante na prática para ver até que ponto é que as PME ainda precisam de ser capacitadas, em que aspectos, o que é que já foi aproveitado e potenciar.

VICENTE SITOE
director executivo da empresa
SDO Moçambique

“Mas é preciso também reconhecer que actualmente a maior parte das empresas moçambicanas não está preparada, é verdade que há vários projectos de incubadoras, de aceleração negócios, mas nós moçambicanos é que temos que assumir a responsabilidade de tornar as nossas empresas cada vez mais profissionais, mais transparentes, mais em compliance com qualquer que seja a lei para cada um dos sectores em que actuamos”.

A minha primeira opinião tem a ver com a



necessidade de se levantar um debate nacional para encontrarmos a correcta definição de conteúdo local e, mais do que isso, o que é uma empresa moçambicana, para a partir daí sabermos criar em termos de lei e contribuirmos para a criação dessa lei.

Porque nós não somos legisladores mas contribuimos com sugestões sobre quais seriam os mecanismos, primeiro para essas empresas de conteúdo local crescerem, seja por certificações nacionais ou internacionais, por qualificação dos

seus quadros e depois como é que essas empresas podem capitalizar as oportunidades da indústria de gás no País, isso olhando para essa indústria, mas sabemos nós que esta indústria é vasta e não é servir só os megaprojectos mas também é possível servir aqueles que servem os megaprojectos.

Mas é preciso também reconhecer que actualmente a maior parte das empresas moçambicanas não está preparada, é verdade que há vários projectos de incubadoras, de aceleração negócios, mas nós moçambicanos é que temos que assumir a responsabilidade de tornar as nossas empresas cada vez mais profissionais, mais transparentes, mais em compliance com qualquer que seja a lei para cada um dos sectores em que actuamos.

Já estou a entrar no segundo desafio que eu lanço, é que nós empresas moçambicanas olhe-mos internamente para nós próprias e vejamos que melhorias precisamos de fazer, assumindo que não estamos todos à altura de cumprir algumas das exigências dos grandes potenciais clientes.

Talvez sozinhos não consigamos, daí haver a necessidade de criarmos joint ventures, seja com outras empresas que estejam no País ou com algumas que estejam fora. Este já seria o segundo desafio que lanço para o debate. 

FIDELIDADE ¹impar

SEGUROS DESDE 1808 · ÍMPARES DESDE 1992

MENOS IMPREVISTOS MAIS SEGUROS

**ACIDENTES
DE TRABALHO**

Protecção para si e para os seus colaboradores.
O seguro de Acidentes de Trabalho é obrigatório.

fidelidadeimpar.co.mz     84 320 7925

Esta informação não dispensa a consulta da informação contratual e pré-contratual legalmente exigida.
Exclusões: As coberturas associadas ao Seguro de Acidentes de Trabalho não estão isentas de exclusões, significando que as mesmas coberturas não são conferidas em todas as circunstâncias.

Fidelidade Moçambique - Companhia de Seguros, S.A.
NÚIT: 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
2023



Great Place
To Work
2023



Adaptamos soluções às especificidades dos segmentos de negócio

Servindo mais de 37 milhões de clientes em 20 países africanos e 4 mercados internacionais, o UBA é a principal instituição financeira pan-africana que alcançou uma posição de relevância e importância ao longo de 75 anos. A revista Negócios procurou ouvir o seu CEO, Rotimi Morohunfola, para entender o perfil do seu negócio em Moçambique.

Jaime Langa (texto) . Dino Valeta (fotos)

O UBA tem 75 anos de operações bancárias em África e iniciou a sua actividade em Moçambique em 2010. Fale-nos um pouco sobre este banco que se considera um dos maiores bancos africanos.

O UBA - United Bank for Africa Mozambique é actualmente a principal instituição financeira pan-africana que alcançou uma posição de relevância e importância ao longo destes 75 anos. O impacto do banco é sentido em todo o mercado africano e global, servindo mais de 37 milhões de clientes em 20 países africanos e 4 mercados internacionais — Nova Iorque, Londres, Paris e Emirados Árabes Unidos.

Estamos focados no desenvolvimento de África, ligando pessoas e empresas através de

soluções financeiras para pessoas singulares e colectivas, pagamentos e remessas transfronteiriças, financiamento do comércio e serviços bancários auxiliares, garantindo a sua eficiência e especialização numa rede global que facilita o intercâmbio internacional.

Em Moçambique, surgimos em 2010 com uma compreensão profunda e sensível das necessidades, exigências e desafios enfrentados pelos diferentes segmentos da sociedade moçambicana, razão pela qual disponibilizamos uma variedade de soluções financeiras acessíveis e inovadoras, e personalizadas para os clientes. A inovação impulsionada pela tecnologia é um factor chave da nossa abordagem aos mercados. Estamos numa era dinâmica onde as coisas mudam rapidamente e daí a necessidade de inovar para garantir



Rotimi Morohunfola, CEO de United Bank for Africa Mozambique



“ Um aspecto importante da nossa história de sucesso é a abordagem das relações com os clientes. Abordamos o nosso compromisso do ponto de vista da parceria, de relações duradouras e não transaccionais.

uma relevância contínua. Como resultado, apesar dos 75 anos de herança e experiência, o UBA continua a ser um banco muito contemporâneo e relevante no panorama actual dos serviços financeiros a nível global. Como instituição, elevamos o serviço ao cliente, bem como a experiência, aos mais altos níveis nas nossas actividades diárias. Sabemos que os produtos e serviços podem ser semelhantes e, por vezes, genéricos, mas o que diferencia é a forma como são prestados. Um aspecto importante da nossa história de sucesso é a abordagem das relações com os clientes. Abordamos o nosso compromisso do ponto de vista da parceria, de relações duradouras e não transaccionais. Isto tem funcionado bem para nós, enquanto banco, na construção de uma base leal de parceiros com os quais garantimos que vêm

o UBA como um balcão único para todas as suas necessidades de serviços financeiros.

Assinou recentemente um acordo com o CTA com vista a promover a actividade produtiva no sector privado para o ano de 2024. Qual é o objectivo específico deste acordo e como avalia o seu desempenho?

O objectivo específico do acordo é apoiar o desenvolvimento das Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPME) em Moçambique, não apenas para 2024, mas durante um período de tempo, a partir de 2024. Este objectivo visa essencialmente a prestação de serviços financeiros, o financiamento e o financiamento de PME elegíveis, actividades promocionais, parcerias no domínio do reforço das capacidades e da literacia financeira,

entre outros. Acreditamos firmemente que este segmento de mercado pode ser um factor de mudança para a nossa economia, considerando o grande número de empresas nesta categoria e a forte contribuição potencial para o Produto Interno Bruto (PIB) de Moçambique. Como banco focado no desenvolvimento de África pelos Africanos, reconhecemos a necessidade de capacitar este segmento de negócio tão importante. Estamos também em colaboração com instituições e parceiros que partilham esta visão. É uma jornada, mas o resultado potencial é significativo.

Quais são os produtos específicos de que as MPME podem beneficiar do UBA, ao abrigo deste acordo?

Este memorando visa apoiar as MPME no seu conjunto, mas com algum enfoque nos intervenientes que operam nos sectores da agro-transformação, automóvel, farmacêutico, transportes e logística. Acredita-se que estes sectores têm um efeito multiplicador mais amplo na economia como um todo. A oferta de produtos inclui; Financiamento de activos para apoiar a aquisição de activos operacionais para utilização directa pela empresa; Financiamento do fundo de maneo para apoiar as despesas operacionais das empresas e colmatar lacunas no fluxo de caixa.

Para além dos empréstimos, estamos também abertos a serviços de consultoria financeira, que serão prestados gratuitamente como contributo para as melhorias necessárias ao acesso das PME ao financiamento. Obviamente, o programa de empréstimos tem termos e condições concessionais para apoiar ainda mais o acesso ao financiamento.

É sabido que um dos maiores problemas do nosso sistema financeiro é o custo do financiamento. O que é que o UBA fez para atenuar o elevado nível das taxas de juro de uma forma sustentável?

De facto, o custo do financiamento é um grande desafio para a maioria dos mutuários em todos os mercados. A nossa abordagem ao negócio é do ponto de vista das parcerias e com uma visão a longo prazo. Consequentemente, esforçamo-nos deliberadamente por ter taxas de

empréstimo que não sejam agressivas e que o fluxo de caixa das empresas que apoiamos possa acomodar convenientemente e de forma sustentável, utilizando a sua expressão.

O apoio à actividade produtiva passa necessariamente pelo financiamento do investimento. Quais são os modelos de crédito criados para viabilizar esse produto?

A nossa abordagem consiste em adaptar as soluções às especificidades de um segmento de negócio ou sector. Desta forma, conseguimos conceber Programas de Produtos que se enquadram nas necessidades dos mutuários dessa área. Isto ajuda a facilitar a análise, a avaliação e a tomada de decisões para processos rápidos.

Uma MPME, pela sua natureza, não dispõe geralmente de garantias reais para hipotecas, mas pode ter um projecto bem estudado com indicadores de viabilidade demonstrados. Será isto suficiente para obter financiamento para o investimento?

O principal critério é avaliar a capacidade de desenvolver a actividade, gerar o fluxo de caixa necessário que, em última análise, ajuda a manter a empresa em funcionamento e a cumprir as obrigações, incluindo o reembolso do empréstimo bancário. Por isso, a experiência é muito importante. Sim, há sempre a necessidade de ter uma fonte alternativa de reembolso e é aí que entra a inovação. Neste caso, o UBA tem várias formas de abordar as alternativas.

Quais são as soluções estratégicas que as MPME podem adoptar para beneficiar do financiamento do investimento sem garantias hipotecárias?

Como já foi referido, quando existe uma visibilidade clara da fonte de reembolso e a capacidade das MPME está bem estabelecida, a conversa deixa de ser sobre garantias hipotecárias e passa a ser sobre a estrutura dos empréstimos.

Como está a evoluir o processo de expansão do banco no país?

Estamos actualmente representados nas três regiões do país: Norte, Centro e Sul, e o processo de expansão do UBA em Moçambique visa



“ Obviamente, utilizamos os nossos 75 anos de experiência nos principais mercados financeiros bem como a nossa presença internacional para continuar a operar de acordo com as melhores práticas globais.”

garantir o alinhamento com os objectivos de inclusão financeira do Banco de Moçambique. Estamos a implementar vários pontos de contacto, não nos restringindo apenas a balcões físicos, bem como a criar parcerias que garantam que os nossos serviços e produtos possam estar acessíveis a um segmento mais alargado da população moçambicana.

O UBA foi premiado pela Global Finance Magazine como o Melhor Banco de PMEs em Moçambique, como define este prémio?

Esta distinção na arena internacional deve-se inteiramente aos nossos clientes que, mais do que acreditar, se juntaram à nossa tribo nesta missão de desenvolver o nosso continente. Parte dos resultados crescentes destas parcerias reflectiram-se em 2023, fruto do apoio das micro, pequenas e médias empresas. Por detrás deste grande prémio, estão excelentes colaboradores e empreendedores que são essenciais para um crescimento económico sustentável. O prémio não reflecte apenas o volume de transacções,

mas também o impacto social e económico na vida destes empreendedores, factor conseguido através do Maior Programa de Empreendedorismo de África, que apoia vários empreendedores moçambicanos.

Qual é a vantagem competitiva do UBA no mercado? O que faz com que um cliente escolha o UBA?

Em termos simples - “Experiência do Cliente”. Acreditamos firmemente que a capacidade de ter os nossos clientes a repetir negócios connosco através de uma experiência anterior agradável é, em última análise, uma vantagem competitiva a longo prazo. Isto aplica-se a todos os produtos e serviços que oferecemos, tais como o comércio, a banca de transacções, a gestão de tesouraria, a tesouraria, os empréstimos, etc... Obviamente, utilizamos os nossos 75 anos de experiência nos principais mercados financeiros bem como a nossa presença internacional para continuar a operar de acordo com as melhores práticas globais.” 



Nova Amarok

Premiada como a Melhor pick-up
Sul Africana de 2024.



Preço de lançamento desde:

3.295.000 MZN

Imagem meramente ilustrativa.



SPONSORED BY



OLD MUTUAL
INSURE



Caetano

Av. Angola n° 2290, Maputo | +258 84 129 0350
info@caetano.co.mz



Homenagem às personalidades que fizeram as capas da revista Negócios

“Negócios de Gala” junta comunidade empresarial

A revista Negócios organizou, a 23 de Abril, a sua 1.ª Gala intitulada “Negócios de Gala”, evento realizado no âmbito da celebração do seu oitavo aniversário. O evento, que decorreu no Hotel Polana, serviu para o reconhecimento público de várias individualidades do mundo empresarial em diversas categorias, destacando as suas conquistas, inovações e contribuições para o mercado.



Revista Negócios e Caetano reforçam parceria

Durante a Gala, a Revista Negócios, representada pelo director-geral, Jaime Langa, e a Caetano, representada por Luis Martins assinaram um memorando de entendimento, com o objectivo de reforçar a parceria. O acordo tem como objectivo, fazer chegar a Revista Negócios, mais longe através das viaturas da Caetano, e alavancar os negócios da Caetano através da revista.



