

negócios

Sérgio Gomes,
Director Geral da Vodafone M-Pesa

Crescimento e Evolução do M-Pesa

ISSN 2616-4744



www.revista.negocios.co.mz

■ N.º52 ■ Abril 2025 ■ 150 MT



vodacom
business

**Estamos on
para um Moçambique
mais digital** 

Saiba mais em www.vm.co.mz,
ligue 100 ou contacte o seu gestor



Aceda aqui ao website





CAPA	16
Crescimento e Evolução do M-Pesa	
NOTAS DO DIRECTOR GERAL	6
Um novo espaço, uma nova voz	
CAFÉ NEGÓCIOS	8
A Mulher Empresária entre a Tradição e a Transformação	
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	26
Dimensões da Responsabilidade Social: Dimensão Ambiental	
ANÁLISE DE CRÉDITO	28
Crédito bancário em Moçambique: em contramão? Financiamos o consumo e esquecemos a produção?	
ESPECIAL MULHER	32
A mentoria que transforma sonhos em negócios de sucesso	
O talento que está a marcar gerações	
RECURSOS HUMANOS	36
Cinco anos de trabalho híbrido: lições aprendidas e perspectivas para o futuro	
BOLSA DE VALORES	38
Pedro Frederico Cossa é o novo PCA da Bolsa de Valores de Moçambique, S.A.	
LOGÍSTICA	40
Novo terminal “desafoga” porto de Maputo	

LOGÍSTICA	42
AfriGrown: A força logística que conecta África ao mundo	
SEGUROS	44
EMOSE lança balcão exclusivo para clientes corporativos	
Hollard Reforça Posição no Mercado Moçambicano	
COOPERAÇÃO	48
Ganense assume nova liderança da Commonwealth	
TURISMO	50
A nova visão para o emblemático Hotel Polana	
VINHOS E NEGÓCIOS	54
Revista Negócios brinda com excelência no Mr. Faife	
SECTOR PRIVADO	55
Candeeiro, Abdula e Massinga travam corrida histórica na CTA	
POR LINHAS SOLTAS	56
Mulheres na Vanguarda Financeira	
IMOBILIÁRIA	59
Conhece o seu agente Imobiliário?	
RESPONSABILIDADE SOCIAL	60
Fundação Tzu Chi: um farol de esperança para as vítimas do Idai	
MARKETING	62
Parcerias Estratégicas	

negócios

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

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

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

Redes Sociais Jéssica 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 MAPUTO HOTEL



CCM



LAM



Pernod Ricard



ARIECON



POLANA SERENA 2017

Membro Fundador
Associação das Empresas Jornalísticas
Presidente do Conselho Fiscal

Banca Corporativa e de Investimentos

Juntos moldamos o futuro

e impulsionamos o crescimento
sustentável do seu negócio.

Cada empresa em Moçambique tem uma *história* de sucesso pronta a ser escrita. Negócios que crescem com as suas comunidades e impulsionam o desenvolvimento do país. Somos o parceiro certo para potenciar cada etapa do seu crescimento, através da nossa experiência, competência e soluções especializadas.

**Venha escrever o futuro do seu negócio
com a Banca Corporativa e de Investimentos.**

www.absa.co.mz

Para mais informações, contacte o seu Gestor de Relacionamento,
a nossa Linha do Cliente através do **1443/21 344 400**
ou linhacliente@absa.africa ou visite o nosso [website](http://www.absa.co.mz).

Absa Bank Moçambique, SA (registado sob o número
01220982) é regulado pelo Banco de Moçambique.

A sua história conta





Um novo espaço, uma nova voz

Durante anos, assumi com honra e sentido de missão o compromisso de redigir o editorial da Revista Negócios, procurando ser, em cada edição, a voz ponderada da linha editorial, o reflexo institucional de uma publicação que há muito se consolidou como referência no ambiente empresarial moçambicano. O editorial foi, nesse percurso, uma espécie de púlpito institucional onde procurava, com equilíbrio e clareza, interpretar o espírito do tempo e os desígnios da revista.

Mas, como tudo na vida, chega o momento em que os espaços precisam de se redefinir, as palavras de se libertar, e os papéis de se renovar.

É com esse espírito que anuncio, com serenidade e entusiasmo, que a partir da próxima edição, o editorial da Revista Negócios será assinado pela nossa Directora-Geral, cuja visão, energia e compromisso com o futuro merecem o nosso aplauso e total confiança. A ela caberá dar voz à linha editorial desta publicação, que continuará a ser construída com o mesmo rigor e dedicação de sempre.

Quanto a mim, não deixarei de estar presente nestas páginas. Pelo contrário. Passarei a ocupar uma nova coluna — “Ideias Soltas” — onde me permitirei escrever com mais liberdade, mais profundidade, mais pessoalidade. Sem o peso institucional de representar a voz da revista, permito-me ser apenas o que sou: um cidadão atento, um profissional inquieto, um pensador que recusa a indiferença.

“Ideias Soltas” não é um púlpito, é uma janela. Uma janela aberta para a reflexão, para a dúvida, para o contraditório. Um espaço onde a liberdade

de opinião não será apenas tolerada, mas celebrada. Aqui, pretendo abordar temas diversos — da economia à política, da ética à liderança, da gestão à cultura — sempre com a ambição de provocar pensamento e inspirar acção. Não me move a certeza absoluta, mas a busca sincera pela compreensão do que nos rodeia e do que podemos ser enquanto sociedade.

Num tempo em que se confundem ruído com debate, grito com razão e emoção com argumento, urge resgatar o valor da palavra pensada, do argumento construído, da crítica construtiva. “Ideias Soltas” nasce para ser isso: um espaço de opinião livre, mas responsável; de pensamento solto, mas enraizado; de ideias fortes, mas sempre abertas ao diálogo.

Dirijo, por isso, um convite especial a todos os leitores da Revista Negócios: desfilem comigo neste novo espaço de debate. Questionem-me, escrevam-me, discordem de mim — e, se for caso disso, convençam-me. Esta coluna quer ser mais do que uma opinião publicada: quer ser um exercício colectivo de cidadania intelectual. A liberdade que reclamo para mim nesta página, quero também que seja vossa.

À Directora-Geral, desejo os maiores sucessos na condução do editorial. Sei bem o desafio que é conduzir um projecto com o prestígio, o alcance e a exigência da Revista Negócios. Estou certo de que o fará com distinção, inovação e coragem.

Quanto a mim, encontrar-me-ão por aqui, nas “Ideias Soltas”. Uma vez por edição. Com a mesma paixão de sempre. Mas com a palavra mais solta. Mais minha. Mais nossa... 



MOÇAMBIQUE PREVIDENTE

Sociedade Gestora de Fundos de Pensões, S.A

Construa um futuro financeiramente sustentável

Conte com a experiência da
Moçambique Previdente em
Fundos de Pensões



Pensando no Futuro, Vivendo o Presente



www.mocambiqueprevidente.co.mz

Tema:
**“Equilíbrio
entre a tradição
e o desafio
da mulher
empresária
moçambicana”**

CAFE 
negócios
café & debate

A mulher empresária entre a tradição e a transformação

Na presente edição do Café Negócios, o tema «Equilíbrio entre a tradição e o desafio da mulher empresária moçambicana» reuniu vozes femininas inspiradoras e determinadas, num diálogo profundo sobre os papéis múltiplos e complexos da mulher no contexto empresarial e familiar. Moderado pelo Director-Geral da Revista Negócios, Jaime Langa, o painel contou com as intervenções de Ilódia Munguambe (Xtra Mind Channel), Arcina Dauto (Tara Travel), Joana Prista (Ikigai), Lina Mulungo (Revista Negócios), Perpétua Taillant (Huretek) e Albertina Mate (Agência Atos), que partilharam vivências pessoais e profissionais, sublinhando os desafios enfrentados pelas mulheres que ousam liderar, inovar e transformar, sem abdicar das raízes culturais que moldam as suas identidades. Este encontro promoveu uma reflexão sobre como a tradição pode ser aliada no percurso da mulher empresária moçambicana, reforçando a importância do equilíbrio, da comunicação e da solidariedade feminina.

ILÓDIA MUNGUAMBE

Directora-Geral da Xtra Mind Channel

Em Moçambique, a mulher ainda é, muitas vezes, vista como a responsável exclusiva pela gestão do lar. Contudo, ao romper com essa visão limitada, a mulher pode demonstrar possuir capacidades e competências para transformar a sociedade e contribuir activamente para o

desenvolvimento do País. Quando isso acontece, surgem reacções de surpresa, ou até de reprobção, por parte de alguns homens ou de famílias mais tradicionais, que questionam: «O que é que ela pensa que está a fazer? Isso é coisa de homens.»

O grande desafio é provar que, sendo mulher, também sou capaz, e talvez até mais capaz de



produzir, liderar e impulsionar mudanças significativas. Esta exigência torna-se ainda maior quando ocupamos cargos de liderança, pois temos de demonstrar constantemente que possuímos competência e visão.

Isso exige de nós dedicação, envolvimento, pesquisa contínua e investimento na nossa formação. É essencial alinhar o nosso propósito

pessoal ao conhecimento que está sempre em evolução e utilizá-lo de forma inovadora e criativa, até que a sociedade reconheça que a presença da mulher é indispensável em todas as áreas.

Costuma dizer-se que a mulher é naturalmente calma, pacificadora, alguém que traz equilíbrio. Pessoalmente, não sei se me enquadrar nesse perfil. Não me considero calma. Sou alguém que observa, analisa, mas que, quando começa a expor as suas ideias, não descansa até ser compreendida. Quando acredito numa ideia, empenho-me em convencer quem me ouve, porque sei que pode funcionar.

Acredito que um dos principais bloqueios para as mulheres é o medo. Muitas de nós crescemos em ambientes onde fomos ensinadas a ser boas esposas, cuidadoras do lar e dos filhos, mas raramente fomos incentivadas a sonhar com posições de liderança ou com grandes ambições profissionais. Quando uma mulher começa a libertar-se desses moldes — muitas vezes inspirada por experiências ou por pessoas que lhe mostram outras possibilidades — e tenta afirmar-se, enfrenta resistências, e é aí que o medo se instala.

Eu própria passei por isso. Hesitei em partilhar os meus sonhos e ideias, porque antecipava a crítica e a rejeição. Mas, com o tempo, conheci

mulheres que me inspiraram pela sua ousadia e atitude transformadora. Identifiquei-me com elas, vi nelas um reflexo do que eu também podia ser e disse a mim mesma: «Vou chegar lá.»

Trabalhei durante muito tempo em empresas lideradas por homens, inserida num contexto onde o estereótipo masculino predominava. Mas, quando surgiu a oportunidade de integrar a equipa da empresa onde hoje estou, já não tinha medo de mostrar o meu valor. Foi assim que reconheceram o meu potencial e é por isso que hoje lidero esta empresa.