Jaime Langa, director geral da revista Negócios



Jaime Langa e Jelissa Abdula, primeira directora da revista, no corte de bolo do 8º aniversário da revista



**MANUEL GAMITO
– PCA DA FIDELIDADE
IMPAR**

“A revista Negócios é uma marca que ficou em Moçambique, é uma marca que assenta uma linha editorial de promoção, de contactos, informação e de conhecimentos para o mercado moçambicano, para a economia moçambicana”.



**LUCAS CHACHINE – PCA DA
VODACOM**

“A revista Negócios tem sido um espaço de destaque na promoção das empresas. Penso que é um espaço que vem complementar aquilo que são iniciativas do sector privado, que é realmente haver interacção, e caminharmos todos nestes desafios que abraçamos que é desenvolver o país”.



**DR. FILIPE SITORI
– ADVOGADO**

“Primeiro, estão de parabéns por uma ideia inovadora, dinâmica, criativa e resiliente, porque há muitas revistas que surgiram antes que estão falidas. Esta, não só cresceu e sobreviveu, como marcou e marca no mercado, talvez pelo seu toque único de criar iniciativas que os empresários apoiam”.



Homenagem aos colunistas que os últimos oito anos da revista



SÉRGIO BRAZ - BRAZ E ASSOCIADOS

É uma revista muito importante, porque tem um tema específico que é a área dos negócios, e para empresas como a Braz e Associados, que estão no ramo dos negócios, é sempre bom ter parcerias desta natureza porque permite que aquilo que fazemos no dia a dia chegue a mais pessoas, empresas e pelo mundo fora, de tal maneira que depois sentimos o retorno quando entramos em contacto com outras empresas ou novas empresas, porque as pessoas já conhecem a empresa Braz Associados e seus serviços”.



JOSÉ CASTILHO – BOLL

Somos parceiros da revista desde o segundo ano do seu nascimento. Muito embora, antes de ser revista Negócios já tenha sido jornal Negócios, e já tinha sido um projecto empresarial na internet, que nós apoiamos desde sempre. Lembro-me de termos sentado com o Jaime Langa num café da cidade e discutido o projecto que achei excelente. Dois anos depois ele procurou-nos e propôs parceria e temos vindo desde então a colaborar com uma rubrica que é 'Imobiliária', sempre com uma boa receptibilidade por parte da revista Negócios com o cumprimento rigoroso de tudo que por nós é lhes passado, impecável!

É uma parceria com muito sabor ao êxito, quer da Negócios quer da Broll e tem nos proporcionado a capacidade de sermos consistentes na nossa mensagem através destas duas páginas que normalmente escrevemos na revista Negócios.



CESAR MUIANGA - HELP MULTISERVICE

Antes de mais, devo dizer que a revista Negócios é uma publicação incontornável no contexto empresarial nacional e grande parte das empresas ou empresários promovem-se através desta revista. A Help também é parte deste projecto maravilhoso que o Jaime Langa criou há oito anos. Então, quero endereçar os meus parabéns a ele em particular, mas também a toda a equipa que o acompanha pelo magnífico trabalho que tem vindo a realizar.

A Help é também uma empresa dinâmica e tem novos produtos e serviços que quer, de alguma forma, promover e vemos na revista Negócios um veículo de maior impacto de tudo quanto nós desejamos comunicar ao mercado.

A homenagem que tivemos hoje por parte da Revista Negócios representa para nós um enorme orgulho e faremos dela um trampolim para atingir outros níveis.



negócios de GALA 2024



Reconhecimento público aos parceiros da revista Negócios



GABRIEL MUTHISSE, EX-MINISTRO

Para mim, que assisti ao nascimento da revista Negócios, desde a primeira edição, esperava que a revista chegasse a este nível, mas o seu desenvolvimento me surpreendeu, pelo seu crescimento, pela sua diversidade, e pelos tipos de produtos que gerou. Está de parabéns a revista Negócios.



ANDERSON MBUNRUGU – DIRECTOR GERAL DO POLANA SERENA HOTEL

A revista Negócios está de parabéns pelos oito anos de existência, esperamos que continuem a fazer este trabalho excepcional que tem vindo a fazer, somos parceiros há longa data e vamos continuar caminhando juntos, apoiando os vossos negócios.



JELISSA ABDULA – DIRECTORA GERAL DA GENUINE SERVICES (PRIMEIRA EDITORA DA REVISTA NEGÓCIOS)

Hoje vai uma palavra muito especial ao Jaime Langa, pela coragem, persistência e tenacidade que ele tem, isso é característico dele e eu espero que ele leve isso com ele ao longo da vida, pois tenho a certeza absoluta que a caminhada dele vai ser brindada com muito sucesso.

Estão de parabéns pelo evento lindíssimo, eu não estava à espera de ser confrontada por esta atmosfera tão bonita, mas, mais do que isso, com toda a ocupação que as pessoas têm, acederam em massa a esta comemoração, e isto é um sinal de que a revista é realmente abraçada por todos.





Luis Magaço Junior falou sobre o contexto económico do país e o ambiente de negócios



ROMEUA RODRIGUES – DIRECTOR GERAL DA ENTREPOSTO AUTO

É um evento interessante onde estão reunidos os melhores actores do círculo empresarial de Moçambique, do bom que se faz em Moçambique. É bom ter eventos como este para envolver as pessoas todas e trocar impressões e criar laços que serão obviamente trazidos para o negócio e conseguir-se fazer coisas interessantes.

A revista Negócios é uma publicação interessante que fala da actualidade económica e empresarial de Moçambique, falando das empresas e dos negócios que se fazem e espero que continue por mais tempo. A Entreponto ainda não é parceira da revista Negócios, mas vamos trabalhar no futuro seguramente. 



SEGURO DE AUTOMÓVEL

DANOS PRÓPRIOS

Garante a Indemnização
dos danos causados ao veícu-
lo seguro.



www.emose.co.mz

O que cobre?

- ✔ Choque, Colisão e Capotamento;
- ✔ Furto ou Roubo;
- ✔ Incêndio, Raio ou Explosão;
- ✔ Quebra Isolada de Vidros;
- ✔ Roubo Isolado de Acessórios;
- ✔ Viatura de Cortesia e Reboque;
- ✔ Guerras, Tumultos ou Comoções Civas;
- ✔ Forças da Natureza.





TECNOLOGIAS

BCX África lança Cloud Pública Local em Moçambique

A oferta de ALP Cloud, impulsionada pela tecnologia da Alibaba Cloud, introduz serviços de computação em Cloud de primeira linha, que vão contribuir para a melhoria do ambiente de negócios.

Feliz Mangane (Texto)

A BCX Moçambique, empresa especializada no desenvolvimento e apoio à transformação digital, procedeu, durante a 11.ª edição do Moztech, ao lançamento dos seus serviços avançados de Cloud Pública Local de África (ALP).

Falando no acto do lançamento da plataforma, Jonas Bogoshi, director executivo da BCX, empresa que opera em Moçambique desde 2005, disse: “A colaboração entre a Alibaba Cloud e a BCX permite trazer as recentes tecnologias

através de uma empresa local que compreende as complexidades das empresas que operam no continente africano”, disse Jonas Bogoshi.

Por seu turno, Eric Wan, gestor da Alibaba Cloud para o Médio Oriente, Turquia e África, ressaltou o compromisso em fornecer tecnologias de ponta para impulsionar a inovação e o crescimento dos negócios na região.

“Estamos comprometidos em crescer junto com o nosso parceiro BCX e fornecer-lhes as tecnologias de ponta para permitir que eles inovem e façam crescer os seus negócios em África. Com

a expertise local da BCX e a experiência tecnológica global da Alibaba Cloud, queremos construir um ecossistema local próspero para capacitar as empresas a beneficiarem da transformação digital”, disse Eric Wan, gestor da Alibaba Cloud para o Médio Oriente, Turquia e África.

A BCX destaca-se ao dar prioridade à abordagem local, instalando a sua Cloud Pública Local de África em Maputo. A oferta inclui a facturação em moeda local, garantindo previsibilidade de custos para as empresas africanas.

AVANÇO SIGNIFICATIVO NO MERCADO AFRICANO DE COMPUTAÇÃO EM CLOUD

A oferta da ALP Cloud representa um avanço significativo no mercado africano de computação em cloud, capacitando a força de trabalho local para os desafios futuros.

Durante o lançamento da plataforma, a BCX assinou um memorando de entendimento com a Universidade São Tomás de Moçambique (USTM), que vai permitir que haja troca de serviços entre as duas instituições.

A USTM integrará certificações da Alibaba Cloud no seu currículo de Ciências da Computação, oferecendo aos seus alunos acesso a cursos online da Alibaba Cloud Academy para aprimorar a experiência académica e preparar os alunos para o dinâmico cenário tecnológico.

A incorporação dessas certificações na qualificação é um movimento estratégico para equipar os graduados com habilidades e credenciais demandadas pela indústria, aumentando assim as suas perspectivas de empregabilidade. 

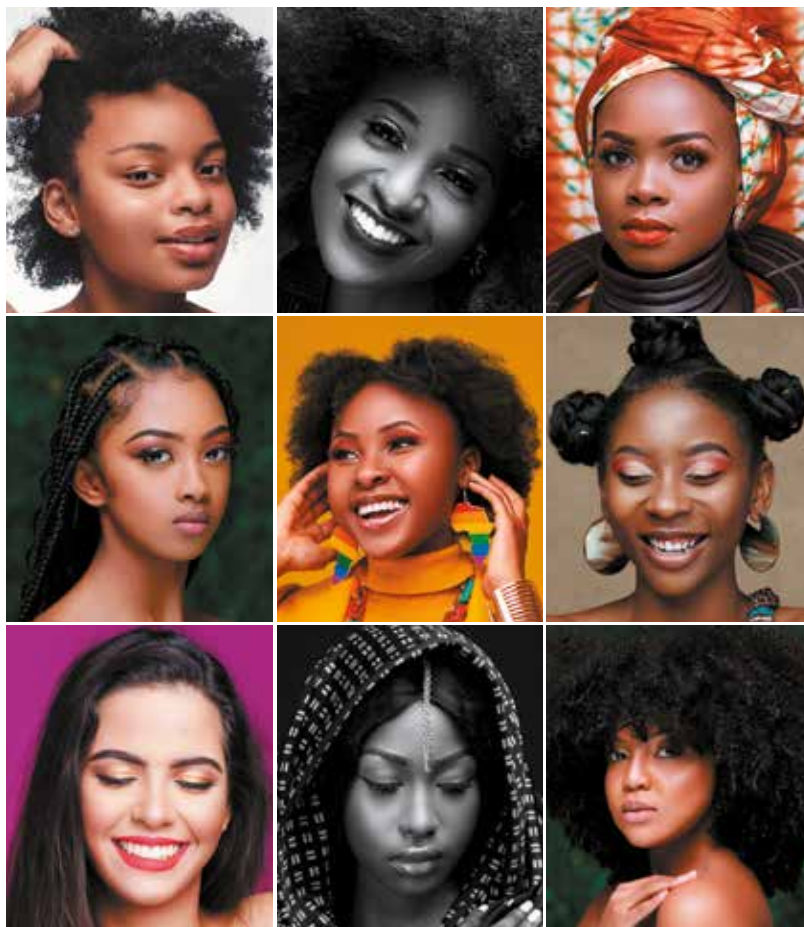
**Publicite com
Qualidade,
Publicite com
Dino Valeta**

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

Instagram: @dinovalleta

E-mail: valetaj69@gmail.com

Dino Valeta





Joana Prista
Fundadora da agência IKIGAI

As revistas e o digital, juntos, formam uma dupla imbatível

No mundo moderno, onde a tecnologia domina, o marketing e a publicidade ainda encontram um aliado poderoso nas revistas. Parece surpreendente? Vamos descobrir porquê.

MATCH PERFEITO (ALCANCE SEGMENTADO)

Imagine encontrar o par ideal num aplicativo de namoro. Assim é com as revistas. Cada publicação tem o seu público-alvo, como moda para fashionistas ou negócios para empreendedores.

SELO DE QUALIDADE (CREDIBILIDADE E CONFIANÇA)

Não há nada como a confiança que uma revista renomada transmite. É como um selo de aprovação, tornando os leitores mais propensos a acreditar na mensagem.

RELAÇÃO DURADOURA (TEMPO DE VIDA ÚTIL)

Diferente de um anúncio online que desaparece num clique, os anúncios em revistas têm uma vida longa. As pessoas guardam revistas, releem-nas, permitindo que um anúncio seja visto várias vezes. É como uma relação duradoura com o leitor!

CONEXÃO PROFUNDA (ENGAJAMENTO DO LEITOR)

Num mundo cada vez mais digital, o toque, ao folhear uma revista, envolve, torna o objecto parte de nós (neste caso – a revista). Essa conexão pessoal é um bónus que os media impressos oferecem.

DYNAMIC DUO (COMPLEMENTO ÀS MÍDIAS DIGITAIS)

As revistas e o digital, juntos, formam uma dupla imbatível. Campanhas integradas, que combinam o melhor dos dois mundos, amplificam o alcance e a mensagem.

REVISTAS - UMA ANALOGIA AOS NOSSOS AVÓS

Pense nas revistas como nossos avós.

Os avós contam histórias que nos inspiram e nos ensinam, as revistas partilham conteúdo cuidadosamente curado. Os avós oferecem uma pausa do ritmo “caótico” da vida moderna. E tal como os conselhos dos avós, as revistas carregam peso e confiança a cada palavra.

Como fundadora de uma agência (a IKIGAI), recomendo estrategicamente às marcas, com as quais temos o prazer de trabalhar, este meio que continua a ser um canal relevante para o marketing e a publicidade. 

“Diferente de um anúncio online que desaparece num clique, os anúncios em revistas têm uma vida longa. As pessoas guardam revistas, releem-nas, permitindo que um anúncio seja visto várias vezes. É como uma relação duradoura com o leitor!”

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



Arrendamento Residencial

Quem já há alguns anos acompanha a Broll em Moçambique, e conhece a nossa actuação no mercado Imobiliário, sabe que, como empresa de serviços imobiliários, o nosso foco é na Gestão de Propriedades e Transacções, essencialmente vocacionadas para o imobiliário comercial. Também por sermos intermediários de transacções imobiliárias corporativas. Essa é a nossa vocação e a nossa experiência de quase 50 anos de actuação no Mercado Africano com presença física em mais 12 países.

Mantemo-nos atentos à evolução do sector Imobiliário em todos os locais onde actuamos, e em Maputo, a grande transformação vem ocorrendo no sector Residencial. Também aqui nos especializámos, apostando na criação de serviços, com maior foco nesta realidade corrente. A especialização dos nossos serviços obriga-nos à actualização constante do nosso conhecimento sobre o sector e sobre as práticas e desafios que se vão consolidando internacionalmente. Neste espaço da revista Negócios, partilhamos regularmente a nossa experiência, conclusões, advertências e opiniões.

O tema do momento, muito apropriado a este sector de mercado, em crescimento em Maputo, é o do arrendamento residencial. Pela via da nossa cultura e vivência moçambicana, todos nós acompanhamos, com alguma proximidade, o que se vai passando em Portugal e na África do Sul, mas também nos restantes países com os quais temos relações, quer por via da língua comum, como Angola ou Brasil, quer por outros factores, como a China, Índia, Estados Unidos e a Europa em geral, e mais que não seja, pela janela dos canais televisivos que temos disponíveis.

O arrendamento residencial está em grande evolução, por diversos factores, mas com

impactos curiosamente diferentes, em alguns casos, com efeitos antagónicos, que se devem ao estágio de desenvolvimento residencial nas diferentes geografias. E porque o sector residencial é o sector imobiliário mais presente na consciência e necessidade de toda a gente, é um sector que desperta a intervenção de governos, criação de legislação de diversas sintonias políticas, com a participação activa de diferentes grupos com interesses económicos vistos como opostos em vez de complementares ou colaborativos. Na verdade, as necessidades dos investidores, neste caso Senhorios, são diferentes das dos utilizadores, neste caso Inquilinos, e são geralmente notadas como contrárias. Porém, quando analisadas no seu todo, são apenas complementares. Esta afirmação levar-nos-ia ao desenvolvimento de teses de mestrado, que não são de todo o objectivo deste artigo, que se pretende apenas informativo.

Actualmente, o arrendamento residencial, tem sofrido alterações significativas pela introdução de novas tecnologias, nomeadamente plataformas de gestão, que se tornam eficazes na captação de inquilinos de diversos segmentos e necessidades. No Imobiliário, a segmentação dos utilizadores, Inquilinos, deu origem a novos termos como STR – Short Term Renting ou LTR – Long Term Renting, ou Alojamento local, ou Serviced Apartments, etc. Há muitas variantes, e esta especialização é muitas vezes referenciada erradamente como “AirBnB” o termo com origem no serviço Internet, disponível para que proprietários individuais (em geral “host”), possam gerir o seu local, de forma mais abrangente. Porém, este serviço, integrado na sua essência no STR, não só não serve a todos, como evoluiu, e muito, dando origem a outros conceitos, formas de

negócio, má associação a sectores como o turismo, com aparentes implicações na vida das populações. Essas implicações, em cada geografia, devem ser melhor analisadas, à luz do desenvolvimento local em cada mercado residencial.

Tecnicamente, STR refere-se ao arrendamento de apartamentos e residências em períodos normalmente até 6 meses, onde cabem segmentos diversos de utilizadores, como turistas, trabalhadores geograficamente deslocados, nómadas digitais, entre outros grupos com interesse em viabilizar e otimizar os custos de estadia temporária e tornando-os mais eficientes para as funções desejadas. O LTR é o arrendamento mais tradicional, modalidade mais conhecida do leitor.

Se para os utilizadores o STR é mais eficiente, para os investidores parece ser mais atraente,

uma vez que aparentemente as rendas cobradas partem de valores sensivelmente 30 a 40% mais elevados. Porém, o nível de ocupação pode não ultrapassar os 60 a 70%, ou às vezes menor, levando a resultados diferentes dos esperados. Além disso, os modelos de STR que devem ser adequados a cada senhorio e às suas expectativas, incluem serviços que a maioria dos senhorios pode não estar preparada para oferecer, diminuindo a sua capacidade competitiva neste segmento.

Interessante desafio, diante do qual os nossos consultores podem oferecer soluções ao seu investimento ou necessidade, valor acrescentado para a sua análise e decisões, num mercado que se apresenta muito competitivo com uma elevada oferta e procura ainda diminuta, onde o que se pretende é criar valor. **11**



O SEU SEGURO 3 EM 1



Seguro
- Danos Próprios
Insurance



**Sistema de
Rastreamento**
Tracker System



**Assistência na
Estrada 24/7**
Roadside Assistance 24/7



Ligue grátis agora:
800 422 422

Seguro, você vai mais longe!



PASSAPORTE Vodacom

Novos Pacotes de Roaming

Fica ligado e viaja à vontade com os novos Pacotes Semanais de Roaming, disponíveis em mais de 150 países.

Preço	Gigas e Minutos	Validade
600 MT	1 GB	7 Dias
1500 MT	3 GB	7 Dias
2000 MT	5 GB	7 Dias
1000 MT	1 GB + 50 Min	7 Dias
2000 MT	3 GB + 100 Min	7 Dias
3000 MT	5 GB + 250 Min	7 Dias

Digita *125#

Termos e condições aplicáveis



Desafiando limites no mundo corporativo

‘Mulheres na Liderança: Desafiando Limites no Mundo Corporativo’ foi tema de um workshop realizado em Abril, promovido pelo BCI, em parceria com a New Faces New Voices. O evento tinha como objectivo capacitar e inspirar mulheres a alcançarem o seu potencial e a se destacarem na sua carreira, contribuindo de forma significativa para o sucesso no meio em que se inserem.

Num painel composto por Sofia Cassamo Pitanga, vice-presidente do Pelouro da Mulher Empresária na CTA; Esselina Mame, directora executiva da FSDMoç; Francisco

Costa, -Presidente da Comissão Executiva do BCI; Laila Chemane Chilemba, vice presidente para o Desenvolvimento Sócio Económico para projectos LNGMoz da Total Engines e Denise



Cortês-Keyser, PCE da Dunia Resources e oradora motivacional, o tema em alusão foi debatido em várias vertentes, que convergem na busca de soluções para desafiar os limites, as barreiras que a mulher enfrenta no mundo corporativo.

Numa nota introdutória, a presidente da New Faces New Voices, Tânia Saranga, falou da importância dos debates sobre a mulher, que têm acontecido com mais frequência nos últimos tempos, e da sua inclusão em diversas áreas da economia, pois ela é que dinamiza o sector económico. Tânia Saranga destacou igualmente o papel da New Faces New Voices, uma organização pan-africana sem fins lucrativos que defende o empoderamento da mulher africana através da oferta de um melhor acesso ao capital, do desenvolvimento de habilidades e da promoção da mulher em posições de liderança no sector financeiro.

“A New Faces New Voices está no mercado moçambicano desde 2013 e, desde então, tem como foco a mulher em duas perspectivas: incluir cada vez mais a mulher em cargos de liderança no sector financeiro e como cliente do sector financeiro. Portanto, estas têm sido as linhas de

intervenção ou o grupo-alvo da New Faces New Voices”, frisou.

Tânia Saranga explicou ainda que a organização não opera na área de financiamento, mas que trabalha com projetos e faz parcerias com alguns intervenientes chave por forma a trazer mais informação e mais conhecimento sobre os desafios que a mulher enfrenta.

“Até agora, temos feito algumas intervenções a nível do sector financeiro para ver de que forma podemos ter um direccionamento em termos de abordagem para a mulher, para que seja não só coordenada, mas também trazer a abordagens mais sistémicas e estruturais para permitir que esta mulher consiga ascender, tanto como profissional no sector financeiro, como cliente do sector financeiro”, explicou.

A NEGOCIAÇÃO DAS MULHERES É DIFERENTE DA DOS HOMENS

Questionada sobre se as mulheres negociam de forma diferente da dos homens, Sofia Casamo respondeu que as mulheres fazem muitas coisas diferente dos homens, incluindo negociar. No seu entender, a mulher tem uma abordagem



muito mais humanizada e centrada no cliente, havendo a preocupação de conciliar o produto ou serviço e como é que o cliente vai valorizar isso.

“Naquele que é o meu extenso trabalho com mulheres empreendedoras, vejo que, há de facto, esta preocupação de garantir a excelência, a performance e estar no melhor rigor para o seu cliente. Acho que negociamos de forma diferente dos homens, nem melhor nem pior, e acho que os homens têm um maior atrevimento na parte da negociação, mas devo dizer que nas mulheres moçambicanas, o que tenho visto nos últimos tempos é que estamos cada vez melhor”.

Para Sofia Cassamo, diferente dos homens, ao negociar, as mulheres têm como ponto de partida o win-win. Isto é, olhando para os ganhos dos dois lados. Porém, nem sempre encontram o outro lado preparado para o win-win, havendo por isso a necessidade delas melhorarem ou aprenderem a fazer diferente para poder lidar com este tipo de situações.

“Sem dúvidas, nos processos de negociação com as mulheres sinto que somos cada vez mais ferozes e sabemos vincar aquilo que queremos retirar desse processo de negociação. Porém, ainda temos muito que aprender”.

AS MULHERES NEGOCEIAM SALÁRIOS BAIXOS PARA GARANTIR O EMPREGO

Coube a Esselina Macome, directora executiva da FSDMoç, abordar a negociação no mundo corporativo no que concerne ao salário, e se as mulheres têm dificuldade em colocar o seu posicionamento para negociar como homens. Esselina Macome fez menção a um trabalho por ela feito numa empresa, baseando-se na suposição ou ideia de que há diferença de salário baseada no género. Constatou que nessa empresa em específico pagavam o salário de acordo com o que foi negociado no processo de contratação.

“Daí verifiquei que as mulheres, muitas vezes, no seu processo de negociação de salários negociam para baixo porque o que elas querem é a garantia do emprego. E, no caso dos homens, o salário era muito bem negociado, por isso e que logo à partida, entravam em pé de desigualdade”.

Após esta constatação, a directora executiva da FSDMoç conta que advertiu e chamou a empresa à razão, no sentido desta se corrigir e evitar os desequilíbrios salariais. “Hoje, em organizações onde trabalho, faço a questão de perguntar à área dos Recursos Humanos se não estaremos aqui a pagar de forma diferenciada a pessoas

que fazem a mesma coisa, e se isso estiver a acontecer chamo a atenção para se corrigir”.

AS MULHERES TRAZEM VISÕES DIFERENTES E ACRESCENTAM VALOR À ORGANIZAÇÃO

Francisco Costa, PCE do BCI, manifestou o seu posicionamento sobre uma visão global da importância da igualdade de género, de oportunidades, de direitos e de carreira e não numa perspectiva de ser homem ou mulher. Referiu a importância da mulher na sociedade, salientando que o enquadramento desta no mundo do trabalho foi um processo complexo, difícil e moroso, mas que hoje é inquestionavelmente reconhecido como um benefício importante para a sociedade.

“É preciso olharmos para isto como um processo, temos séculos e séculos com o homem na dianteira e com falta de direitos da mulher na sociedade como um todo e temos que olhar para este crescimento da importância da mulher, a nível económico, dos cargos exercidos, pois a importância da mulher na sociedade nunca esteve em causa”, afirmou, acrescentando que ainda estamos numa fase desse processo e que já se conseguiu muita coisa.

O CEO do BCI referiu, por outro lado, que as mulheres trazem visões diferentes e acrescentam valor à organização, pois, normalmente elas singram no mundo corporativo com conceitos novos e transformadores.

“Elas são de facto portadoras de um acréscimo de valor muito significativo e a experiência que tenho tido ao longo da minha carreira é exactamente essa, fruto destes desafios que elas sentem, desde muito cedo, e quando chegam a lugares de alguma relevância têm, de facto, a capacidade para agregar um valor muito particular”, evidenciou.

A DISCRIMINAÇÃO E O FACTOR HISTÓRICO-CULTURAL SÃO ALGUNS DESAFIOS ENFRENTADOS PELA MULHER PROFISSIONAL

Falando sobre os principais desafios que as mulheres enfrentam quando estão no processo de se tornarem líderes, Laila Chilemba,

vice-presidente para o Desenvolvimento Sócio Económico para projectos LNGMoz da Total Engines, avançou que um dos primeiros desafios é que as mulheres já começam com uma desvantagem que é a de ser mulher, porque para além de ocupar um cargo, ela tem em paralelo outras responsabilidades.

Apontou igualmente a discriminação e o factor histórico-cultural como alguns dos desafios que a mulher enfrenta, principalmente no sector do Oil & Gas. “Se falamos de desafios de uma forma global para as mulheres, em termos de acesso, liderança, etc., no sector do Oil & Gas é 10 vezes mais”.