Desde cedo, a mulher é educada a ser submissa, a baixar a cabeça perante os homens o que, inevitavelmente, limita a sua voz e auto-expressão. Hoje, faço questão de ensinar às mulheres à minha volta que devem sentir-se à vontade para partilhar as suas ideias. Juntas, exploramos essas ideias e construímos novas possibilidades.

ARCINA DAUTO

Fundadora e Directora-Geral da Tara Travel

A Tara Travel é maioritariamente gerida por mulheres, não por uma razão específica, mas porque, ao longo dos processos de recrutamento e selecção, temos constatado que as candidatas do sexo feminino demonstram, de forma geral, mais capacidade e potencial do que os candidatos do sexo masculino. Naturalmente, temos também homens a trabalhar connosco – neste momento, são quatro.

Relativamente ao tema em debate — Equilíbrio entre a tradição e o desafio da mulher empresária moçambicana, creio que ainda persiste um certo estigma ou estereótipo de que é o homem quem deve ser o provedor e o “cabeça de casal”. No entanto, aquilo que observamos hoje é uma realidade bastante diferente: são muitas as mulheres que assumem o papel de sustento do lar, sobretudo nas camadas mais desfavorecidas da sociedade.

Gostaria também de abordar outro aspecto que ocorre no seio familiar. Quando uma mulher alcança um cargo de responsabilidade, isso pode, por vezes, gerar conflitos no casal, pois o homem tende a querer afirmar a sua autoridade. Algumas mulheres, por sua vez, sentem que essa lógica já



Arcina Dauto

não faz sentido, uma vez que também trabalham e contribuem financeiramente para o lar.

Esta dinâmica, infelizmente, ainda origina desentendimentos em muitos lares, pois há mulheres que não conseguem separar estas esferas e acabam por adoptar uma atitude que agrava a situação. No entanto, continua a ser um grande desafio fazer com que a sociedade reconheça o potencial das mulheres e lhes ofereça oportunidades mais justas.

Na minha opinião, ainda existe alguma desigualdade. Mesmo quando um homem e uma mulher apresentam currículos e experiências semelhantes, muitas vezes a escolha recai sobre o homem, apenas por ser homem. Embora a cultura continue a valorizar mais o papel masculino, as mulheres moçambicanas estão cada vez mais conscientes do seu valor, têm menos receio de correr atrás dos seus sonhos e enfrentam com mais coragem o risco de não serem aceites.

Apesar de a sociedade continuar a rotulá-las, as mulheres querem sempre mais. Já não se contentam com o papel tradicional de cuidadoras do lar — ousam sonhar, ousam conquistar. Sentem-se mais seguras, talvez por causa do crescente movimento de empoderamento feminino. É isso que tenho observado.



Joana Prista

JOANA PRISTA

Fundadora e Directora-Geral da Ikigai

Do ponto de vista dos desafios enfrentados pelas mulheres, particularmente no que toca ao tradicionalismo que associa a mulher aos afazeres domésticos, posso dizer que, pessoalmente, não sinto essa pressão por parte do meu parceiro. Há dias em que chego a casa completamente esgotada, sem capacidade mental para fazer mais nada. Outras vezes, tenho de trabalhar até mais tarde. Nessas alturas, sinto respeito e apoio no meu ambiente familiar.

No entanto, existem outros desafios associados a esta herança tradicional, que vão além da esfera doméstica e tocam a dimensão cultural do papel da mulher na sociedade. Neste aspecto, acredito que já se deram grandes passos – muito já foi feito e, felizmente, a situação é hoje muito melhor do que foi no passado. Ainda assim, continuamos a lutar para que a nossa voz seja ouvida.

O que sinto, de forma muito clara, é que a luta pelo espaço e pela atenção é mais exigente para a mulher do que para o homem. O lugar do homem, em muitas mesas de decisão, já está garantido. Nós, mulheres, temos de lutar para conquistar esse espaço, temos de “puxar a cadeira”

e afirmar: eu pertenço aqui.

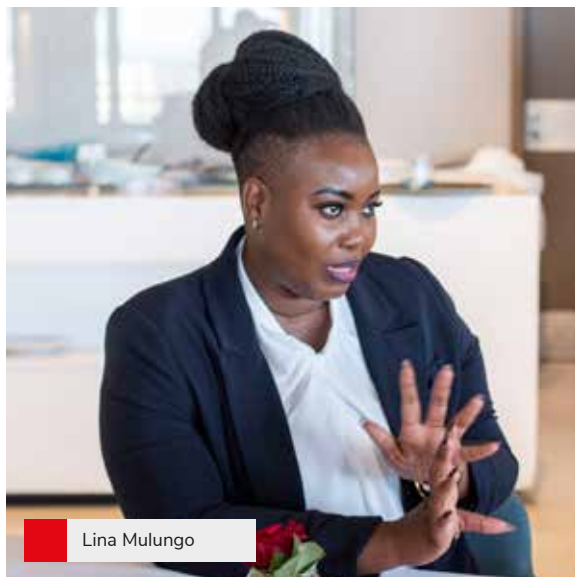
Nesta luta diária por afirmação e reconhecimento, não nos é permitido falhar. Se uma mulher falha, rapidamente se ouve: É mulher, não conseguiu. Já se for um homem a falhar, a narrativa é diferente: Daqui a pouco recupera, vai conseguir. E, por vezes, essa crítica mais dura à mulher vem, precisamente, de outra mulher – o que é ainda mais triste.

É fundamental combatermos essa falta de solidariedade feminina. Temos de mudar o nosso próprio discurso, estarmos verdadeiramente unidas e conscientes de que isso pode transformar as raízes culturais. Exemplos simples, como ouvir alguém comentar “só podia ser mulher” ao ver uma manobra mal feita na estrada, mostram como temos de começar por mudar dentro de nós. Não basta mudar o discurso – é necessário mudar a mentalidade.

Assim, no que toca aos desafios, acredito que é preciso alterar a forma como nos posicionamos e como comunicamos. As nossas palavras têm peso, a nossa maneira de pensar tem impacto. O caminho até aos espaços certos é difícil, mas estamos a avançar a passos largos.

É muito importante que existam espaços e fóruns onde possamos discutir estas questões – em particular esta pressão de não podermos falhar, que muitas vezes nós próprias colocamos sobre os nossos ombros. Precisamos de trabalhar isso interiormente, para que possamos avançar com confiança.

Como solução, recomendo que façamos parte de fóruns e associações de mulheres que realmente contribuam e trabalhem com e para mulheres, promovendo parcerias e união. Se tiver uma oportunidade de trabalho e tiver de escolher entre dar a um homem ou a uma mulher, dou prioridade a uma mulher. Porque nos entendemos melhor, partilhamos os mesmos desafios, e juntas conseguimos crescer e alcançar os nossos objectivos. É isso que pratico também dentro da minha empresa.



Lina Mulungo

LINA MULUNGO

Directora Comercial da Revista Negócios

Falar de equilíbrio entre tradição e modernidade é, para mim, falar da minha própria vida. Sou mulher, mãe, esposa e, ao mesmo tempo, diretora comercial da Revista Negócios — uma plataforma que se tem afirmado como referência no panorama empresarial moçambicano.

Todos os dias lido com o desafio de manter esta máquina em funcionamento, estabelecer parcerias, fechar contratos, acompanhar as equipas editoriais e assegurar que cada edição mantenha os padrões de qualidade e relevância a que nos propomos. Mas há também o outro lado, mais invisível, mas igualmente exigente, o da mulher que regressa a casa, acompanha os filhos nos trabalhos escolares, participa em reuniões da escola, zela pelo bem-estar da família e, quando sobra tempo, cuida de si.

Na Revista Negócios, trabalhamos com empresários, gestores e marcas, enfrentamos os desafios do mercado, mas também contamos histórias humanas. Em muitas dessas histórias revejo-me, sobretudo quando se trata de mulheres que lideram negócios sem abdicar das responsabilidades familiares, muitas vezes

moldadas por valores tradicionais.

Há dias em que estou a fechar um dossiê comercial enquanto, pelo telefone, resolvo um assunto logístico da revista. Minutos depois, já estou em casa, troco o salto por chinelos e, de avental, ajudo a preparar o jantar. É neste cruzamento de papéis e mundos que encontro a minha força.

A tradição ensinou-me a ser disciplinada, resiliente e respeitadora. O mundo empresarial obriga-me a ser actualizada, estratégica e ousada. Sou uma mulher que faz pontes entre aquilo que herdou e aquilo que sonha.

Ser mulher empresária em Moçambique é também um exercício de diálogo com a nossa herança cultural. É reconhecer que a força feminina não está apenas no que fazemos, mas na forma como o fazemos. E, nesse sentido, a tradição pode ser uma aliada, pois ensina-nos empatia, escuta activa e resiliência, qualidades cada vez mais valorizadas na liderança contemporânea.

O desafio é grande, sem dúvida. Mas também é belo. E acredito que, ao partilharmos as nossas vivências, abrimos caminho para outras mulheres que virão depois de nós. Quero deixar uma mensagem clara às mulheres moçambicanas: não temos de escolher entre ser quem somos em casa e quem somos nos negócios. Podemos, e devemos, ser ambas. O segredo está em assumirmos o nosso lugar com autenticidade, sem medo de pedir ajuda, de delegar, de cuidar de nós.

O equilíbrio não é sinónimo de perfeição. É um processo em constante movimento. E eu sigo em movimento.

ALBERTINA MATE

Directora-Geral da Atos (Agência Privada de Emprego)

A mulher que se levanta para trabalhar primeiro, penso que a força dela vem da motivação que tem para trabalhar. Porque, se saio à rua e deixo os meus afazeres domésticos, deixo responsabilidades em casa, é para trazer o pão para casa. Se tiver que o fazer, eu suo. Se for porque gosto de estar na rua, de fazer aquele trabalho, provavelmente a motivação seja outra.

Portanto, vou aqui falar da mulher que quer



Albertina Mate

colocar pão em casa. Essa mulher tem realmente que se desdobrar, enfrenta os seus desafios e tem que garantir que tudo o que fica em casa esteja em condições.

Vou falar da minha experiência agora, que amadureci um bocadinho mais e me sinto mais segura como mulher, mãe, esposa e empresária. Posso dizer que manter este equilíbrio é uma questão de conciliar o tempo. Tenho que ter tempo para tudo o que preciso de fazer. Não posso descuidar-me dos meus afazeres enquanto esposa, não posso descuidar os meus prazeres, tenho que reconhecer quando o meu corpo está cansado, e saber dividir o meu dia.

O meu dia começa ligeiramente mais tarde, graças a Deus, porque quero ter o meu tempo de repouso. E durante o período em que estou na rua a produzir, tenho que ser produtiva. Estipulo horários para tudo. Agora, mesmo estando mais ocupada, decidi que me devo dedicar mais à cozinha. Ainda consigo chegar a casa para cozinhar. Isto tudo é a bagagem que eu carrego.

Hoje ouço mulheres mais jovens a queixarem-se porque têm um bebé, um trabalho, um esposo, e não têm sequer tempo para lazer. Mas eu consigo. Há um dia da semana em que digo:

“Hoje não vou fazer isto, vou fazer aquilo.” É uma questão de agendar e ser rigorosa no cumprimento dessa agenda.

Trabalhei durante trinta anos e tive vários chefes. Nunca estive exposta ou nunca percebi isso, porque, se estou a trabalhar e focada no meu trabalho, não preciso que alguém me faça subir. Mostro o meu valor e, obviamente, alguém há-de ver e perceber que mereço determinado cargo. Agora, provavelmente essa submissão de que se fala possa ser um “corta-mato” que se queira fazer para chegar mais alto. Acredito que tudo depende de quem eu sou. É um assunto muito delicado. Algumas mulheres acabam por ceder... outras não.

Acho que qualquer diferença no casal — aliás, um casal é constituído por duas pessoas diferentes, com culturas, hábitos, valores e princípios distintos. Normalmente, quando saímos da casa dos nossos pais e nos juntamos a alguém, que-remos também trazer o que é nosso. Então, tudo passa pelo diálogo. Em algum momento, temos que saber equilibrar.

Costumo dizer: se, nos serviços, conseguimos lidar com os colegas, em casa temos também que saber lidar com os nossos parceiros. Uma das questões que pesa muito é a forma como abordamos os assuntos. Se, por exemplo, eu como esposa trabalho e tenho um salário superior ao do meu marido, é uma questão de saber como lidar com isso. Se trabalho e é o salário dele que cobre as despesas da casa, é porque ele assim o quer, porque permite. Tudo passa por uma conversa, e tem que ser abordado da melhor maneira.

O que estraga e afecta os nossos relacionamentos é a forma como nos comunicamos. Posso dizer um “não” de forma tão simpática que parece um “sim”. Posso dizer um “sim”, mas estar a dizê-lo contrariada. A forma como nos relacionamos tem muito impacto.

Sou de uma geração um pouco mais submissa — é diferente da geração que estamos a ver agora. Ultimamente, não há muita submissão. Eu tiro proveito da minha submissão. Acredito que uma mulher, quando se submete, tira mais proveito



Perpétua Taillant

do que aquela que tenta impor-se. É como eu penso, é como vejo. A minha submissão abre-me muitas portas.

PERPÉTUA TAILLANT

Presidente da Associação Moçambicana de Mulheres Empresárias e Empreendedoras (AMME)

Para mim, liderar com raízes significa estar consciente da nossa origem, da nossa cultura, daquilo que são os nossos valores, os nossos princípios e a nossa identidade como povo moçambicano. Mas, ao mesmo tempo, sermos capazes de olhar para o futuro com uma mente aberta à inovação, à modernidade, à transformação. Acredito que uma mulher empresária só pode ser verdadeiramente forte se souber de onde vem e se não tiver vergonha de onde vem.

A mulher moçambicana, quando decide empreender, não o faz por vaidade ou capricho. Muitas vezes fá-lo por necessidade. Mas o mais admirável é que, mesmo partindo dessa necessidade, ela consegue construir impérios, gerar emprego, formar outras mulheres e transformar realidades.

Ao longo da minha trajectória, tenho visto mulheres que começaram com um pequeno negócio

“ É isso que significa, para mim, liderar com raízes.

de venda de bolinhos ou capulanas, e que hoje empregam dezenas de pessoas. Isso só é possível porque essas mulheres não perderam as suas raízes, trabalham com disciplina, com humildade, com o coração. E isso nota-se na forma como tratam os clientes, como cuidam das suas equipas, como persistem mesmo nos dias mais difíceis.

Mas também é verdade que não podemos ficar presas ao passado. Liderar com raízes não significa ficar parada. Significa levar connosco a sabedoria das nossas mães e avós, mas saber usar a tecnologia, saber negociar com grandes empresas, saber sentar-se à mesa com quem toma decisões sem receio, com postura, com firmeza.

Como Presidente da AMME, tenho procurado incentivar outras mulheres a olharem para os seus negócios como instrumentos de transformação social. Porque, quando uma mulher cresce, a sua família cresce com ela. A sua comunidade cresce. E o país também.

A liderança da mulher tem que ser um equilíbrio entre força e sensibilidade. Temos de ser estratégicas, mas também humanas. Temos de ser firmes, mas não perder a ternura. Temos de saber dizer “não” quando for preciso, mas também saber escutar e acolher.

Tenho aprendido que a mulher empresária moçambicana tem uma característica que é a sua maior arma: a resiliência. Já passámos por guerras, por crises, por pandemias... e mesmo assim continuamos de pé. Continuamos a sonhar. Continuamos a lutar.

É isso que significa, para mim, liderar com raízes. 📌

Volkswagen Amarok

Aventura com estilo e conforto
em todo o terreno!



Caetano

Av. Angola, 2290, Maputo
www.caetano.co.mz • +258 84 129 0350

Crescimento e Evolução do M-Pesa

O M-Pesa tem registado um crescimento exponencial em Moçambique, transformando-se na maior plataforma de inclusão financeira do país com mais de 11 milhões de subscritores. Numa entrevista reveladora, O Director Geral da instituição explica como a combinação de factores de mercado e inovação tecnológica permitiu ao M-Pesa adaptar-se às necessidades locais e ultrapassar as barreiras tradicionais do sistema financeiro. Desde a implementação de tarifas sociais e redução de custos até à introdução de micro-seguros digitais e serviços de crédito acessíveis, a plataforma tem revolucionado o acesso a serviços financeiros, especialmente nas comunidades rurais. Apesar dos desafios regulamentares e de infraestrutura, o M-Pesa continua a expandir sua oferta, contribuindo directamente para a redução da pobreza e o fortalecimento da economia local.

O M-Pesa tem registado um crescimento exponencial em Moçambique. A que factores atribui este sucesso?

Sérgio Gomes: O sucesso do M-Pesa em Moçambique pode ser atribuído a uma combinação de factores de mercado e de inovação que se complementam de forma única.

Do lado dos factores de mercado, Moçambique enfrenta várias ineficiências que dificultam o acesso aos serviços financeiros. A oferta bancária é limitada e muitas vezes não atende às necessidades da população. Além disso, os custos elevados de distribuição de serviços financeiros tornam difícil para muitos moçambicanos utilizarem esses serviços. No entanto, a elevada penetração do sector de telecomunicações no país cria uma oportunidade para soluções digitais

como o M-Pesa. A demografia de Moçambique, com uma população jovem e adaptada a meios tecnológicos, especialmente em áreas rurais, também favorece a adopção de serviços financeiros digitais.

Do lado dos factores de inovação, o M-Pesa tem demonstrado uma capacidade notável de se adaptar ao meio local e resolver necessidades fundamentais da população. A plataforma tem inovado continuamente ao nível da tecnologia que oferece, garantindo acesso a serviços financeiros para aqueles com limitações de acesso aos serviços financeiros tradicionais. A experiência acumulada em outros mercados africanos, juntamente com a forte capacidade tecnológica garantida pela Vodacom e pelo M-Pesa Africa, tem sido crucial para o sucesso da implementação e expansão do M-Pesa

“ A plataforma tem inovado continuamente ao nível da tecnologia que oferece, garantindo acesso a serviços financeiros para aqueles com limitações de acesso aos serviços financeiros tradicionais.



Sérgio Gomes, Director Geral da Vodafone M-Pesa



em Moçambique.

Em resumo, o crescimento contínuo do M-Pesa em Moçambique é resultado de uma combinação de factores de mercado favoráveis e uma capacidade de inovação que permite à plataforma adaptar-se e atender às necessidades da população de forma eficaz.

Como descreveria a evolução do M-Pesa sob a sua gestão? Quais marcos ou mudanças considera mais significativas nesse processo?

Sérgio Gomes: A minha gestão no M-Pesa iniciou-se numa fase de transformação do mercado financeiro e numa altura em que o M-Pesa necessitava de se fortalecer e reposicionar para se afirmar como a solução para o acesso a serviços financeiros em Moçambique. Estávamos numa fase em que, por um lado, havia uma forte expansão das carteiras digitais devido à implementação da Interoperabilidade no sistema financeiro, simplificando assim o processo transaccional para todos os moçambicanos. Por outro lado, estávamos a entrar na lista cinzenta, o que implicava uma necessidade urgente de implementar controlos mais eficazes de AML/CFT e de mitigação do risco de crime financeiro.

O M-Pesa entrou assim numa fase de

transformação com marcos significativos. Aproveitando a Interoperabilidade, reduzimos os nossos preços e oferecemos um tarifário social nas transferências internas (P2P), tornando a nossa oferta mais ajustada à capacidade do mercado e permitindo o acesso económico aos nossos serviços. Aproveitámos também para fortalecer a nossa diversificação de serviços, inaugurando a nossa prática de seguros, sendo a primeira entidade a oferecer microseguros digitais em Moçambique (vida e automóvel), e introduzindo uma Super-App, o nosso canal digital (APP), onde oferecemos uma experiência única de mini-apps que dão acesso a serviços de entretenimento, e-commerce, pagamentos, financiamento, entre outros.

Renovámos a nossa oferta de financiamento (Txuna), introduzindo novas modalidades de pagamento, com opções iniciais ou mesmo na data final, permitindo aos clientes gerir melhor a sua capacidade e garantindo que não sejam excessivamente pressionados pelo peso dos pagamentos. Demos ainda um enfoque renovado à nossa rede de distribuição, com a introdução de um modelo de vendas de vários produtos disponíveis para os nossos agentes, que permitiu aumentar muito a sua rentabilidade, e com a introdução da modalidade de mini Paga-fácil, ou seja, comerciante informal, com o qual já ultrapassámos 100.000



“Orgulha-me que hoje somos uma organização com mais de 11 milhões de subscritores, a instituição que mais contribui para a inclusão financeira em todo o país, com crescimento contínuo e sustentável dos volumes transaccionados

comerciantes onde se pode fazer pagamentos, aproximando estes comerciantes da formalidade.

Do lado dos nossos controlos internos, introduzimos um departamento de risco, capacitado e dimensionado para apoiar toda a organização a gerir o risco crescente associado à sua dimensão, mas também toda uma segunda linha de defesa que utiliza tecnologia e conhecimento local para definir mecanismos de mitigação de risco de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

Orgulha-me que hoje somos uma organização com mais de 11 milhões de subscritores, a instituição que mais contribui para a inclusão financeira em todo o país, com crescimento contínuo e sustentável dos volumes transaccionados, servindo todos os moçambicanos com segurança e garantindo também que protegemos o sistema financeiro em que operamos, actuando com a responsabilidade que nos é exigida e nos é natural.

DESAFIOS REGULATÓRIOS, CONCORRÊNCIA E EXPANSÃO

Quais têm sido os principais desafios regulatórios enfrentados pelo M-Pesa e como têm trabalhado para os superar?