Em relação à educação, a fonte avançou que poucas são as mulheres que vão para o sector das engenharias e muito poucas ainda as que chegam ao fim, por se considerar que este é um sector masculino. E que surgem questões como: ‘tu não és homem, não consegues fazer e porque é que estás aqui?’. “Para mim a discriminação começa por aí”, declarou.

“Portanto, já há um estereótipo muito grande, a mulher já entra e tem que lutar com a mentalidade das pessoas, com a forma como as pessoas vêem. Depois, há todo um factor histórico-cultural pois esta questão do género, da participação da mulher em grandes cargos é muito recente e ainda estamos num processo de, primeiro, garantir que as pessoas tenham consciência da importância da questão da igualdade de género”.

Leila Chilemba destacou ainda a necessidade das mulheres terem consciência sobre os desafios que enfrentam e pensar em mecanismos para ultrapassá-los, pois, no seu entender, não adianta lutar pela igualdade de direitos sem saber o que fazer com esses direitos. Por outro lado, defende que as empresas devem adoptar políticas de género claras, e políticas de desenvolvimento pessoal viradas para as mulheres.

“Há uma mentalidade de que eu, como mulher tenho que dar mais de 100% em relação ao meu colega do sexo masculino, mas temos que assumir que é isso que tem que acontecer para chegarmos ao nível em que eles estão. Mas também temos que olhar para os homens como um apoio, e aí entra a componente *networking*.”



Nestes encontros que se promovem para debater os assuntos das mulheres, os homens devem estar presentes”.

De acordo com a mesma, no sector corporativo, os desafios estão lá sem sombra de dúvidas e são muito maiores que do que em outros sectores, mas é um trabalho conjunto que deve ser feito com as empresas através de criação de políticas e de oportunidades de treinamento. “Mas também há um trabalho individual que cada um de nós tem que fazer para poder ultrapassar essas barreiras”, refere Leila Chilemba.

O SECTOR INFORMAL É BASICAMENTE CONSTITUÍDO POR DOMÉSTICAS E MUKHERISTAS

Por seu turno, Denise Cortês-Keyser, PCE da Dunia Resources, debruçando-se sobre o empreendedorismo feminino, referiu-se ao Mukheru como uma das principais alavancas para o empreendedorismo das mulheres em Moçambique, porém, uma actividade bastante recriminada por ser informal. Destacou ainda que para aumentar a base tributária no país é necessário motivar e incentivar o sector informal a migrar para o formal.

“Em Moçambique, é muito bonito falar de empreendedorismo sim, mas quando falamos de Mukhero, falamos de contrabando. Então, estamos numa condição em que, por um lado, impulsionamos e, do outro lado, recriminamos porque

no final do dia sabemos que nenhuma mulher cria uma empresa sem antes ter andado no informal por algum tempo, sejamos francos”, declarou.

Queremos todos aumentar a base tributária do país, mas não queremos falar sobre como é que motivamos quem está no sector informal a mudar para o formal. O formal só é bonito quando falamos de impostos, mas não é bonito quando falamos dos incentivos que damos às pessoas para migrar. Então, temos de olhar tudo numa perspectiva ampla.

Analizando os dados económicos de 2019 em que 10.9% era do sector formal e quase 90 % do informal, a empresária diz perceber que o sector informal é basicamente constituído por domésticas e mukheristas, o dito contrabando que alimenta as mercearias da praça. Entretanto, não se verificam esforços no sentido de fazer com que esta mulher possa ter um seguro de saúde, de funeral, ou outro tipo de seguro.

“Porque o sector formal financeiro nunca pensa nelas. Então, estamos num país cuja sociedade tem dois paradigmas. Por um lado, quer ser formal e mostrar isso aos relatórios do Banco Mundial e outros que têm uma economia formal, e, do outro lado, temos o sector real que é o informal, e que todos os dias corre com as bacias na cabeça, sofrendo perseguições da polícia camarária”, declarou a também oradora motivacional. 



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



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



comercial@investeimovel.co.mz



Av. Agostinho Neto, 326, Maputo – Moçambique



“É oportuno repensar os modelos de desenvolvimento em Moçambique”

O presidente do Conselho de Administração da Bolsa de Valores de Moçambique (BVM), Salim Cipton Valá, defendeu, durante a I Conferência sobre Parcerias Público-Privadas, realizada no dia 4 de Julho, em Maputo, que é importante repensar e fazer ajustes no actual modelo de desenvolvimento.

Para Valá, esta medida não só poderá garantir que os investimentos que o País tem estado a atrair possam impulsionar o seu desenvolvimento, como também irá reduzir os níveis de pobreza promovendo, deste modo, a melhoria da vida dos moçambicanos.

“Moçambique já teve elevados fluxos de investimento no passado, atraiu muitos investidores, gerou altas taxas de crescimento económico e reduziu, em algum período, os níveis de pobreza, mas a questão do modelo de desenvolvimento é muito importante que se tenha também em conta. Não basta apenas atrair investimentos. É muito importante que sejam feitos ajustes e alterações no modelo de desenvolvimento para que os investimentos que nós já atraímos possam ter os efeitos desejados, isto é, possam reflectir no bolso das pessoas e das famílias e, por conseguinte, contribuam para o bem-estar e prosperidade dos moçambicanos e das empresas moçambicanas. Atrair investimentos, gerar crescimento económico robusto, reduzir a pobreza e as desigualdades sociais devem caminhar juntos, num novo modelo de desenvolvimento económico endógeno e ajustado ao novo contexto nacional e global”, disse o PCA da BVM, Salim Valá.

Durante o evento, na qualidade de painalista, Salim Valá apontou as Parcerias Público-Privadas como instrumentos importantes para a promoção da independência económica de Moçambique.

“Apesar do imenso potencial de recursos agrícolas, florestais, pesqueiros, turísticos, minerais, hidrocarbonetos, entre outros, a nossa economia continua a ser fundamentalmente importadora e a gerar empregos no estrangeiro. Mudar esse cenário implica a transformação, no país, das matérias-primas produzidas. As parcerias

público-privadas podem ser instrumentos para a promoção da industrialização, tendo em vista a transformação estrutural da economia, a sua crescente formalização e o incremento dos esforços visando a independência económica de Moçambique”, salientou Valá.

Num outro desenvolvimento, Salim Valá mostrou-se preocupado com a fraca adesão à Bolsa, tendo apontado os mega-projectos e o gás natural como alavancas para o crescimento dos sectores económicos tradicionais e as PME's.

“Se Moçambique implementasse a Lei das Parcerias Público-Privadas, e 20% das 100 Maiores Empresas do País fossem listadas, a sua capitalização bolsista em % do PIB estaria entre 120% e 130%. Isso seria muito bom para o país, visto que teríamos uma taxa muito mais alta quando comparada com muitos países africanos e mais empresas poderiam obter financiamento através do mercado de capitais. Nós, como Bolsa, estamos aqui e pretendemos ser uma alternativa de financiamento à economia. As Bolsas de Valores não apenas expressam o dinamismo das economias, mas também asseguram que as poupanças dos cidadãos e das empresas possam ser orientadas para investimentos produtivos, que criem mais empregos e renda para as famílias, além de alargar a base tributária. Portanto, fortalecer o Mercado de Capitais e a Bolsa de Valores é uma forma de potenciar o sistema financeiro e tornar mais vibrante e sustentável a economia moçambicana”, explicou a fonte.

O PCA da BVM, Salim Valá, alertou para a necessidade de ter mais empresas cotadas em Bolsa, explicando que tal facto poderá beneficiar a economia nacional e promover a boa governação.



“Em outras geografias, instituições como bancos, seguradoras, concessões empresariais, incluindo portuárias, empresas de telefonia móvel, empresas de exploração de recursos naturais, da indústria extractiva, do Sector Empresarial do Estado, ou de ramos sensíveis da economia estão listadas em Bolsa, pois isto beneficia a economia do país e também promove a boa governação e a transparência, resolve os problemas do branqueamento de capitais e contribui para a formalização da economia. Queremos lançar um apelo para que mais empresas abracem o Mercado de Capitais e a Bolsa de Valores, ampliando a sua visibilidade e transmitindo um sinal de que estão desenvolvendo os seus negócios com ética”, acrescentou.

DESAFIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DAS PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS (PPP)

Presente na cerimónia e tendo feito o discurso de abertura, o Primeiro-Ministro da República de Moçambique, Adriano Maleiane, admitiu que ainda existem desafios na implementação das Parcerias Público-Privadas (PPP), tendo frisado que o Governo tem estado a criar sinergias para a viabilização de iniciativas estruturantes da economia, com destaque para as áreas de transportes, energia, agricultura, infraestruturas, entre outras.

“Reconhecemos que ainda persistem desafios para que as PPP tenham um impacto efectivo e promovam a melhoria contínua da qualidade de vida dos moçambicanos. Esperamos que, nesta conferência, sejam apresentadas soluções e propostas concretas que permitam aprimorar e melhorar o modelo de Parcerias Público-Privadas tendo em conta os desafios aqui referidos”, disse Adriano Maleiane.

Por seu turno, o PCA da Revista Business&Legal, José Caldeira, reiterou que o evento surge como iniciativa para informar e formar empresários, bem como influenciar na melhoria do ambiente de negócios no País.

“Os desafios no ambiente de negócios em Moçambique surgem num meio em que há potencialidades de crescimento nos sectores de petróleo e gás, agronegócios, indústria, turismo, entre outros. Foi neste contexto que decidimos lançar a Revista Business&Legal, com vista a contribuir para a redução das assimetrias que existem no seio empresarial e, com isso, estimular investimentos que permitam a transformação económica”, venceu José Caldeira.

A antiga Primeira-Ministra de Moçambique, Luísa Diogo, explicou, na ocasião, que a conferência sobre Parcerias Público-Privadas é um evento extremamente importante, pois chega num momento em que o país se prepara para um novo ciclo governativo, tendo destacado que o país deve continuar a estabelecer parcerias, tanto internas quanto externas, por forma a ultrapassar os diferentes desafios e promover o desenvolvimento económico de Moçambique.

“Quando queremos avançar, nós temos que ter consciência de que não somos uma ilha e, como tal, fazemos parte de um concerto das nações onde uns estão a avançar mais rápido, outros mais ou menos e outros ainda devagar. Nós queremos ser rápidos e, para tal, temos que procurar soluções através das parcerias pública-pública ou pública-privada”, disse Luísa Diogo.

O evento, que se pretende que seja anual, juntou membros do Governo, representantes de instituições públicas e do sector privado, representantes de agências de desenvolvimentos, entre outros. 

Banco de Moçambique lança nova série de notas e moedas do Metical

“As novas notas e moedas de metical circularão em simultâneo com as séries de notas e moedas emitidas desde 1 de Julho de 2006, que continuam igualmente a ter o curso legal obrigatório e poder liberatório pleno e ilimitado dentro do território nacional”

Feliz Mangane (texto)

O Banco de Moçambique (BM) anunciou o lançamento de uma nova série de notas e moedas do metical, que substituirá progressivamente as versões em circulação desde 2006. A nova série entrará em vigor a partir de 16 de Junho de 2024, marcando o Dia do Metical.

“Os bancos centrais tendem a fazer a revisão das suas notas e moedas em circulação a cada cinco anos, por forma a que se adequem às novas tendências de design, segurança e outros elementos contextuais”, explicou o governador do Banco de Moçambique (BM), Rogério Zandamela.

Rogério Zandamela destacou que “a temática das notas e moedas do metical da série 2024 conserva presente a tradição do enaltecimento dos valores do nosso património cultural, histórico e faunístico”.

Na presença de administradores de bancos comerciais que operam no País, o governador detalhou que a nova série incluirá as denominações de 1000, 500 e 200 meticais em papel, e de 100, 50 e 20 meticais em polímero. “As denominações de 1000, 500 e 200 meticais em substrato de papel, e as denominações de 100, 50 e 20 meticais em substrato de polímero”, revelou Zandamela.

Em relação às moedas, as denominações de



20 e cinco centavos serão descontinuadas, permanecendo as de 10, cinco, dois e um metical, além das de 50, 10 e um centavo.

“As novas notas e moedas de metical circularão em simultâneo com as séries de notas e moedas emitidas desde 1 de Julho de 2006, que continuam igualmente a ter o curso legal obrigatório e poder liberatório pleno e ilimitado dentro do território nacional”, disse o governador do Banco de Moçambique. ¹

Taxa de juro reduz de 15,75% para 15%

A taxa de juro de política monetária, taxa MIMO, reduziu de 15,75% para 15,00%. Uma redução sustentada pela contínua consolidação das perspectivas de inflação em um dígito, no médio prazo, num contexto em que a avaliação dos riscos e incertezas associados às projecções mantém-se favorável.

No contexto económico actual, a inflação anual registou 3,3% em Abril de 2024, após marcar 3% em Março. A inflação subjacente, que exclui frutas, vegetais e bens com preços administrados, permaneceu estável. Esses indicadores reforçam a expectativa de uma inflação em um dígito no médio prazo.

O governador do Banco de Moçambique (BM), Rogério Zandamela, ressaltou a solidez do sector bancário, destacando um rácio de solvabilidade de 25,1% em Março, acima do mínimo regulamentar. O teste de esforço de solvência mostrou que o sector bancário possui reservas de capital suficientes para enfrentar potenciais perdas.

“O sector bancário mantém-se sólido, capitalizado e resiliente. Em Março de 2024, o rácio de solvabilidade fixou-se em 25,1%, acima do mínimo regulamentar de 12,0%, e o rácio de liquidez foi de 50,2%, igualmente acima do nível regulamentar de 25,0%. O teste de esforço de solvência macro-prudencial, que consiste na simulação de choques para avaliar a resiliência do sector bancário, mostrou que este sector tem reservas de capitais suficientes para absorver potenciais perdas e manter-se sólido e capitalizado no médio prazo”, disse Zandamela.

Quanto ao risco sistémico, que avalia o potencial efeito de contágio decorrente de perturbações no sistema bancário, Zandamela o considerou moderado. Esse comportamento reflecte a recuperação gradual da actividade económica, a estabilidade do metical e a recente evolução da inflação.



“O sector bancário mantém-se sólido, capitalizado e resiliente. Em Março de 2024, o rácio de solvabilidade fixou-se em 25,1%, acima do mínimo regulamentar de 12,0%, e o rácio de liquidez foi de 50,2%, igualmente acima do nível regulamentar de 25,0%

O Banco Central continuará com o processo de normalização da taxa MIMO no médio prazo, ajustando o ritmo e a magnitude conforme as perspectivas da inflação e a avaliação dos riscos subjacentes. A próxima reunião do Comité de Política Monetária está agendada para 31 de Julho de 2024. [\[1\]](#)

Plataforma promove conceito de ‘agronegócio digital’

Arlindo Magalhães é CEO e fundador da Agrosell Lda, uma plataforma que se dedica à intermediação de vendas de produtos e insumos agrícolas. O empreendimento que opera há cerca de um ano, dedica-se a apoiar mulheres camponesas na divulgação, compra e venda de produtos a grosso e a entre os produtores e consumidores finais e a retalho na área de agronegócios.

Arsenia Sithoye (texto) . Dino Valeta (fotos)

O empreendimento surgiu em 2023 como um projecto financiado pela embaixada da França, após participarem e vencerem um concurso cujo lema era ‘A igualdade digital’. “Tínhamos que submeter projectos com esse tema e nós concorremos e fomos uns dos vencedores seleccionados na categoria de ‘Negócios digitais’”, afirmou Arlindo Magalhães.

A ideia surgiu como uma forma de ajudar as mulheres, sobretudo camponesas, sendo a agricultura uma área que mais agrega mulheres, a divulgar os seus produtos, e superar as dificuldades de acesso ao mercado e de precificação dos produtos, pois o empreendedor acredita que a mulher camponesa tem capacidade e força de vontade, apesar de lhes faltar as oportunidades e possibilidades de poder expor a sua produção e aprender coisas novas. Faz parte igualmente dos objectivos da Agrosell promover a inclusão e o empoderamento da mulher camponesa. “Elas não tinham noção do preço real praticado no mercado e automaticamente levavam muito tempo a produzir e vendiam por um preço muito baixo por causa dos intermediários”, constatou.

Segundo conta Arlindo Magalhães, no início, o trabalho era implementado através da rede

social Whatsapp, tendo posteriormente havido a necessidade de se criar uma plataforma com cobertura nacional que teve o seu lançamento no passado mês fevereiro. “Graças à plataforma estamos a ter maior visibilidade e a alcançar mais pessoas”, revelou.

Numa primeira fase, o foco da Agrosell era trabalhar apenas com produtos agrícolas frescos, sendo que cada produto tem o seu período de deterioração. Porém, mais tarde foram introduzindo produtos semi-acabados e industrializados como sementes, mel, entre outros.

De acordo com o jovem empreendedor, através desta plataforma onde os produtos são colocados numa comunidade digital, estas mulheres podem fazer a comparação dos preços, para além de ter uma rentabilidade real no processo de transacção dos seus produtos agrícolas.

ÁREAS DE ACTUAÇÃO

O projecto Agrosell identificou quatro zonas de produção agrícola na cidade de Maputo, nos distritos municipais Ka Mavota, Ka Tembe, Ka Mbukwane e Ka Nhaca. Entretanto, o projecto teve o seu início no distrito municipal Ka Mavota que é constituído por 11 associações de produtores, que contam com mais de três mil membros.



“Acreditamos que, através do trabalho de literacia digital, a mulher poderá evoluir e poder não só divulgar os seus produtos através da plataforma, mas também poder opinar no espaço digital

“Foram estes produtores que começaram a trabalhar connosco, mas fomos contactados por outros produtores como por exemplo a Associação de Mahoche no distrito de Moamba, e a União Nacional de produtores que nos contactou no sentido de estabelecer uma parceria para alcançarmos outras associações.”, frisou. Todavia, o Projecto tem como expectativa expandir a plataforma para outras províncias, sendo que, para o efeito, encontra-se a decorrer a negociação de uma parceria com a União Nacional dos Produtores por forma alcançar outras zonas. “Somos um projecto novo e ainda estamos em fase de crescimento”, afirmou o CEO da Agrosell.

Arlindo reconhece que as limitações no uso e domínio das Tecnologias são uma realidade no nosso País, até mesmo para os letrados. Sabendo

que para o seu público alvo que são as mulheres camponesas, estas limitações seriam maiores ainda, o projecto tem dado capacitação em literacia digital às mulheres com as quais trabalham, no sentido de integrá-las na plataforma, tendo até ao momento capacitado cinco associações.

“Acreditamos que, através do trabalho de literacia digital, a mulher poderá evoluir e poder não só divulgar os seus produtos através da plataforma, mas também poder opinar no espaço digital e ter domínio no acesso e uso das ferramentas digitais”.

“Identificamos um grupo constituído por 40 mulheres de uma associação, onde temos como pontos focais os presidentes das associações, e damos capacitação sobre como é que elas podem aceder à plataforma e como podem cadastrar os

seus produtos na plataforma, mas principalmente sobre literacia digital”, avançou.

ACESSO À PLATAFORMA

Magalhães explica que, numa primeira fase, era o próprio produtor a cadastrar o seu produto na plataforma, mas por conta das limitações que estes apresentavam em termos de tecnologias, o cadastro passou a ser da responsabilidade dos colaboradores do projecto, uma vez que as tecnologias estão sempre em actualização.

“Temos um grupo no whatsapp, uma comunidade de cerca de 200 produtores em que cada um envia fotos do seu produto, com a respectiva localização e preço, e a equipa da Agrosell é responsável por levar o produto, aferir a qualidade e cadastrar no site, consoante a sua periodicidade, porque o tomate por exemplo, deve ficar dois a três dias no máximo”, explicou.

PREÇOS APLICADOS

Relativamente aos preços dos produtos aplicados na plataforma, Arlindo Magalhães afirma ser da inteira responsabilidade do próprio produtor, não havendo nenhuma interferência da Agrosell nesse aspecto. Ademais, os preços são estipulados consoante os custos de produção e de transporte que cada produtor teve, havendo naturalmente casos em que dois produtores expõem na plataforma o mesmo produto a preços diferentes. E nesses casos, cabe ao cliente analisar o produto, a qualidade e decidir o que comprar.

“Temos o exemplo do mel que é um produto acabado, em que vários produtores que nos têm procurado para vender o seu produto, mas cada um coloca o seu preço numa garrafa de 250 ml, valor que depende também da qualidade do próprio mel”,

No que concerne aos ganhos da Agrosell com esta plataforma, Arlindo Magalhães explica que “o ganho real é a publicidade e a massificação do produto, ajudando o agricultor a ter o acesso ao mercado e a fazer vendas rápidas dos seus produtos”. Porém, é cobrada aos produtores uma taxa de 100 mt por semana, pelo cadastro e publicidade na plataforma, sendo que a taxa varia, dependendo do tipo de produto. 



“Temos o exemplo do mel que é um produto acabado, em que vários produtores que nos têm procurado para vender o seu produto, mas cada um coloca o seu preço numa garrafa de 250 ml, valor que depende também da qualidade do próprio mel”

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	

Amaramba Capital Dealer: Compromisso com a Responsabilidade Social no apoio à obra Dom Orione em Moçambique

Desde dezembro de 2023, a Amaramba Capital Dealer tem tido o privilégio de apoiar a obra Dom Orione em Moçambique, uma instituição que dedica-se ao cuidado e desenvolvimento de crianças com necessidades especiais. Este acto alinha-se concretamente ao nosso pilar de compromisso a responsabilidade social, reflectindo os valores e a missão de promover o bem-estar das comunidades em que operamos, com destaque às menos favorecidas.

Recentemente, tivemos a oportunidade de visitar a obra, que representou um momento significativo que nos permitiu conhecer detalhadamente as instalações e a realidade diária destas crianças. Durante a visita, fomos calorosamente recebidos pelo Padre e a equipa do orfanato que conduziu-nos por diversos departamentos funcionais, foi, igualmente, possível conhecer as mais diversas actividades desenvolvidas para promoção de sociabilização, crescimento e desenvolvimento das crianças.

Um dos momentos mais marcantes da visita foi conhecer o Davilton, um menino cheio de sonhos e aspirações. Davilton revelou-nos o seu amor pela música e pelos carros, sonhos que ele nutre com grande entusiasmo. Este encontro tocou profundamente os nossos corações e reforçou a nossa determinação em apoiar Davilton no futuro, ajudando-o a alcançar as suas aspirações.

O relacionamento que a Amaramba Capital Dealer desenvolveu com as crianças da obra Dom Orione transcende uma simples parceria institucional. Sentimo-nos parte de uma família alargada, onde cada sorriso e cada conquista



destas crianças são celebrados como vitórias pessoais. Este vínculo especial é alimentado pelo nosso desejo de proporcionar um ambiente onde as crianças possam crescer com dignidade e esperança no futuro. O nosso apoio à obra Dom Orione é um exemplo do impacto positivo que acreditamos poder gerar através da responsabilidade social.



A Amaramba Capital Dealer está comprometida em continuar a contribuir para o desenvolvimento destas crianças, não apenas com recursos financeiros, mas também com carinho, apoio e

presença contínua. Acreditamos que a verdadeira medida do sucesso vai além dos resultados financeiros, incluindo o impacto significativo que podemos ter na vida das pessoas e nas comunidades. O nosso envolvimento com a obra Dom Orione é uma expressão deste compromisso e da nossa crença de que, juntos, podemos construir um futuro mais inclusivo e solidário.

PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES DA ACD

A Amaramba Capital Dealer – Sociedade Financeira de Corretagem, SA incorpora o desenvolvimento das actividades de investimento e gestão de valores mobiliários nas suas formas discricionária e não-discricionária. A identificação de oportunidades numa envolvente que exerce uma influência marcante, e a sua substânciação através da apresentação de soluções financeiras propiciadoras de rentabilidade adequada aos Clientes das diversas áreas de actividade que se inserem no domínio do mercado de capitais, nomeadamente a actuação no mercado primário e secundário de títulos, estruturação financeira e gestão de carteiras a nível individual e corporativo, bem como a preservação do retorno destes, constituem os principais vectores estratégicos, ainda que, persistam os sinais e impactos de uma considerável volatilidade e incerteza, induzidos pela cada vez mais crescente estrutura de dívida soberana. 



Patrocinado por:



Uma vénia à Mulher Moçambicana

A presente edição do 'Clube Negócios' foi dedicado à Mulher Moçambicana e contou com o patrocínio da Emeritus Resseguros. O evento que decorreu no Serena Polana Hotel contou com a participação de mulheres colaboradoras de empresas de seguros, parceiras da Emeritus.

Segundo a directora adjunta da subscrição da Emeritus, Cátia Sofia, este evento foi uma forma de demonstrar o valor destas mulheres que são mães, trabalhadoras, de agradecer-lhes e juntas celebrar o dia da mulher moçambicana, para além de fazer o 'networking'. "O dia da mulher é todos os dias, mas hoje celebramos este dia especial", sublinhou Cátia Sofia.

Por seu turno, a directora financeira da Emeritus, Tecla Maguni, referiu-se à mulher como o pilar do lar, sendo mãe e esposa, e destacou que não é fácil ser uma mulher trabalhadora devido a todas as outras tarefas e obrigações que esta deve abraçar.

"Este evento é para a Emeritus e, principalmente, para nós como mulheres colaboradoras da Emeritus, uma forma de honrar as mulheres num mercado maioritariamente masculino. É muito gratificante poder perceber que, afinal, existem muitas mulheres no mercado", frisou Tecla Maguni.

A Emeritus Reinsurance é uma resseguradora pan-africana profissional especializada no fornecimento de soluções de resseguro e gestão de risco para os mercados de seguros directos. 





Em Moçambique, as famílias roubam o crédito bancário do sector produtivo?

Numa economia emergente – como é o caso de Moçambique, vale recordar que o crédito é fundamental para impulsionar o crescimento económico, melhorar a qualidade de vida, promover a inclusão financeira e desenvolver sectores estratégicos. Pois ele permite que empresas e indivíduos realizem investimentos que, de outra forma, não seriam possíveis, estimulando o desenvolvimento sustentável e equilibrado da economia. Imaginem tentar construir um prédio de concreto sem cimento! No entanto, é essencial que o crédito seja administrado de maneira prudente e que haja políticas adequadas para evitar riscos de endividamento excessivo e crises financeiras.