Daniel Maloco: A Vodafone M-pesa, como instituição de Moeda Electrónica, enfrenta desafios

regulatórios no sistema financeiro de moçambicano, pois este é predominantemente desenhado sob referência de instituições bancárias tradicionais. A falta de normativos específicos para o sector de moeda electrónica muitas vezes obriga o M-Pesa a aderir a normas aplicáveis aos bancos, o que pode ser desfavorável e desadequado ao sector.

Apesar disso, o M-Pesa tem sido essencial para a promoção da inclusão financeira, aumentando a adesão aos serviços financeiros diversificados entre a população moçambicana. A regulamentação existente desempenha um papel crucial na promoção desta inclusão, pois os requisitos regulamentares determinam o nível de penetração do M-Pesa em diferentes regiões do país. Isso implica a necessidade de consolidar ferramentas, normas e requisitos específicos que empoderem a população a participar no sistema financeiro.

É importante ressaltar que nos últimos tempos o Banco de Moçambique, tem promovido novas perspectivas de regulação que consideram as especificidades do sector. No entanto, dado que esta indústria existe há mais de 10 anos e tem um crescimento exponencial, há a necessidade de acelerar e consolidar modelos de abordagem que permitam a criação de um quadro

“ A falta de normativos específicos para o sector de moeda electrónica muitas vezes obriga o M-Pesa a aderir a normas aplicáveis aos bancos, o que pode ser desfavorável e desadequado ao sector.

regulatório específico para este sector.

Para enfrentar esses desafios, temos mantido uma relação próxima com o regulador e promovido conversas abertas através de vários fóruns, reflectindo sobre as melhores oportunidades para abraçar a inovação dentro do ambiente regulatório. Felizmente, o Banco de Moçambique é uma entidade aberta à inovação e defensora da inclusão financeira. Tem coordenado e executado a Estratégia Nacional de Inclusão Financeira, reunindo vários intervenientes, incluindo o M-Pesa, que utiliza este espaço para promover iniciativas abrangentes e demonstrar o impacto do sector de moeda electrónica no sistema financeiro nacional.

Como avalia a concorrência com outras carteiras móveis? Quais as estratégias do M-Pesa para se manter competitivo no mercado?

Dianora Matola: Faço uma avaliação positiva, pois a concorrência desafia-nos e cria em nós a necessidade de nos mantermos sempre activos, e atentos à evolução das necessidades do mercado, em particular dos nossos clientes e parceiros, o que acaba resultando na melhoria dos serviços que prestamos, e no despertar da nossa veia de inovação.

Para nos mantermos competitivos, procuramos estar cada vez mais próximos dos nossos clientes e parceiros, por forma a anteciparmos as suas necessidades e garantirmos que adoptamos estratégias que melhorem a experiência dos nossos clientes e parceiros e que os fidelizem na



Daniel José Moloco Junior, Director de Compliance

nossa carteira.

Quais os maiores desafios que o M-Pesa enfrenta na expansão das suas operações, especialmente em mercados mais difíceis ou menos desenvolvidos?

Dianora Matola: Bem, os desafios são vários, entretanto, vou aqui destacar os que têm se mostrado mais relevantes na expansão das nossas operações: Regulamentares - Moçambique ainda é um país com constrangimentos sérios de acesso à documentação de registo pessoal (identificação), o que impacta directamente na nossa capacidade de expansão, pois limita-nos no número de clientes que podemos ter e claro, na nossa estratégia de inclusão financeira se olharmos para os requisitos que nos são impostos pela nossa regulação, tanto para captar novos clientes, assim como novos agentes e comerciantes: Falta de infraestruturas - a limitação no acesso a energia eléctrica sobretudo nas zonas



Dianora Matola, Directora Comercial

rurais mostra-se um factor limitador na medida em que restringe a possibilidade de penetração de serviços digitais e não só, pois limita ainda o próprio desenvolvimento da área. Relativamente à Educação/literacia, temos ainda um número significativo da nossa população com um nível muito baixo de literacia o que obviamente tem impacto directo na forma como as pessoas lidam com o dinheiro e a sua vida financeira e isto, como podemos imaginar, tem impacto no valor e na percepção que as pessoas têm do nosso serviço.

ESTRATÉGIAS DE SEGURANÇA E TARIFAS

Quais as principais estratégias do M-Pesa para garantir a segurança e confiança dos seus utilizadores?

Gulam e Zulmira: A Vodafone M-Pesa tem um processo eficaz de gestão de riscos que avalia, responde e monitoriza os riscos, garantindo a

solidez da instituição e protegendo os activos dos clientes. A identificação e controlo dos riscos são fundamentais para a segurança dos valores e informações dos clientes.

O M-Pesa adopta estratégias alinhadas com standards internacionais de tecnologia para garantir a segurança e confiança dos utilizadores, protegendo a informação, as transacções e prevenindo fraudes. Em 2024, o M-Pesa obteve a certificação ISO 27001, demonstrando um compromisso com a protecção dos activos dos clientes.

Entre os controlos implementados pelo M-Pesa estão: Uso do PIN em todas as transacções; Encriptação ponta a ponta para proteger os dados; Educação e conscientização dos utilizadores; Armazenamento seguro de dados, acessível apenas a pessoas autorizadas.

Estas medidas, juntamente com a colaboração com a entidade reguladora, garantem que as transacções sejam seguras e cumpram com as normas financeiras estabelecidas.

Muitos clientes têm expressado preocupações sobre as taxas. Existe possibilidade de as rever, mantendo a sustentabilidade financeira do serviço?

Sérgio Gomes: Acreditamos que o nosso preço está ajustado a realidade do mercado local, oferecendo o equilíbrio necessário entre a capacidade dos Moçambicanos de contribuírem para a manutenção do sistema e dos serviços, mas também do M-Pesa de ser capaz de continuar a investir em novos serviços e garantir o acesso a todos a serviços financeiros (crédito, seguros e poupança) que de outra forma não teriam acesso. Igualmente, a natureza do nosso sector tecnológico permite que, com a evolução e o desenvolvimento, seja possível ir aliviando os custos associados ao serviço. Por exemplo, nos últimos 2 anos, assistimos a diversas reduções ou isenções de preço, nomeadamente a introdução da tarifa social no P2P, ou seja, o P2P passou a ser gratuito, com a eliminação da taxa de Credelec, e a eliminação da taxa de Xitique. Isto é, em 2 anos o M-Pesa foi capaz de reduzir em 30% a totalidade dos seus preços, e ainda assim aumentar a sua oferta e penetração do mercado,

garantindo mais e melhores serviços. Esta será uma tendência natural do mercado, mas a mesma deve ser sempre feita de forma cuidadosa, pois o balanço entre o preçário e a capacidade de reinvestimento deve ser mantida, para garantirmos que o serviço se mantenha activo e inovador, ao nível do que o mercado espera.

IMPACTO DA MOEDA ELECTRÓNICA EM ÁFRICA

A África Subsaariana representa mais de 70% das transacções globais com dinheiro móvel. Acha que o dinheiro físico será totalmente substituído por pagamentos móveis?

Erica Varinde: O crescimento do dinheiro móvel (moeda electrónica) na África Subsaariana tem sido impressionante, impulsionado pela inclusão financeira, inovação tecnológica e a necessidade de soluções acessíveis para pagamentos. No entanto, é improvável que o dinheiro físico desapareça completamente no curto ou médio prazo. Muitos consumidores ainda dependem de numerário devido a factores como educação, conectividade limitada, hábitos enraizados e a economia informal. No M-Pesa percebemos que há uma coexistência crescente entre os pagamentos móveis e o dinheiro físico, impulsionado pela necessidade de transferências seguras, pelo pagamento de bens e serviços e pelo recebimento de apoio financeiro, com uma tendência clara para a digitalização de colectas e pagamentos dentro do nosso ecossistema, à medida que a infraestrutura e as propostas de valor melhoram, e a confiança no sistema cresce.

IMPACTO SOCIAL

Considera que a adopção crescente de serviços de pagamento móvel está a transformar o comportamento dos consumidores e as práticas comerciais em África?

Erica Varinde: O dinheiro móvel revolucionou o acesso aos serviços financeiros, permitindo que milhões de pessoas que antes estavam fora do sistema bancário possam realizar pagamentos,

poupar e até obter crédito. O “use case” do M-Pesa que começou no Kenya e espelhou a operação em Moçambique, mostra que a mudança impacta directamente o comportamento do consumidor, que passa a ter maior facilidade para pagar contas, fazer compras e enviar dinheiro, sem se deslocar e com muito mais transparência sobre as suas operações.

Para as empresas, especialmente no sector informal, o dinheiro móvel facilita as operações, reduz a necessidade de numerário e melhora a rastreabilidade das transacções, promovendo uma economia mais transparente e eficiente. As grandes empresas que usam os canais de USSD e digitais do M-Pesa expõem os seus serviços para milhões de clientes e criam eficiências na colecta, na disponibilidade e eficiências de gestão de caixa e reconciliações. A digitalização dos pagamentos continua a impulsionar o crescimento do comércio electrónico e a inovação em serviços financeiros, abrindo novas oportunidades para empreendedores e grandes empresas através de soluções à medida, e integrações que facilitam as práticas comerciais.

De que forma os serviços de pagamento móvel do M-Pesa estão a contribuir para a redução da pobreza e para a inclusão social, especialmente nas comunidades rurais?

Izdin: Os serviços financeiros do M-Pesa desempenham um papel fundamental na redução da pobreza e na promoção da inclusão social em Moçambique, especialmente nas comunidades rurais. Ao disponibilizar soluções acessíveis, eliminamos barreiras geográficas e económicas, democratizando o acesso a serviços financeiros formais, como empréstimos, poupanças e seguros. Isso permite que as comunidades tenham maior controlo sobre as suas finanças, planeiem o futuro e enfrentem imprevistos com maior segurança. Por exemplo, o Txuna M-Pesa é uma solução de crédito digital que permite aos clientes aceder a financiamento de forma rápida e sem burocracia. Para muitos moçambicanos, especialmente em áreas rurais, o acesso ao crédito tradicional é limitado. Com o Txuna, pequenos agricultores, comerciantes e trabalhadores informais podem obter financiamento para investir



“ Para as empresas, especialmente no sector informal, o dinheiro móvel facilita as operações, reduz a necessidade de numerário e melhora a rastreabilidade das transacções, promovendo uma economia mais transparente e eficiente.

nos seus negócios e melhorar as suas condições de vida. O Xitique M-Pesa incentiva a poupança e a disciplina financeira, permitindo que os indivíduos guardem dinheiro de forma segura e organizada, criando reservas para emergências, educação e investimentos. Cerca de 60% dos utilizadores do Xitique são mulheres, incluindo vendedoras de mercado, agricultoras e pequenas empreendedoras, que usam o serviço para organizar as suas finanças e expandir os seus negócios. Ao promover a independência financeira

feminina, o Xitique fortalece o papel das mulheres na economia, impulsiona o empreendedorismo e contribui para a melhoria das condições de vida das suas famílias.