A análise da carteira de crédito na economia moçambicana, segundo dados do Banco de Moçambique – disponíveis no seu site online, revela mudanças significativas nas prioridades de financiamento das Instituições de Crédito ao longo dos últimos 20 anos, de 2000 a 2024. Numa rápida análise à carteira de crédito à economia moçambicana, isto é, o volume de empréstimos que as Instituições de Crédito concedem aos agentes económicos, empresas e famílias, constata-se que cerca de 43 % do crédito foi para o Consumo e habitação das famílias, contra 57% que foi para o sector produtivo.

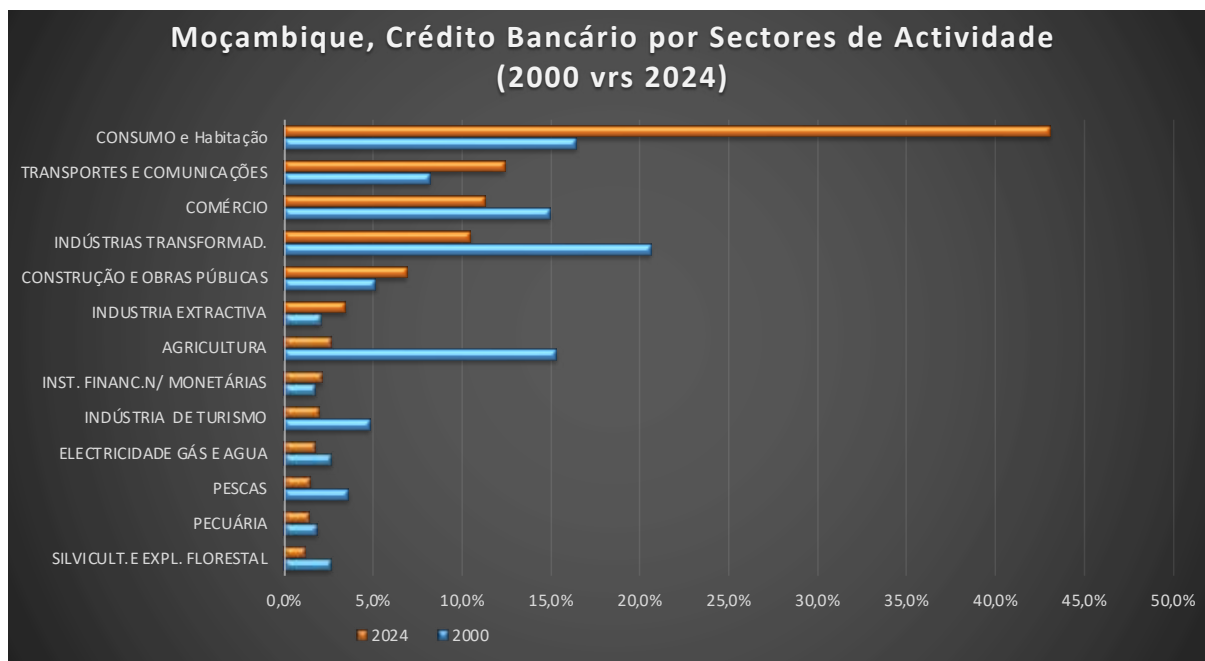
O actual segundo maior destino dos empréstimos bancários, em Março 2024, foi para o sector de Transportes e Comunicações, com 12,4%, e o sector menos financiado foi a Silvicultura, com 1,3%, e a Agricultura – que é ou deveria ser a semente do desenvolvimento, segundo a

Constituição Moçambicana, ocupa a sétima posição das 13 posições definidas, estando com 2,6% do total da carteira dos empréstimos.

Todavia, se recuarmos 20 anos, para o ano de 2000, denotamos que o sector da Indústria Transformadora liderava o ranking, com 20,6%, seguindo-se do crédito ao consumo e habitação, com 16,4% e a Agricultura em terceira posição com 15,5%, e na última posição (13ª posição) estava as instituições monetárias – aqui, maioritariamente microfinanças, que agora ocupa a oitava posição – uma subida de cinco posições. Mais uma vez, o destino principal dos empréstimos das microfinanças vai para as famílias e para o comércio informal.

Portanto, olhando a carteira de crédito à economia moçambicana em 2000 e 2024, verifica-se que as Instituições de Crédito aumentaram o seu apetite em financiar as famílias, com crédito ao Consumo e Habitação, reduzindo o seu financiamento para o sector produtivo, que de forma colectiva saiu de 84% para 56% do total das carteiras dos empréstimos. É como se o bolo ficasse cada vez menor para quem realmente precisa dele para produzir mais.

Quando uma economia prioriza o financiamento das famílias em detrimento do sector produtivo, diversos impactos podem ser observados. Esses impactos podem ter tanto efeitos positivos (Aumento do Bem-Estar das Famílias e Estímulo à Economia Local) quanto negativos (Redução do Investimento no Sector Produtivo e “Desbalanço Económico”), dependendo do contexto e das condições económicas do país.



Fonte: Banco de Moçambique (Adaptado por Ivan Amade)

Um maior volume de financiamento às famílias, numa economia emergente como a de Moçambique, por si só não constitui problema. Constitui sim um desafio, quando numa economia maioritariamente importadora como a de Moçambique, o grande volume dos empréstimos vai para as famílias e estas usam para a aquisição de bens de consumo importados. Isso é como dar dinheiro para comprar coisas de fora, deixando a economia local arrefecida. Agravando deste modo a exportação de recursos e menos potenciação e aquecimento ao empresariado local e, consequentemente, o aumento do “Desbalanço Económico” é o cenário mais provável.

No Desbalanço Económico temos a questão da inflação e bolhas de crédito. Inflação: O aumento do consumo sem correspondente aumento da produção pode levar a pressões inflacionárias, especialmente se a oferta de bens e serviços não acompanhar a demanda crescente. Bolhas de Crédito: Um aumento excessivo no crédito ao consumo pode criar bolhas de crédito, onde os níveis de endividamento das famílias se tornam insustentáveis, potencialmente levando a elevados índices de inadimplência e crises financeiras.

A saída de divisas e a menor capacidade de financiamento do sector produtivo podem resultar

num desbalanço económico. Portanto, é crucial implementar-se “medidas urgentes” que promovam a produção local, incentivem exportações e equilibrem a distribuição de crédito entre o consumo e os sectores produtivos para garantir um desenvolvimento económico sustentável e equilibrado. Regulamentações que limitem o volume de crédito ao consumo e incentivem o crédito produtivo podem ajudar a equilibrar a distribuição de recursos.

Numa outra vertente, urge a necessidade de se incrementar a educação financeira prática, focada no Consumo Consciente, sendo que as campanhas de educação financeira podem incentivar o consumo (de Crédito) consciente, promovendo a compra de produtos locais e a redução do endividamento excessivo e desnecessário. Num cenário em que, dos 12 sectores produtivos na carteira de empréstimos dos bancos em Moçambique, o crédito dado às famílias é equivalente a 11 destes sectores juntos, deixando de lado somente a Indústria Transformadora, e sem contar com os créditos do sistema financeiro informal que também alimentam as famílias moçambicanas. Os dados não mentem: Em Moçambique, tudo indica que as Famílias roubam o Crédito Bancário do Sector Produtivo.¹¹



Daniel Chapo deve resgatar a Pátria

Chapo tem a missão mais difícil na história de Moçambique. Resgatar a pátria e devolver a confiança da liderança aos moçambicanos.

É possível!

Depois de ouvir o que está a passar em Gaza, fico a pensar no futuro terminal que estamos a construir para os nossos filhos e digo: somos uma sociedade completamente irresponsável.

Basta ouvir o vídeo da senhora Artimiza Júlio Diogo Magaia que está a circular nas redes sociais ou ler a carta que ela escreveu para o secretário do Comité de Verificação do partido Frelimo em Gaza, para compreender o grau de insanidade de alguns dirigentes deste País.

Digo-vos, desde já e sem medo, julgando pelas histórias que a Senhora Artimiza conta e de outros mega-escândalos que ultimamente passam por todo Moçambique, que alguns dos nossos dirigentes não tem um défice de cabeças de carpideiras, até me atrevo a dizer que estão à frente do planeta Terra em termos do nível de debilitação, irresponsabilidade e desumanização da sociedade.

Por isso, se a votação que a Senhora Artimiza reclama for repetida, a Comissão da Brigada Central de Gaza deve ser chumbada, não merece confiança para liderar processos de transparência

como a votação que é a manifestação mais consciente da cidadania neste País.

Em Gaza, deve nomear-se uma nova Comissão e a Margarida Taipo deve ser chumbada, e se Vuma e Matavele forem culpados das acusações que pesam sobre eles, devem ser excluídos dos processos políticos da província de Gaza e do País.

Este é o primeiro exame que Chapo como Secretário Interino do partido no poder deve passar e com a nota máxima!

Se a Frelimo não entende que está compenetrada por infiltrados e não tomar medidas drásticas de purificação das fileiras, quer dizer que dentro de 5-10 anos ela (Frelimo) vai perder o poder, e para sempre.

Este País já mudou, não é o mesmo das décadas passadas e aposto que, se Daniel Chapo ganhar as próximas eleições e não combater as "máfias", ele não vai ganhar o segundo mandato, porque diferentemente do Nyusi que ganhou os dois mandatos sem grandes logros porque teve sempre uma máquina hercúlea do seu clã, da Frelimo e de seus familiares ao serviço do Estado, Chapo não tem essa máquina hercúlea do clã Ndau nem familiares influentes no aparelho do Estado, e a Frelimo agora está, cada vez mais, desentendida por causa das alas internas quase antagónicas.



Se a Frelimo não entende que está compenetrada por infiltrados e não tomar medidas drásticas de purificação das fileiras, quer dizer que dentro de 5-10 anos ela (Frelimo) vai perder o poder, e para sempre.

“ E quem tem medo de apontar os erros que afundaram o País é parte do problema e não da solução!

Há dias, ouvi um membro sénior da Frelimo a dizer que o Partido já não reflecte as suas inspirações como cidadão consciente, por isso, nas eleições gerais ele não iria votar. Portanto, com esta situação, Chapo só deve confiar na sua inteligência, na boa governação e na purificação das fileiras do aparelho do Estado, deve confiar nos melhores quadros que o País tem, rumo à criação de um Estado verdadeiramente democrático, conquistando e devolvendo, desta forma, a pouca confiança que resta aos cidadãos.

Quebrar a confiança do povo é como amassar um pedaço perfeito de papel. Você pode alisá-lo de novo, mas esse papel nunca voltará a ser igual. Confiança é igual a água, quando se entorna na areia nunca se recupera totalmente.

Quando um dirigente quebra uma promessa, destrói também a confiança que o povo deposita nesse dirigente.

A confiança é o pilar fundamental de qualquer relacionamento. Ao confiarmos no dirigente, temos certeza de que ele irá cumprir o que promete e de que será capaz de atingir determinados resultados. No entanto, a confiança não nasce do dia para a noite e na realidade não é preciso de muito para destruí-la, tal como estamos a ver com a Frelimo actual, que outrora fora a inspiração mais sagrada de cada moçambicano, e hoje muitos de seus dirigentes já estão em franco questionamento popular.

Portanto, resgatar a Pátria é a única salvação que o Chapo tem para que fique na história como patriota e bom presidente e seja recordado com aplausos e não com insultos.

Em bom rigor, o distanciamento rápido com as pessoas que afundam o Estado será a melhor coisa que Chapo pode fazer. Blindar-se hermeticamente dos dirigentes venais que depauperaram o Estado e a sociedade em prol de seus bolsos e umbigos.

E quem tem medo de apontar os erros que afundaram o País é parte do problema e não da solução!

Se Gaza que sempre foi a retaguarda segura da Frelimo já começa a dar sinais de insatisfação profunda contra os processos de votação e contra alguns dirigentes da Frelimo, é tempo de levantar os guarda-chuvas antes da molha geral e tomar-se medidas cruciais, porque, como a história prova, o processo de desconfiança da liderança é irreversível!

O caso de falsificação de votos é horripilante.

O caso de falsificação de dados estatísticos é nojento.

A ostracização dos cidadãos com melhores capacidades de análise e críticos, a favor dos lambe botas é falta de sentido de Estado e é urgente abdicar-se dessa prática vergonhosa.

Os raptos, os tiros nos pés dos oponentes e assassinatos são desumanos e condenáveis e devem cessar.

A guerra inexplicada de Cabo Delgado deve ser bem estudada com os melhores especialistas, junto da população local e do País inteiro.

Urge rever os contratos de exploração dos recursos naturais para que as multinacionais paguem o preço justo do que exploram em Moçambique.

O Estado deve ser dirigido pelos melhores profissionais e líderes íntegros deste país.

Lembro-me de um carro roubado na RSA e do assassinato do seu motorista imputado a um deputado da nossa Assembleia da República, lembro-me dos inúmeros processos que esse deputado tem na PGR e ele continua deputado e a liderar processos sensíveis do Estado, e pergunto: afinal, quem protege toda essa gente?

Chapo deve começar a fazer plano muito sério de como salvar este País.

Partilhem esta reflexão até que o candidato Daniel Chapo a leia e tenha tempo de reflectir e, quando for presidente, salvar este maravilhoso país para que Moçambique seja um lugar apetecível de viver para os moçambicanos e para a humanidade. 



Impacto Social

Impacto Social deve ser, sem dúvidas, o maior propósito das empresas no domínio das suas acções de responsabilidade social.

Hoje em dia, as empresas ocupam um espaço que vai muito além da geração de lucros e empregos e mais do que nunca, esperamos que as empresas usem a sua influência política e social para transformar realidades por meio de acções de Responsabilidade Social Empresarial.

Mas afinal, o que vem a ser Responsabilidade Social Empresarial ou Corporativa? Colocámos estas duas hipóteses para entendermos que quando falamos de Responsabilidade Social Empresarial e Responsabilidade Social Corporativa estamos a falar de um mesmo conceito e de um único actor, as empresas. São simplesmente dois termos diferentes mas com o mesmo significado. Queremos por isso, neste novo espaço, trazer uma visão real e clara sobre este conceito que em Moçambique passou a ter uma presença acentuada por parte dos vários agentes e sectores da nossa sociedade.

É importante trazermos a base, a essência deste conceito, para melhor ajustarmos à nossa realidade e fazermos o devido alinhamento no processo de desenvolvimento das acções.

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial está também relacionado ao compromisso das empresas com a sociedade. Uma empresa socialmente responsável deve pautar por acções baseadas numa gestão ética e transparente e para isso, precisa envolver questões como a qualidade de vida e o bem-estar do público interno da empresa, o relacionamento com os stakeholders ou partes interessadas e a redução de impactos negativos na comunidade e no ambiente.

Podemos ainda entender deste conceito, como uma política que guia todos os passos da

empresa, de forma a torná-la mais ética, responsável, sustentável e humana. A RSE influencia na condução do negócio e como empresa lida com os parceiros, colaboradores e clientes. A Responsabilidade Social Empresarial é também uma forma que as empresas têm de transmitir um desejo de todo ser humano: causar impacto no mundo.

Portanto, todas as acções socialmente responsáveis desenvolvidas pelas empresas devem ter como principal foco causar impacto, criar um impacto positivo e gerar transformações concretas, não só para os actuais beneficiários, mas também para as gerações vindouras. O compromisso e preocupação das empresas no domínio das acções de responsabilidade social deve estar centrado nas mudanças positivas que estas mesmas acções podem causar na sociedade, sempre com impacto. É preciso impactar em tudo o que se faz.

Portanto, para que a Responsabilidade Social Empresarial seja incorporada no ADN da empresa, é preciso que a sua aplicação seja acompanhada de uma mudança profunda e real de cultura e comportamento e, quando essa mudança acontece, a Responsabilidade Social Empresarial ganha uma importância ainda maior para as empresas e a sociedade. No próximo tópico, falaremos um pouco mais sobre o assunto.

A Responsabilidade Social, como movimento mundial, vem-se tornando uma grande oportunidade para os negócios das empresas. A empresa que cumpre o seu papel social, atrai mais consumidores e está a investir na sociedade e no próprio futuro. Uma empresa socialmente responsável é aquela que, além de ser ética nos seus negócios, preocupa-se com questões sociais.

Em contrapartida, a responsabilidade social pode significar uma visão empreendedora nas empresas, voltada especificamente para os aspectos



A prática demonstra que um programa de responsabilidade social só traz resultados positivos para a sociedade e para a empresa se for realizado de forma autêntica.

do meio social, do qual a empresa está inserida, assim como a busca constante em atingir um desenvolvimento sustentável e com qualidade de vida, sem deixar de lado a preocupação com a geração de lucro e vantagem competitiva no mercado.

As empresas actuais são consideradas agentes transformadores que exercem elevada influência nos recursos humanos, na sociedade e no meio ambiente, possuindo também recursos financeiros, tecnológicos e económicos que contribuem para o sucesso empresarial. Diante disto, procuram colaborar de alguma forma para o fortalecimento destas áreas, com posturas éticas, transparência e justiça social.

Outro elemento que merece destaque é que a realização de programas de responsabilidade social devem estar inseridos nos propósitos estabelecidos pela empresa, devendo estar incutidos de forma clara na missão, visão e valores divulgados, bem como estar directamente associada à cultura organizacional, visando uma mudança de atitude e de postura nas empresas.

A prática demonstra que um programa de responsabilidade social só traz resultados positivos para a sociedade e para a empresa se for realizado de forma autêntica. É necessário que a empresa tenha a cultura da responsabilidade social incorporada à sua visão de negócio e desenhe políticas internas devidamente alinhadas aos seus orientadores estratégicos.

A responsabilidade social passa a ter uma visão mais centrada na sociedade através de uma mudança de foco, os problemas ambientais ganham força, a preocupação com a segurança no trabalho, no cumprimento das obrigações legais, deixando de lado a visão de somente ter o lucro, para distribuir parte deste lucro com a sociedade que o circula. À medida em que a empresa demonstra a sua preocupação com a sociedade e aplica parte deste lucro, através de acções

sociais, está a demonstrar o seu compromisso como parceira do desenvolvimento da sociedade onde está inserida.

Portanto, a Responsabilidade Social Empresarial vai muito mais além do cumprimento das obrigações legais das empresas, e para fundamentar esta premissa, recorreremos à definição do conceito de acordo com o Instituto Ethos, que descreve a Responsabilidade Social Empresarial - 'A forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, *preservando recursos ambientais e culturais* para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais'.

A Responsabilidade Social Empresarial, visa igualmente o alcance de objectivos empresariais convergentes com os esforços do Governo e práticas de desenvolvimento sustentável, que devem incidir num relacionamento com a comunidade de benefício mútuo para ambas as partes.

Importa aqui referir, que diferentemente das políticas de doação e contribuição financeira com entidades de caridade e assistência social, a responsabilidade social empresarial vai muito além de acções filantrópicas. Ela trata de uma relação ética em todas suas acções, práticas, políticas, valores e até mesmo na forma como uma empresa se comunica.

Dessa forma, diferentemente das práticas de doação, que acontecem esporadicamente e em períodos oportunos, a responsabilidade social empresarial é um valor que deve ser posto em prática de maneira perene e constante em todos os momentos e modos de actuação da empresa. A Responsabilidade Social Empresarial é simplesmente impacto. ■

Caridade Tzu Chi um olhar de esperança

“Temos neste momento em pipeline aquilo que vamos chamar da clínica do pobre. A clínica do pobre é uma clínica, que nós já sonhamos que vai ser completamente apetrechada, em que aquele que não tem também pode ter acesso e aquele que tem vai pagar. Então, aqui estaremos a usar o princípio básico da nossa fundação que é ensinar o rico a ajudar o pobre”.

Feliz Mangane (texto)

A revista Negócios juntou-se à Fundação de Caridade Tzu Chi num evento para sensibilizar a comunidade empresarial para actividades que a fundação está a desenvolver em Moçambique. A Fundação foi inspirada por 25 mulheres lideradas por uma monja budista que achou que se devia fazer um pouco mais por pessoas carenciadas.

Na ocasião, o presidente da Fundação, em Moçambique, Dino Foi, afirmou que quando se trata de ajudar quem mais precisa, a Fundação não olha para cor, raça e muito menos credos religiosos, apesar de ser de origem budista, porque o mais importante é ajudar quem precisa.

“Nós como budistas, não olhamos para isto como um ponto que as outras pessoas não se podem juntar a nós. Temos, neste momento, uma operação na Turquia a ajudar as crianças que vêm da Síria, por causa da guerra que está lá... estamos a construir uma escola internacional para aquelas crianças muçulmanas, também construímos uma igreja no Equador, que tinha sido destruída por um tremor de terra, de modo que a parte religiosa não é o nosso forte, o nosso

forte é o ser e este ser não tem que ser necessariamente humano, porque nós também nos preocupamos com seres irracionais”, revelou Dino Foi.

A “semear” um olhar de esperança em Moçambique desde 2012, primeiro na sua zona de conforto na cidade de Maputo, em Março de 2019, a Caridade Tzu Chi foi obrigada em grande parte devido à força da sua natureza a expandir-se para a zona centro, mais concretamente para a província de Sofala, quando esta foi fustigada pelo ciclone Idai.

“Eu liderei uma equipa de 18 voluntários daqui de Maputo, e depois mais tarde vieram cerca 69 de outros países, porque nós estamos em 102 países, assistimos a famílias na zona de Nhama-tanda, Búzi, e também na zona da cidade ou distrito da Beira”, revelou o presidente da Fundação, Dino Mamudo Foi.

CONSTRUIR TRÊS MIL CASAS E 23 ESCOLAS NAS REGIÕES AFECTADAS PELO IDAI

Em Agosto de 2019, a Fundação Caridade Tzu Chi, comprometeu-se junto do Governo a apoiar na reconstrução pós-Idai e a sua missão passa por construir 3.000 casas e 23 escolas nas



Dino Foi, presidente da Fundação Tzu Shi em Moçambique

regiões que foram afectadas pelo ciclone, e, até ao momento, mais de 400 casas já foram concluídas, sendo que 54 delas foram entregues oficialmente às famílias residentes no distrito de Nhamatanda.

A Fundação também tem contribuído de forma significativa na área da educação, construindo escolas, com destaque para a Escola Secundária de Mafambisse, que possui 58 salas de aulas, para além de laboratórios, sala de informática, bibliotecas e um extenso 'campus' para práticas desportivas e culturais.

"Inauguramos a Escola Secundária de Mafambisse, uma escola emblemática, a maior de Moçambique. Na verdade, esta não é a primeira escola que estamos a entregar, esta é a quarta escola. Primeiro, entregamos a escola primária de Cura, em Nhamatanda, a escola primária Graça Machel, também em Nhamatanda, e a escola primária Joaquim Marra. Temos, às vezes, ignorado até certo ponto a Universidade Católica, mas também está na lista das 23. Nós prometemos à Universidade Católica que havíamos de reabilitar dentro daquilo que é o âmbito do ciclone Idai, e fizemos isso. Na verdade, a Universidade Católica foi a primeira instituição que tocamos", revelou Dino Foi.

Segundo o presidente da Fundação, a escola secundária de Mafambisse, foi feita seguindo os padrões mais elevados de resistência das mudanças climáticas, tendo a mesma custado cerca de 13 milhões de dólares, valor proveniente de parceiros de mais de 51 países e organizações filantrópicas.

Na ocasião, Dino Foi revelou que até ao próximo ano, a Fundação que dirige irá entregar a maior escola do ensino primário do País, composta por mais de 48 salas de aulas e que está a ser construída na cidade da Beira, no bairro de Esturro.

CLÍNICA DO POBRE SERÁ ERGUIDA NO BAIRRO DAS MAHOTAS

A saúde é uma das áreas em que a Fundação opera e na altura em que a Covid-19 estava no seu auge e que fustigava Moçambique e o Mundo, Dino Foi e seus pares não mediram esforços para ajudar as pessoas que mais precisavam, e ofereceram material de protecção individual, médicos voluntários, como também organizaram feiras de saúde para a população desfavorecida nos bairros da cidade de Maputo e em Nhamatanda.

E porque o sonho comanda a vida e a vida a esperança, Dino Foi, partilhou um sonho da sua

RESPONSABILIDADE SOCIAL



Fundação, que, a breve trecho, poderá tornar-se realidade... uma clínica do pobre que será erguida no bairro das Mahotas, nos arredores da capital do País.

Esta clínica, segundo o presidente da Fundação Caridade Tchu Tzi, estará aberta ao público em geral, mas os que têm condições financeiras para pagar terão de o fazer para terem acesso à mesma, ao passo que os mais carenciados serão atendidos sem nenhum custo.

“Temos neste momento em ‘pipeline’ aquilo que vamos chamar da clínica do pobre. A clínica do pobre é uma clínica, que nós já sonhamos que vai ser completamente apetrechada, em que aquele que não tem também pode ter acesso e aquele que tem vai pagar. Então, aqui estaremos a usar o princípio básico da nossa fundação que é ensinar o rico a ajudar o pobre”.

Segundo Foi, a clínica só vai começar a ganhar vida, depois de concluírem todos os projectos que estão em andamento, e será erguida nos arredores de Maputo, num recinto que também vai acolher um estabelecimento de ensino.

“Nós temos um espaço nas Mahotas, onde também vamos edificar a nossa própria escola. Temos programada uma creche, uma escola primária, uma escola secundária e a clínica. Então, como já nos comprometemos com o Governo de Moçambique, estamos neste momento a alinhar esta parte e, possivelmente, no fim de 2025 já teremos feito todo o programa das 3.000 casas e 23 escolas e aí, entraremos no nosso programa como Fundação e vamos construir a nossa clínica e a nossa escola”, revelou Dino Foi.

A Fundação Caridade Tzu Chi, composta por oito mil voluntários, tem uma componente muito forte na área de pesquisa e desenvolvimento, e produz uma fórmula baseada em plantas, que aumenta a imunidade, “só não dissemos que era o medicamento da Covid, que era para não chocarmos com a comunidade científica, mas na verdade é um produto sobre o qual já publicamos em revistas científicas. Na altura da Covid, das duas uma, ou se tinha Covid e tomava, ou não tinha Covid e aumentava a sua imunidade”. 

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



Usufrua da estimulação mental e mantenha o seu animal de estimação feliz e saudável

Este texto pretende fornecer-lhe dicas de como usar a estimulação mental para a promoção do bem estar cognitivo, emocional e comportamental do seu animal de estimação.

Quando as pessoas pensam no bem estar do seu animal de estimação ignoram, muitas vezes, a necessidade de estimulação mental e concentram-se apenas nas necessidades físicas como, por exemplo, a alimentação, exercícios físicos e cuidados higiénicos e de saúde.