Além disso, oferecemos produtos de seguros, como o seguro funeral, que garante apoio financeiro às famílias em momentos difíceis. Em muitas comunidades rurais, a falta de um sistema de protecção social robusto pode tornar o luto ainda mais difícil. O seguro funeral ajuda a aliviar este peso financeiro, garantindo dignidade

“ Ao disponibilizar soluções acessíveis, eliminamos barreiras geográficas e económicas, democratizando o acesso a serviços financeiros formais, como empréstimos, poupanças e seguros.

e estabilidade às famílias afectadas. Com estas soluções, o M-Pesa não só facilita o acesso a serviços financeiros, mas também transforma a vida dos moçambicanos, promovendo a inclusão financeira e criando oportunidades para milhões de pessoas. Ao oferecer soluções acessíveis e inovadoras, contribuímos directamente para a redução da pobreza e para o fortalecimento da economia local, ajudando as comunidades a tornarem-se mais resilientes e sustentáveis.

Sabemos que o M-Pesa tem um propósito muito forte de Inclusão Financeira. Que iniciativas mais se destacaram nos últimos anos?

Sérgio Gomes: Inclusão Financeira está na essência do M-Pesa e de suas actividades. Acreditamos ser fundamental para o desenvolvimento da nossa economia e sociedade, e focar em actividades sustentáveis que contribuam com benefícios sociais e económicos para todos.

Nestes dois anos, evoluímos nosso conceito de inclusão financeira. Nos primeiros nove anos, nosso foco era garantir acesso a uma carteira digital onde as pessoas pudessem guardar seu dinheiro de forma segura e conveniente, promovendo a formalização. Agora, transformamos esse conceito em acesso universal a todos os instrumentos financeiros que possam efectivamente contribuir para a emancipação e desenvolvimento económico de todos.

Com isso, lançamos diversos instrumentos de serviços financeiros nas áreas de crédito,



Erica Varinde, Directora de Empresas e Pagamentos

poupança e seguros, além de ferramentas para comerciantes, formais e informais.

Neste processo, também demos um passo de liderança, reunindo todas as partes que compartilham nosso propósito ou contribuem para ele através da Plataforma Fintalks. Este programa, iniciado em 2023, foca-se em reunir todos os intervenientes para alinhar suas acções ao nosso propósito e garantir que conseguimos amplificar nosso impacto na sociedade através da inclusão financeira.

Ao longo destes anos, já realizámos duas conferências, lançámos um podcast focado nas experiências de inclusão financeira nas diversas províncias e o Finckathon, uma hackathon focada na inovação para a inclusão financeira, com participação de diversas universidades e estudantes universitários a nível nacional. Em 2025, continuaremos a expandir esta plataforma, da qual a Fintech.MZ e a FSD Moçambique já são parceiros oficiais desde o seu lançamento. [n](#)

FIDELIDADE ^{impar}

SEGUROS DESDE 1808 · ÍMPARES DESDE 1992

MAIS FACILIDADE NO PAGAMENTO

Agora pode efectuar o pagamento dos seus Seguros de forma mais prática, nas ATMs e/ou Internet Banking, através da Entidade e Referência presentes na sua factura.

fidelidadeimpar.co.mz     **84 320 7925**

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: apoioacliente@fidelidadeimpar.co.mz.

**A.M BEST
2024**





Dimensões da Responsabilidade Social: Dimensão Ambiental

Com o avanço da globalização e as mudanças no modo de actuação das empresas a nível mundial, surgem factores que influenciam o aparecimento de questões sociais anteriormente pouco consideradas, como é o caso dos problemas ambientais, que começam a ganhar destaque a nível internacional. A partir da década de 1960, registam-se alterações significativas no comportamento do consumidor, que, de forma gradual, passa a responsabilizar cada vez mais as empresas, demonstrando maior atenção às causas sociais. Este novo comportamento leva a um acompanhamento mais atento das acções empresariais, com um aumento das denúncias dirigidas a empresas cujas práticas são consideradas inadequadas.

No que respeita à vertente ambiental, uma empresa socialmente responsável deve promover, junto dos seus clientes, o uso racional dos recursos naturais, como a energia e a água, e responder às suas preocupações por meio de políticas ambientais. Para os colaboradores, é

essencial fomentar a responsabilidade ambiental no local de trabalho e incentivar práticas de produção mais limpas. Na relação com a sociedade, a empresa deve assegurar uma maior protecção do meio ambiente e valorizar o envolvimento com as comunidades onde se insere.

É, por isso, importante destacar que, ao integrarem estas práticas na sua estratégia de negócios, as empresas não só contribuem para a preservação ambiental, como também reforçam a sua reputação, atraem consumidores mais conscientes e podem conquistar vantagens competitivas no mercado sustentável. Uma empresa ambientalmente sustentável deve investir em tecnologias antipoluentes, reciclar produtos e resíduos, criar espaços verdes, manter uma relação ética com os organismos de fiscalização, implementar programas internos de educação ambiental, minimizar o impacto dos resíduos da produção no meio ambiente e assumir a responsabilidade pelo ciclo de vida dos seus produtos e serviços.



No que respeita à vertente ambiental, uma empresa socialmente responsável deve promover, junto dos seus clientes, o uso racional dos recursos naturais, como a energia e a água, e responder às suas preocupações por meio de políticas ambientais.

De forma contínua, as empresas descobrem novas formas de gestão alinhadas com as diretrizes do desenvolvimento sustentável. Multiplicam-se as investigações orientadas para a preservação da vida no planeta, ao mesmo tempo que ganham força os movimentos de educação ambiental, valorização cultural e compromisso colectivo, que ajudam a compreender melhor a necessidade de preservar o património comum da humanidade. A relação do ser humano com a natureza e com os outros tem vindo a transformar-se à medida que cresce o respeito pela vida, o que faz com que as empresas sejam alvo de pressões crescentes ligadas à preservação ambiental e à diversidade dos seus stakeholders, a quem é necessário dar respostas cada vez mais abrangentes.

Tanto a dimensão ambiental como os restantes aspectos da responsabilidade social das empresas constituem actualmente áreas cruciais, devendo integrar o conhecimento e a prática, seja em contexto académico, seja profissional. Como consequência directa da responsabilidade social, emergem novos desafios profissionais e necessidades de formação específica a nível global.

Deste modo, espera-se uma maior integração das questões ambientais na gestão do negócio, criando-se vantagens competitivas e práticas de prestação de serviços que permitam melhorar o sistema de gestão da empresa, através da inclusão de preocupações ambientais na planificação das actividades, reduzir os custos operacionais mediante a optimização dos processos produtivos, diminuir os encargos associados à produção de resíduos, reduzir os custos de matérias-primas e energia, assegurar um melhor cumprimento das exigências legais em matéria ambiental e melhorar a imagem e a competitividade da empresa no mercado.

Para que seja possível avaliar eficazmente o desempenho ambiental das empresas, o relatório socioambiental deve assumir um claro

“ Actualmente, as empresas enfrentam uma pressão crescente para complementar a divulgação da informação financeira tradicional com dados de natureza ambiental e outros elementos relevantes para os diversos intervenientes organizacionais, incluindo informações que até há pouco tempo eram consideradas confidenciais ou do domínio exclusivo da gestão.

compromisso com a verdade e ser amplamente disponibilizado ao público por todos os meios possíveis, incluindo a Internet. A informação apresentada deve ir além de uma simples lista de verificação de requisitos e procurar retratar com precisão a actividade da empresa e os seus efeitos sobre o meio ambiente num determinado período.

Actualmente, as empresas enfrentam uma pressão crescente para complementar a divulgação da informação financeira tradicional com dados de natureza ambiental e outros elementos relevantes para os diversos intervenientes organizacionais, incluindo informações que até há pouco tempo eram consideradas confidenciais ou do domínio exclusivo da gestão. Por esta razão, o desempenho ambiental ou a sustentabilidade ambiental tornaram-se uma preocupação prioritária para os stakeholders, especialmente para o consumidor, que hoje demonstra grande atenção ao posicionamento das empresas. ■

Crédito bancário em Moçambique: em contramão? Financiámos o consumo e esquecemos a produção?

Ivan Amade

A análise da evolução do crédito interno concedido pelos bancos em Moçambique, entre 2001 e 2024 — abrangendo 25 anos consecutivos e três ciclos governamentais, dos Presidentes Joaquim Alberto Chissano (1986–2004), Armando Emílio Guebuza (2005–2014) e Filipe Jacinto Nyusi (2015–2024) — revela uma tendência preocupante, por vezes contrária aos objectivos estratégicos definidos pelo Governo. A questão impõe-se: estarão o Governo e o sector bancário a remar em contramão? Financiámos o consumo e esquecemos a produção?

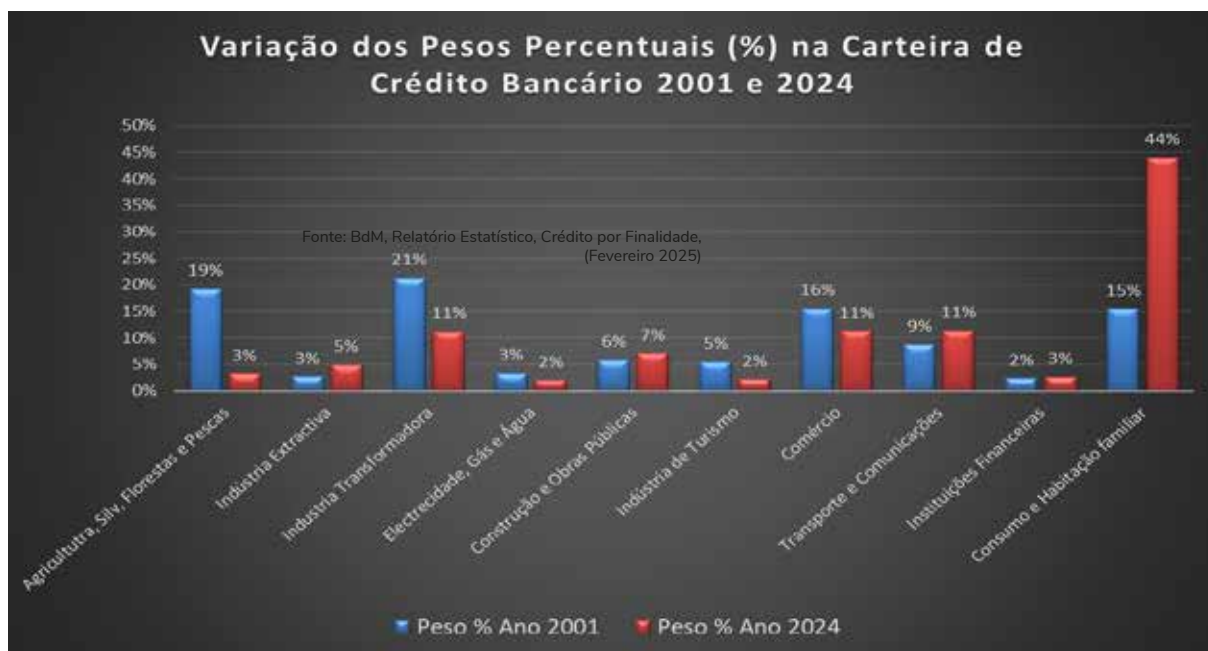
Segundo dados oficiais do Banco de Moçambique, entre 2001 e 2024, o volume total de crédito cresceu de 13,52 mil milhões para 248,62 mil milhões de meticais, o que representa uma variação positiva de 1738% (ver Tabela 1). No entanto, tal crescimento não se traduziu no reforço do financiamento aos sectores produtivos

— agricultura, indústria transformadora, turismo e obras públicas — pilares fundamentais para um desenvolvimento económico sustentável. Tanto a variação percentual como a absoluta são suficientemente expressivas para justificar uma reflexão crítica sobre a coerência das prioridades do sector bancário moçambicano face aos objectivos nacionais.

Importa recordar que, num mercado laboral dominado por uma população jovem (35%), maioritariamente rural (75%), com baixa qualificação e acesso limitado ao emprego formal (10%), são os sectores produtivos que detêm maior potencial de criação de postos de trabalho e promoção de um crescimento inclusivo. As estatísticas da População Economicamente Activa (PEA) revelam que cerca de 75% está envolvida em actividades primárias — agricultura, silvicultura, pesca e mineração — precisamente os sectores mais negligenciados pela banca nas últimas duas décadas e meia. Os dados falam por si.

CRÉDITO POR ACTIVIDADE ECONÓMICA E FINALIDADE (MIL MILHOES DE METICAIS)							
Sectores de Actividade	Ano 2001	Peso % Ano 2001	Ano 2024	Peso % Ano 2024	Var. Valor\$	Var % Valor	Var % Peso 01/24
Agricultura, Silv, Florestas e Pescas	2.60	19%	8.11	3%	5.52	112%	-83%
Indústria Extractiva	0.37	3%	12.30	5%	11.93	3145%	82%
Industria Transformadora	2.88	21%	27.84	11%	24.96	768%	-47%
Electricidade, Gás e Água	0.45	3%	5.09	2%	4.64	941%	-38%
Construção e Obras Públicas	0.78	6%	17.65	7%	16.86	2051%	22%
Indústria de Turismo	0.74	5%	5.47	2%	4.73	537%	-60%
Comércio	2.10	16%	28.01	11%	25.91	1132%	-28%
Transporte e Comunicações	1.19	9%	28.33	11%	27.15	2183%	30%
Instituições Financeiras	0.33	2%	6.60	3%	6.27	1822%	10%
Consumo e Habitação familiar	2.09	15%	109.21	44%	107.12	5026%	184%
MÉDIA	1.35	10%	24.86	10%	23.51	1772%	7%
TOTAL	13.52	100%	248.62	100%	235.10	1639%	

Fonte: BdM, Relatório Estatístico, Crédito-por-Finalidade, Fevereiro 2025



Fonte: BdM, Relatório Estatístico, Crédito por Finalidade, (Fevereiro 2025)

Outro aspecto relevante é a relação entre crédito e inflação, operando através de vários canais de transmissão monetária: o da procura agregada (onde o crédito ao consumo estimula a procura interna e pressiona os preços), o canal cambial (onde o aumento do crédito pode depreciar a moeda, encarecendo as importações), e o das expectativas (onde a percepção de expansão monetária excessiva gera antecipações inflacionistas). Felizmente, a política monetária do Banco de Moçambique tem-se mostrado eficaz no controlo dessas pressões — os dados não mentem.

Segundo dados da carteira de crédito por actividade económica e finalidade, o sector agrário continua a ser marginalizado. Entre 2001 e 2024, o crédito à agricultura, silvicultura, florestas e pescas apenas duplicou (112%), passando de 2,6 para 5,52 mil milhões de meticais — quando a média de crescimento dos outros sectores foi de 1639%. A sua participação na carteira total de crédito desceu de 19% para apenas 3%, o que é alarmante, dada a importância do sector para a segurança alimentar, contenção da inflação, combate à pobreza rural e redução da dependência externa.

Paradoxalmente, o crédito ao consumo e à

habitação familiar é o que mais cresceu nos últimos 25 anos: cerca de 5026%, passando de 2,09 para 107,12 mil milhões de meticais, aumentando a sua participação na carteira total de 15% para 44% (ver Tabela 1 e Gráfico 1). Tal evolução levanta sérias preocupações quanto à orientação estratégica do sector bancário.

Na perspectiva da economia positiva, o crédito ao consumo pode impulsionar a procura agregada e estimular a produção. Porém, em Moçambique, isso não ocorre devido às fragilidades sistémicas das cadeias de valor nacionais. Sob o prisma da alocação eficiente de recursos, o capital financeiro deveria ser canalizado para sectores com maior retorno económico e social a longo prazo. Quando o crédito se orienta para o consumo e não para a produção, temos uma ineficiência estrutural que limita o crescimento e a criação de emprego.

É igualmente importante compreender as razões pelas quais os bancos evitam os sectores produtivos. Para além de um eventual desalinhamento estratégico, há riscos reais: baixa rentabilidade comparativa, fraca competitividade, elevado risco climático (especialmente na agricultura), escassez de garantias patrimoniais e



Moçambique não pode continuar a priorizar o consumo enquanto os pilares da soberania económica, da segurança alimentar e da capacidade produtiva são negligenciados.

informalidade dos negócios. Conceder crédito ao consumo é, muitas vezes, mais fácil, seguro e flexível.

Moçambique, sendo um país marcadamente importador, vê-se prejudicado por esta lógica de crédito centrada no consumo. Devemos questionar: (1) quem são os beneficiários do crédito ao consumo e à habitação? e (2) onde é gasto esse dinheiro? A resposta é clara: na importação de bens de consumo. Promover o endividamento das famílias sem criar valor produtivo interno apenas aprofunda a dependência externa, o desemprego estrutural e a estagnação.

Este problema agrava-se no contexto macroeconómico actual. O crédito ao consumo melhora o bem-estar imediato das famílias, mas, sem investimento na produção, perpetua um ciclo de dependência. Cada metical aplicado em importações representa uma oportunidade perdida de fortalecer a produção interna.

Perante este cenário, impõe-se uma acção concertada entre o Governo e o sector financeiro. O crédito deve ser reorientado para sectores estratégicos como a agricultura, agro-indústria, turismo e infraestruturas, de forma a construir um crescimento mais resiliente, inclusivo e sustentável.

Com o início do novo quinquénio liderado pelo Presidente Daniel Francisco Chapo e a implementação de instrumentos como o Fundo de Apoio às Iniciativas Juvenis (FAIJ), o Banco de Desenvolvimento, o Fundo de Desenvolvimento Económico Local (FDEL) e o Fundo de Recuperação Económica (FRE), surgem oportunidades concretas para corrigir a distorção actual: hoje, o crédito ao consumo é quase vinte vezes superior ao destinado à agricultura ou ao turismo.

Estes mecanismos reconhecem, implicitamente, as falhas do modelo de crédito bancário tradicional. Porém, para serem eficazes, devem superar os mesmos obstáculos: mitigação de riscos,

selecção rigorosa de projectos, redução de custos operacionais e garantia de sustentabilidade a longo prazo.

Persistem, no entanto, questões críticas: Como garantir que estes instrumentos enfrentem os riscos que afastam os bancos? Como assegurar o reembolso de créditos sem garantias reais? Como evitar o financiamento de projectos inviáveis? Que modelo de gestão impedirá a sua captura política e assegurará transparência e eficácia?

Moçambique não pode continuar a priorizar o consumo enquanto os pilares da soberania económica, da segurança alimentar e da capacidade produtiva — consagrados na Constituição da República, na Estratégia Nacional de Desenvolvimento (ENDE) 2025–2044 e noutros instrumentos — são negligenciados. Persistir neste modelo é perpetuar uma economia frágil, importadora e dependente.

O crédito, seja bancário ou alternativo, deve ser um catalisador do desenvolvimento, não um reforço da dependência. Urge corrigir o rumo. Só uma vontade política firme, aliada a incentivos económicos adequados, poderá transformar o comportamento do sistema bancário em prol do bem comum.

Re-orientar o crédito para os sectores produtivos não é apenas uma necessidade técnica ou financeira: é um imperativo estratégico para o presente e o futuro do país. Precisamos de um sistema financeiro alinhado com as prioridades nacionais, que valorize a produção interna e promova uma economia mais autónoma.

Na busca da independência económica, inverta o Presidente Chapo o rumo actual do crédito bancário? Os dados de 2030 darão os primeiros sinais, e os de 2035 consolidarão a resposta ao longo dos seus dez anos de mandato. Como lembra o velho provérbio: “Quem só come, sem semear, um dia vai passar fome.” 

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.



A mentoria que transforma sonhos em negócios de sucesso

A Kátia Nguelume é uma referência no mundo do empreendedorismo, ajudando a transformar desafios em oportunidades através da sua experiência e visão estratégica. Como mentora, dedica-se a orientar empreendedores a alcançarem o seu máximo potencial, promovendo uma mentalidade resiliente e focada no sucesso. Nesta entrevista, partilha a sua trajectória, os principais desafios do sector e os segredos para uma liderança eficaz.

Kátia, gostaríamos de conhecer a sua trajectória profissional e o que a inspirou a tornar-se mentora de empreendedores. Quais foram os momentos-chave que moldaram o seu percurso até aqui?

O meu percurso profissional foi construído com base em desafios que, mais do que obstáculos, se revelaram verdadeiras oportunidades de crescimento. Desde cedo, percebi que o meu propósito era impactar positivamente a vida das pessoas através do empreendedorismo. O momento-chave deu-se quando liderava uma equipa e testemunhei o potencial de cada membro ser desbloqueado com a orientação certa. Foi então que decidi dedicar-me à mentoria, para ajudar outros a alcançar o sucesso que merecem.”

O que considera serem as qualidades essenciais para um bom mentor de empreendedores? Como aplica esses princípios na sua abordagem de mentoria?

Acredito que um bom mentor deve possuir empatia, escuta activa e visão estratégica. Na minha abordagem, foco-me em compreender profundamente os desafios dos meus mentorandos, oferecendo uma orientação personalizada e prática. O meu objectivo é capacitá-los a tomar

decisões informadas e a desenvolver uma mentalidade resiliente, essencial para prosperar no mundo dos negócios.

Na sua experiência, quais são os maiores desafios que os empreendedores enfrentam actualmente e como a sua mentoria contribui para ultrapassá-los com sucesso?

Os principais desafios incluem a falta de clareza no modelo de negócio, a gestão de recursos limitados e o medo do fracasso. A minha mentoria actua como um catalisador para transformar esses desafios em oportunidades. Ajudo os empreendedores a definirem metas claras, a optimizarem processos e, acima de tudo, a acreditarem no seu potencial para superar qualquer adversidade.”

A construção de uma mentalidade empreendedora forte é crucial para o sucesso. Que estratégias ou conselhos costuma partilhar com os seus mentorandos para desenvolverem esta mentalidade vencedora?