A estimulação mental em animais de estimação implica uma série de actividades que estimulem a mente e encorajem o pensamento e a interacção social de forma a prevenir o tédio, promover a aprendizagem e melhorar a função cognitiva. Esta estimulação mental pode oferecer, entre outros, os seguintes benefícios:

- a. Desenvolvimento cognitivo: envolver animais de estimação em actividades mentais pode ajudar a melhorar as suas habilidades cognitivas e de resolução de problemas;
- b. Bem estar emocional: a estimulação mental proporciona enriquecimento mental aos animais de estimação, reduz o stress e a ansiedade, e promove uma sensação de realização

e felicidade; e

- c. Melhoria comportamental: as actividades de estimulação mental podem prevenir a agressividade, latidos excessivos ou outros hábitos negativos causados pelo tédio ou falta de envolvimento mental.

Como se pode manter um animal de estimação mentalmente estimulado? Para esse fim, existem inúmeras formas de o fazer e, muitas delas, são gratuitas ou baratas, entre as quais:

- a. Jogos de “esconde-esconde”: assim como as pessoas, os animais de estimação, sobretudo os cães, podem achar que brincar de “esconde-esconde” é muito divertido. Esta brincadeira exige do seu animal habilidades de pensamento crítico e um bom faro. Em casa, os cães não precisam de usar essas habilidades com tanta frequência, mas ter a oportunidade de usá-las é muito divertido para eles.
- b. Circuitos de agilidade em casa: criar um circuito de agilidade em casa pode ser uma maneira divertida de combinar exercícios físicos e mentais. Use objectos domésticos para criar obstáculos e guie o seu animal através deles. Isso não só ajuda na coordenação e porte

“ Quando as pessoas pensam no bem estar do seu animal de estimação ignoram, muitas vezes, a necessidade de estimulação mental e concentram-se apenas nas necessidades físicas

físico, mas também exige que eles pensem e resolvam problemas.

- c. Jogos de busca: esconder alimentos ou brinquedos favoritos pela casa ou no quintal pode ser uma ótima maneira de estimular o olfacto e a mente do seu animal. Para os cães, por exemplo, pode-se começar por esconder guloseimas em locais fáceis e, gradualmente, aumentar a dificuldade à medida que eles se tornam mais habilidosos na busca.
- d. Jogos de obediência: ensinar novos comandos é uma forma eficaz de exercitar a mente do seu animal. Além de fortalecer o vínculo entre ambos, estas actividades desafiam a memória e a capacidade de concentração do animal. Comece com comandos básicos como 'sentar' ou 'ficar', e, gradualmente, introduza comandos mais complexos. Lembre-se sempre de recompensar o seu animal pelo trabalho bem feito – seja com alimentos, carinho ou elogios.
- e. Jogos de quebra-cabeça: existem vários brinquedos de quebra-cabeça disponíveis no mercado, projectados especificamente para desafiar a mente dos animais de estimação. Esses brinquedos geralmente implicam esconder alimentos dentro de compartimentos que o

animal precisa de abrir ou desvendar. Eles são excelentes para manter o seu animal de estimação ocupado e engajado, especialmente na sua ausência.

- f. Jogos de associação: jogos que envolvem a associação podem ser incrivelmente estimulantes para o seu animal de estimação. Por exemplo, é possível ensinar o seu animal a associar objectos ou palavras a acções específicas. Isso não só melhora a capacidade cognitiva do animal, como também ajuda no seu treinamento geral. Um exemplo é ensinar o seu cão a buscar itens específicos pelo nome.

Embora a lista acima disponibilizada ofereça alguns dos tantos exemplos disponíveis de forma de manter o seu animal mentalmente estimulado, em última análise, qualquer coisa que possa imaginar que mude a rotina das coisas para o seu animal – ou que exija o poder do cérebro dele – pode ser uma ótima maneira de mantê-lo mentalmente estimulado e feliz. Consulte o (a) seu (a) Médico (a) Veterinário (a) ou use a sua criatividade para inventar as suas próprias brincadeiras ou actividades mentalmente estimulantes para si e seu animal. Muito boa sorte! 



Ração rica em:
Carne de Vaca,
Frango,
Ovos e
Arroz.

Eles gostam.
E muito. É económica.
Experimente-a!



Adequada para todas as raças e tamanhos

VINHOS & negócios

Em parceria com:

MELIÃ
MAPUTO SKY



Helga Nunes (texxtto)

A 16 de Maio, a revista Negócios organizou mais um 'Vinhos & Negócios', desta feita no Hotel Meliã Maputo Sky, com o apoio da Mercury.

A escolha dos vinhos recaiu sobre a Adega 'Marquês de Borba', que pertence à empresa Joao Portugal Ramos e o Hotel Meliã proporcionou aos comensais um menú concebido em função do 'bouquet' vínico, com a assinatura do chef Roger. A proposta gastronómica incluiu deliciosos pratos de carne e de peixe assim como tábuas de queijo e de carnes.

Portugal Ramos é um dos enólogos mais conhecidos de Portugal e a Adega 'Marquês de Borba' é embaixadora dos melhores vinhos que a região do Alentejo (Portugal) produz.

Os cerca de 70 convidados tiveram a oportunidade de degustar o vinho Marquês de Borba colheita branco; o Loios tinto; o Marquês de Borba colheita tinto; o Marquês de Borba vinhas velhas tinto e o icónico Marquês de Borba reserva tinto, sendo este último um 'néctar vínico' que não é produzido todos os anos.

O evento decorreu no restaurante 'Mercado da Baixa' do Hotel Meliã ao som de conversas bem dispostas e constituiu um bom momento de Networking. 







O poder das conexões

Agora só se ouve falar de *networking*, um pouco por todo o lado. Aliás, o *networking* virou uma ferramenta profissional indispensável para se fazer negócio. E porquê? Porque, cada vez mais, o mundo empresarial vive da teia de relacionamentos profissionais que se estabelecem de modo a alimentar as suas estratégias.

Networking vive da capacidade de estabelecermos uma rede de contactos e relacionamentos com outras pessoas, seja para conseguir um emprego, uma parceria, um novo cliente ou projecto, um novo negócio.

O poder das conexões encontra-se intimamente ligado ao espírito do conceito de *networking*.

Através da convivência e do apoio de pessoas com propósitos e objectivos idênticos, é possível melhorar projectos, fazer novos contactos, gerar ideias e congregar esforços. Hoje, mais do que participar em capacitações para subir a escadaria da carreira, observamos profissionais à procura de se conectarem com outros.

Aqui há uns meses, uma directora financeira, a propósito de uma iniciativa da Ideialab que juntou dezenas, senão centenas, de empreendedoras (numa sessão online que juntava conselheiras e aprendizes), indagava-me sobre como poderia melhorar a sua *performance* em termos de *networking*, ao que lhe disse que participasse em mais eventos, fóruns profissionais e iniciativas de lazer. Embora, e em abono da verdade, aquela iniciativa tivesse sido um excelente momento de *networking*.

Mais tarde, enviei-lhe algumas dicas como um evento de uma Câmara de Comércio; uma conferência dedicada aos negócios; uma prova de vinhos da revista Negócios... e o truque mesmo é aderir e participar em momentos mais ou menos descontraídos, digital ou presencialmente, que

possibilitem os contactos que precisamos para exercer o nosso cargo de forma mais eficiente e eficaz.

Nenhum homem (ou mulher) é uma ilha. Neste mundo global, a interactividade é uma nova moeda, que representa um valor acrescentado.

Nota de rodapé: Agregue ao exercício da sua profissão as devidas conexões para que possa desenvolver um *networking* rico e bem alimentado. Seu sucesso depende disso.

Seja visto e, ao mesmo tempo, em que participa em formações, conferências, palestras, jantares, encontros, lançamentos de produtos e serviços, galas, actos comemorativos, entre outras formas de atracção de pessoas, estabeleça laços. Troque conhecimentos e, sobretudo, esteja sempre bem informado. Leia jornais e revistas, livros e manuais, pois o conhecimento nunca é demais e todos precisamos de ter uma bagagem cultural e uma retórica apurada, que nos permita manter uma conversa dinâmica, coerente, com profundidade sobre este ou outro tema, e para que possamos conquistar a atenção e o respeito dos nossos interlocutores. Procure melhorar a sua arte de sedução...



Nenhum homem (ou mulher) é uma ilha. Neste mundo global, a interactividade é uma nova moeda, que representa um valor acrescentado.

“ É preciso saber que interesses movem os nossos contactos e de que modo os podemos intersectar com os nossos interesses. É preciso desenvolver um laço verdadeiro e puro com as pessoas e não apenas procurá-las quando precisamos de ajuda.

E enquanto tudo isso acontece, também é preciso manter uma boa base de dados com os contactos feitos, no celular, na *Cloud*, e/ou numa agenda electrónica e ir actualizando o seu status no LinkedIn.

Um *networking* profissional eficiente deve ser feito de forma profissional e cuidadosa para que as pessoas se lembrem de nós de forma positiva. Antes de decidir onde e quando ir, como forma de encontrar certas individualidades, é conveniente traçar alguns objectivos. Um bom ponto de partida para criar uma rede de relacionamentos e fazer *networking* é saber aonde se quer chegar e o que se pretende atingir.

Defina a área de interesse, em que empresas gostaria de trabalhar, que cargo pretende alcançar nos próximos anos e a partir dessas respostas, poderá procurar contactos e começar a investir neles.

Tente criar uma rede variada. Conheça pessoas de várias áreas e diversos níveis. Com esse procedimento, não irá ficar preso a uma rotina, com as mesmas pessoas, os mesmos assuntos, os mesmos tipos de eventos e os mesmos locais.

Por outro lado, siga as empresas de seu interesse nas redes profissionais. Observe o que é dito sobre as mesmas, quem comenta e, se achar interessante, estabeleça contacto com essas pessoas.

Outra dica para fazer *networking* é participar nos grupos de discussão da sua área, seja nas redes profissionais, *blogs* temáticos ou comunidades académicas. Tente manter-se activo, mostrar interesse e divulgar o que está a desenvolver na sua área, no seu trabalho. Perguntas dirigidas a pessoas estratégicas, por exemplo, podem legitimar o seu conhecimento.

Uma boa rede de contactos deve revelar um equilíbrio entre a qualidade e quantidade. O que é que isso significa? Significa que o ideal é ter uma rede de contactos com quem consiga conversar

e desenvolver um relacionamento verdadeiro, ainda que profissional. Mas atenção! A rede não deve ser extensa ao ponto de inviabilizar a sua manutenção, por falta de tempo.

Há dias, uma amiga me perguntava como conseguia gerir a minha carteira de contactos e manter relacionamentos profissionais antigos. E a resposta é simples: através de uma boa manutenção e da frequência nos contactos.

Networking é uma actividade que nunca mais acaba. Não basta adicionar o contacto de uma pessoa e achar que ela faz parte da sua rede. É preciso iniciar uma conexão válida e mantê-la. É preciso saber que interesses movem os nossos contactos e de que modo os podemos intersectar com os nossos interesses. É preciso desenvolver um laço verdadeiro e puro com as pessoas e não apenas procurá-las quando precisamos de ajuda.

Exemplos de *networking*

Agradecimento: pode agradecer, por exemplo, pelos *insights* que a apresentação daquela pessoa proporcionou;

Cumprimentos: dê os parabéns a alguém por uma intervenção, projecto, resultados, subida na carreira, etc.;

Feedback: a pessoa sugeriu que fizesse alguma coisa? Indicou o seu nome para uma vaga? Enviou o seu CV? Então, mantenha-a depois a par dos seus progressos.

Novidade: partilhe uma entrevista, reportagem ou um livro interessante sobre a área de actuação da pessoa.

Oferecer um contacto: Caso alguém precise de um contacto, ajude. Seja voluntarioso, pois quando precisar será alvo da mesma reciprocidade.



MOÇAMBIQUE **PREVIDENTE**
Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A.

Invista em Fundos de Pensões e escolha o melhor plano que se ajuste às necessidades e satisfação dos seus colaboradores.

Plano de Contribuição Definida As contribuições são definidas previamente. Os benefícios resultam das contribuições feitas e dos rendimentos acumulados dos investimentos dessas contribuições.

Plano de Benefício Definido Os benefícios a serem pagos na reforma são previamente definidos. As contribuições são calculadas de modo a garantir o pagamento desses benefícios.

Plano Misto É uma combinação de benefícios definidos e contribuições definidas, proporcionando uma maior flexibilidade e opções para os participantes.

**Administração e Gestão
de Fundos de Pensões**

Investimento

**Consultoria Técnica
e Actuarial**

Pensando no futuro, vivendo o presente.

Tecnologia *Contactless*

TRANSAÇÕES RÁPIDAS E CONVENIENTES



NO BCI VAI.

Agora os cartões do BCI, emitidos pela rede VISA, passam a disponibilizar da **Tecnologia *Contactless*** que permite que faças até 3 pagamentos sem PIN consecutivos, até ao valor diário máximo de 1.800MT.

Basta aproximares o cartão ao POS que também tem esta tecnologia e já está.

Desfruta de pagamentos rápidos e seguros. Se ainda não tens o teu cartão BCI com **Tecnologia *Contactless*** dirige-te à tua Agência ou liga para o teu gestor. Mais informações sobre as condições de adesão e respectivo preçário dos cartões BCI em www.bci.co.mz.

Campanha válida até 31 de Julho de 2024.

BCI
É daqui.



A NOVA TRADIÇÃO

É PROIBIDA A VENDA E CONSUMO DE ÁLCOOL A MENORES DE 18 ANOS