O sucesso começa na mente. Encorajo os meus mentorandos a adoptarem uma mentalidade de crescimento, em que cada desafio é visto como uma oportunidade de aprendizagem. Promovo a disciplina, a autoconfiança e a definição

de objectivos ambiciosos, mas realistas. Acredito que o segredo reside em manter o foco, ser resiliente e nunca perder de vista o 'porquê' que os levou a empreender.

O papel do mentor vai para além de orientar; envolve inspirar e motivar. Que histórias de sucesso ou transformação mais a marcaram na sua carreira enquanto mentora?

Há muitas histórias inspiradoras, mas uma que me marcou foi a de um jovem empreendedor que, quando o conheci, duvidava do seu potencial. Através da mentoria, conseguimos transformar a sua visão e ele lançou um negócio inovador que hoje gera emprego para dezenas de pessoas. Ver essa transformação é o que me motiva a continuar, pois prova que o impacto da mentoria vai muito além dos resultados financeiros.

Para quem deseja encontrar um mentor ou iniciar uma jornada empreendedora, que conselhos daria? E como acredita que a sua experiência e abordagem se destacam no apoio aos futuros líderes e inovadores?

O meu conselho é simples: rodeie-se de pessoas que o desafiem a crescer. Um bom mentor não dá apenas respostas, mas faz as perguntas certas. O que me distingue como mentora é a minha capacidade de combinar experiência prática com uma abordagem humana e personalizada. O meu compromisso é ajudar cada empreendedor a descobrir o seu potencial único e a construir um caminho de sucesso sustentável. 



O talento que está a marcar gerações

Tamyris Valéria Sérgio Moiane, conhecida artisticamente como Tamyris Moiane, é uma talentosa cantora moçambicana que tem vindo a destacar-se no panorama musical do país. Desde cedo, demonstrou uma paixão pela música, intensificando-a em 2018 ao participar num reality show que lhe permitiu desenvolver as suas habilidades vocais. Aos 14 anos, lançou a sua primeira música intitulada “Amizades Verdadeiras”, em colaboração com o conceituado músico Abel Lasté. O seu talento e carisma rapidamente chamaram a atenção do público moçambicano, levando-a a colaborar com artistas de renome como Hot Blaze e Dama do Bling. Em 2021, Tamyris Moiane recebeu o certificado de “Artista Revelação” pela Rádio Cidade, consolidando

a sua posição na indústria musical moçambicana. Além disso, tornou-se a primeira cantora moçambicana a obter o selo de verificação no Facebook antes dos 18 anos de idade, demonstrando a sua crescente influência nas redes sociais. Em abril de 2023, lançou o single “Único”, uma canção que retrata a história de uma adolescente apaixonada, reforçando a sua versatilidade artística. Tamyris Moiane continua a encantar os fãs com a sua voz melodiosa e presença cativante, afirmando-se como uma das estrelas em ascensão na música moçambicana. Para comemorar o mês da mulher moçambicana a revista negócios entrevistou a Tamyris Moiane para partilhar os desafios da mulher e da sua profissão.

Tamyris a sua carreira tem sido marcada por muito talento e dedicação. O que a motivou a seguir a música e quais foram os maiores desafios que enfrentou nesse percurso?

A música sempre foi uma grande paixão para mim. Desde pequena, adorava cantar e imitava artistas que admirava. Com o tempo, percebi que queria fazer disto a minha vida. O maior desafio foi ganhar espaço na indústria musical, porque há muitas expectativas e comparações. Além disso, conciliar os estudos e a música também não foi fácil, mas com muito esforço e apoio da minha família, fundamentalmente da minha mãe, por sinal, a minha produtora, consegui avançar.

Sendo uma das vozes mais influentes do país, como vê o espaço das mulheres na indústria musical moçambicana? Acredita que ainda existem barreiras para as artistas femininas?

Acredito que as mulheres estão a ganhar cada vez mais espaço na música moçambicana, mas ainda há muitos desafios. Muitas vezes, temos de provar que somos talentosas e capazes, porque a indústria ainda é muito dominada por homens. Felizmente, existem muitas mulheres talentosas a abrir caminho e a inspirar outras a seguir os seus sonhos. Espero que no futuro seja mais fácil para todas nós.

Como concilia a sua vida pessoal com a exigente carreira artística? Que mensagem deixaria para outras jovens que sonham em seguir este caminho?

Não é fácil, mas tento organizar bem o meu tempo. Quando não estou a cantar ou a gravar, gosto de estar com a família e amigos, porque são eles que me dão força. Para as jovens que sonham seguir a música, diria para nunca desistirem, mesmo quando as coisas parecem difíceis. O importante é acreditar no próprio talento e trabalhar muito para melhorar sempre.

A música tem um poder transformador. Como vê o seu papel como artista na promoção de temas importantes para as mulheres moçambicanas, como a igualdade de oportunidades e o empoderamento feminino?

Acredito que a música pode inspirar e dar voz a muitas causas. Quero que as minhas músicas transmitam mensagens positivas e encorajem outras mulheres a acreditarem em si mesmas. Como mulher jovem, sinto que também estou a aprender e a crescer, mas quero usar a minha plataforma para falar sobre temas importantes e motivar outras raparigas a seguirem os seus sonhos sem medo.

O que os seus fãs podem esperar de si nos próximos tempos? Há novos projectos ou colaborações que nos pode revelar, sabemos que esteve recentemente em Portugal?

Tenho muitos planos e estou a trabalhar em novas músicas! Quero continuar a crescer como artista e trazer novidades para os meus fãs. Espero lançar novas canções este ano e quem sabe até um álbum. Também gostaria de colaborar com outros artistas, tanto de Moçambique como de fora. O mais importante é continuar a fazer aquilo que amo e levar a minha música a mais pessoas. 





Hanifa Hassangy,
Directora de Capital Humano
do Absa Bank Moçambique

Cinco anos de trabalho híbrido: lições aprendidas e perspectivas para o futuro”

Há cinco anos, em 20 de março de 2020, muitas organizações enfrentaram um marco significativo: a implementação do modelo de trabalho híbrido. Essa mudança ocorreu em um período de incertezas e desafios, quando a pandemia da Covid-19 transformou profundamente a forma como trabalhávamos.

Diante do aumento acelerado dos casos de Covid-19, foi necessário implementar rapidamente planos de gestão de crise para assegurar a segurança de todos e garantir a continuidade das operações. O teletrabalho tornou-se uma necessidade imediata, levando à criação de soluções ágeis, como pré-registros online para idas ao escritório, inquéritos rápidos obrigatórios para detecção de sintomas e colaboração sob regras rigorosas de convivência e distanciamento.

Inicialmente, o trabalho remoto surgiu como uma resposta à pandemia, mas logo se percebeu que poderia ser muito mais. Antes desse período, o mercado global já caminhava para modelos de trabalho mais flexíveis, e algumas organizações estavam na vanguarda dessa transformação. A

filosofia de free seating e o estacionamento rotativo em determinados edifícios já apontavam para um modelo mais dinâmico e inclusivo.

Foi nesse contexto que, em março de 2022, muitas empresas formalizaram o modelo híbrido como uma estrutura definitiva, introduzindo Novas Formas de Trabalhar (New Ways of Working), compostas por duas modalidades: trabalho permanente no escritório e trabalho híbrido. Para apoiar essa transição, assegurou-se a disponibilização de infraestruturas adequadas, como secretárias, cadeiras ergonômicas e internet fixa, garantindo que cada colaborador tivesse as condições necessárias para desempenhar suas funções com excelência.

UM MODELO QUE REFLETE A CULTURA ORGANIZACIONAL

O impacto dessa decisão tornou-se evidente. O modelo híbrido não é apenas uma política – é um reflexo da cultura e dos valores organizacionais. Proporcionou um melhor equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, aumentou a

“ Inicialmente, o trabalho remoto surgiu como uma resposta à pandemia, mas logo se percebeu que poderia ser muito mais.

“ A implementação do modelo híbrido exigiu um esforço significativo em termos de adaptação tecnológica e transformação cultural. Foi necessário superar barreiras de comunicação, garantir a coesão das equipes e assegurar que todos tivessem acesso igualitário às ferramentas e recursos necessários para o desempenho eficaz de suas funções.

produtividade e reduziu o tempo e os custos de deslocamento, promovendo um ambiente de trabalho mais saudável e motivador.

Além disso, essa abordagem fortalece a sustentabilidade do talento. Permite que cada um desenvolva competências essenciais para o futuro do trabalho, como a autogestão e a adaptabilidade, criando uma equipe mais resiliente e preparada para os desafios do mercado. Também reforça o compromisso com um serviço de excelência, ao proporcionar maior flexibilidade na gestão do tempo, resultando em um atendimento mais atencioso e personalizado aos clientes.

A transição para o modelo híbrido impulsionou, ainda, o crescimento do uso de soluções digitais. Equipados com ferramentas tecnológicas avançadas, os colaboradores passaram a ter acesso contínuo e eficiente às plataformas digitais, facilitando a interação com os clientes e a prestação de serviços de elevada qualidade. Essa evolução não só aprimorou a experiência do cliente, como também fomentou a inovação e a competitividade no cenário digital.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Naturalmente, essa mudança não foi isenta de desafios. A implementação do modelo híbrido exigiu um esforço significativo em termos de adaptação tecnológica e transformação cultural. Foi necessário superar barreiras de comunicação, garantir a coesão das equipes e assegurar que todos tivessem acesso igualitário às ferramentas e recursos necessários para o desempenho eficaz de suas funções. A gestão do desempenho e a manutenção da cultura organizacional à distância foram aspectos críticos, exigindo abordagens inovadoras e flexíveis por parte da liderança.

À medida que avançamos, é fundamental enfrentar esses desafios com resiliência e criatividade. O investimento contínuo na formação dos colaboradores – sobretudo em competências digitais e de autogestão – será determinante para manter a competitividade e a agilidade no mercado.

Além disso, é essencial explorar constantemente novas formas de integrar tecnologias emergentes, como a inteligência artificial e a realidade aumentada, para aprimorar ainda mais a experiência do trabalho híbrido. A flexibilidade será, cada vez mais, um pilar essencial dos modelos de negócio, garantindo um ambiente inclusivo e adaptável, onde cada colaborador possa prosperar.

UMA JORNADA DE APRENDIZAGEM E INOVAÇÃO

Com um olhar voltado para o futuro, reconhece-se que a flexibilidade no trabalho é um processo contínuo de aprendizagem e inovação. É crucial ouvir os colaboradores, adaptar as práticas e liderar com espírito de colaboração e confiança. Assim, é possível construir um futuro onde o trabalho é mais conectado, eficiente e humano.

Cinco anos após a pandemia, algumas organizações mantêm-se como pioneiras na preservação do modelo híbrido. Esse compromisso reflete uma visão de futuro e a confiança depositada nos colaboradores para trabalharem com autonomia e responsabilidade. Essa história só foi possível porque cada um acreditou na mudança, adaptou-se e, com maturidade, desempenhou seu papel para que esse modelo se tornasse uma realidade. 

Pedro Frederico Cossa é o novo PCA da Bolsa de Valores de Moçambique, S.A.

Reunida em Assembleia-Geral, na Cidade de Maputo, a Bolsa de Valores de Moçambique, S.A. (BVM, S.A.) indicou, recentemente, Pedro Frederico Cossa para exercer o cargo de Presidente do Conselho de Administração (PCA). O cargo era anteriormente ocupado pelo actual Ministro da Planificação e Desenvolvimento, Salim Cripton Valá.

Na ocasião, Pedro Cossa, economista com uma longa carreira nos sectores financeiro e empresarial, agradeceu a confiança nele depositada e destacou os desafios e oportunidades que o mercado de capitais moçambicano enfrenta.

«A BVM, S.A. tem um papel crucial na promoção do crescimento económico do nosso País, sendo uma alternativa de captação de recursos para as Pequenas e Médias Empresas (PME's), projectos nacionais e não só», afirmou Cossa, no seu discurso de tomada de posse.

O novo PCA da BVM, S.A. sublinhou a importância de tornar a Bolsa mais atractiva para investidores locais e internacionais, apontando a diversificação dos activos e a modernização da infra-estrutura como prioridades da sua gestão.

«Num contexto global cada vez mais dinâmico e desafiante, a BVM, S.A. deve ser um modelo de eficiência, transparência e boa governação», reforçou, salientando que o fortalecimento da Bolsa será uma prioridade, com vista a atrair mais capital e a impulsionar o desenvolvimento económico de Moçambique.

Cossa explicou, igualmente, que a digitalização e a inovação constituem ferramentas essenciais para a evolução do mercado de capitais. Segundo o novo PCA, a transformação digital será determinante para garantir a competitividade da BVM, S.A. e facilitar o acesso dos investidores aos activos financeiros de forma mais célere e transparente.



“a digitalização e a inovação constituem ferramentas essenciais para a evolução do mercado de capitais. Segundo o novo PCA, a transformação digital será determinante para garantir a competitividade da BVM, S.A. e facilitar



“ Com esta nomeação, a BVM, S.A. aposta na liderança de Pedro Cossa para dar novos passos na criação de um mercado de capitais mais robusto e dinâmico, capaz de acompanhar as tendências globais e impulsionar o crescimento sustentável da economia moçambicana

Por seu turno, a Presidente do Conselho de Administração do Instituto de Gestão das Participações do Estado (IGEPE), Dra. Ana Isabel Senda Coanai, fez questão de destacar a importância estratégica da BVM, S.A. para o desenvolvimento económico do País. Manifestou total apoio à nova liderança de Pedro Cossa, reafirmando o compromisso de uma maior aproximação e interacção entre as duas instituições, com vista ao fortalecimento das operações bolsistas e ao estímulo ao crescimento do mercado de capitais.

«Com esta nomeação, a BVM, S.A. aposta na liderança de Pedro Cossa para dar novos passos na criação de um mercado de capitais mais robusto e dinâmico, capaz de acompanhar as tendências globais e impulsionar o crescimento sustentável

da economia moçambicana», afirmou Ana Coanai.

Pedro Cossa ingressou na BVM, S.A. em 2009, tendo exercido diversos cargos de direcção, entre os quais o de Director-Adjunto de Operações. À data da sua nomeação, desempenhava as funções de Administrador Financeiro da Empresa Municipal de Mobilidade e Estacionamento da Cidade de Maputo, cargo para o qual fora nomeado em Julho de 2024.

Refira-se que Pedro Cossa é, igualmente, Presidente da Associação Moçambicana de Economistas (AMECON), tendo já exercido as funções de Secretário-Geral da Organização da Juventude Moçambicana e sido deputado da Assembleia da República. 

Novo terminal “desafoga” porto de Maputo

Feliz Mangane (Texto)

Um novo capítulo na logística nacional acaba de ser inaugurado com a entrada em funcionamento do Terminal Internacional de Mercadorias do Corredor Logístico de Maputo (CLM), uma infra-estrutura que promete “desafogar” o Porto de Maputo e a fronteira de Ressano Garcia.

Esta iniciativa é fruto de uma parceria estratégica entre o Ministério dos Transportes e Comunicações e a CLM, com metas ambiciosas: melhorar o fluxo de mercadorias, facilitar o comércio regional e, sobretudo, contribuir para a redução do custo de vida dos moçambicanos.

A inauguração oficial da unidade coincidiu com a visita do Ministro dos Transportes e Comunicações, João Matlombe, que percorreu as instalações do terminal, incluindo os armazéns, serviços aduaneiros, despachantes e demais áreas logísticas. Para o governante, trata-se de uma infra-estrutura “imponente”, com um papel determinante para o desenvolvimento económico.

“Esta é uma infra-estrutura estratégica que garante o trânsito de mercadorias não só em Maputo, mas também em toda a zona sul. Aqui temos serviços integrados que facilitam a tramitação logística para exportação e importação”, destacou o Ministro.

A unidade visa tornar-se um verdadeiro hub logístico, concentrando os serviços do Estado necessários para o desalfandegamento de

mercadorias e promovendo uma gestão mais eficiente do comércio internacional que transita pelo sul do País.

MELHORIA DE ACESSOS: EN2 NA ROTA DA REABILITAÇÃO

Complementando o esforço logístico, o Governo compromete-se a reabilitar a Estrada Nacional n.º 2 (EN2), vital para o transporte de mercadorias entre Moçambique e os países vizinhos, através das fronteiras de Goba e Namaacha. Segundo Matlombe, o concurso público para a concessão da EN2 será lançado ainda este ano, reconhecendo o estado crítico actual da via.

“Estamos conscientes de que a EN2 não está preparada para o tráfego intenso de camiões. A reabilitação é urgente e está no nosso plano de acção para este ano”, garantiu.

UMA VISÃO DE FUTURO

Para Clávio Macuácu, Presidente do Conselho Directivo da CLM, esta é uma oportunidade para reposicionar Moçambique como um centro logístico competitivo na região da SADC.

“Este terminal é um novo começo. Ao integrar os serviços e dinamizar os corredores, vamos reduzir os custos de operação e, por consequência, o custo de vida das populações. Goba e Namaacha vão agora poder desembaraçar mercadorias localmente, o que representa um salto qualitativo”, afirmou Macuácu.

A colaboração entre o sector público e o

“Esta é uma infra-estrutura estratégica que garante o trânsito de mercadorias não só em Maputo, mas também em toda a zona sul. Aqui temos serviços integrados que facilitam a tramitação logística para exportação e importação”



privado representa um avanço na materialização da visão estratégica do País: um Moçambique mais integrado, competitivo e economicamente sustentável. Com estas mudanças, espera-se não apenas um alívio no tráfego de mercadorias, mas também um impulso significativo ao comércio regional e à economia nacional.

NOVA DIRECÇÃO DAS ALFÂNDEGAS REFORÇA PRIORIDADE AO TERMINAL DA CLM

Dando seguimento ao fortalecimento institucional da logística nacional, o recém-empossado Director-Geral das Alfândegas, Osvaldo Correia, realizou a sua primeira visita oficial ao Terminal Internacional de Mercadorias da CLM, apenas dias após assumir funções.

A escolha do local como destino inaugural da sua agenda de trabalho não foi aleatória: segundo Correia, a visita simboliza o grau de prioridade que a nova direcção atribui a esta infra-estrutura estratégica.

“Antes mesmo de visitar as fronteiras, fizemos questão de vir aqui. Isso demonstra a prioridade que o tema CLM representa para as Alfândegas”, afirmou o Director, sublinhando o compromisso da sua direcção com a modernização e a eficiência dos serviços aduaneiros.

Durante a visita, que decorreu esta quarta-feira, Osvaldo Correia esteve acompanhado por assistentes e assessores e percorreu várias zonas do terminal, incluindo os armazéns, o departamento dos despachantes aduaneiros e a repartição das Alfândegas. Em cada ponto, teve oportunidade de conhecer em detalhe o funcionamento operacional da unidade, elogiando a organização e as condições existentes.

PLANO DE EXPANSÃO: 20 MIL METROS QUADRADOS A CAMINHO

No fecho da visita, o Presidente do Conselho Directivo da CLM, Clávio Macuácu, apresentou ao Director-Geral um ambicioso plano de expansão do terminal. A proposta prevê o aumento da área operacional em mais 20 mil metros quadrados, com obras programadas para o final do terceiro trimestre de 2025. Este projecto representa um investimento robusto de 20 milhões de dólares norte-americanos, sinal claro do compromisso da CLM com o crescimento sustentável e a melhoria contínua dos serviços logísticos.

A expansão da infra-estrutura pretende responder à crescente procura por serviços aduaneiros mais ágeis e integrados, consolidando o papel do terminal como plataforma de referência para o comércio internacional e regional. **IN**

AfriGrown: A força logística que conecta Moçambique ao mundo

A AfriGrown é uma empresa moçambicana que tem vindo a ganhar destaque no comércio internacional pela forma como consegue ligar os vastos recursos naturais do continente africano aos mercados globais. Ninguém melhor do que o Desenvolvedor de Negócios Sénior da AfriGrown, José Cossa, para revelar o segredo do sucesso desta empresa, cuja estratégia assenta numa logística eficiente, inovação tecnológica e um compromisso firme com a sustentabilidade.

UMA PONTE ENTRE ÁFRICA E O MUNDO

Segundo José Cossa, “os portos são verdadeiros pilares na nossa cadeia logística. Representam pontos de entrada e saída cruciais para o escoamento de commodities africanas para os mercados globais.” A empresa está presente em várias regiões de África, com operações em portos importantes como Durban, Beira, Nacala e Maputo, o que permite maior agilidade e proximidade com os clientes. Para além do transporte marítimo, a empresa investe fortemente no uso do caminho-de-ferro, ligando zonas agrícolas, centros industriais e minas aos principais corredores de exportação. Esta integração logística permite escoar grandes volumes com maior eficiência, o que é essencial num continente tão vasto e diverso.

A sustentabilidade é também uma prioridade. A AfriGrown trabalha com produtores certificados e utiliza tecnologia digital para garantir que cada produto possa ser rastreado desde a origem até ao destino final. Como afirma Cossa, “a sustentabilidade está no centro das nossas operações.”

EFICIÊNCIA OPERACIONAL E SOLUÇÕES MULTIMODAIS EM ÁFRICA

Num continente onde os desafios logísticos são significativos, a AfriGrown apresenta-se como um caso exemplar de superação operacional e inovação estratégica. As infra-estruturas portuárias em África, ainda marcadas por

limitações físicas e administrativas, têm sido um dos principais focos de investimento e colaboração da empresa. “Alguns dos maiores desafios incluem limitações de infra-estrutura, burocracias alfandegárias e variações nos padrões de eficiência entre portos,” refere Cossa. “Superamos essas barreiras investindo em tecnologia, capacitação de equipas locais e parcerias estratégicas com operadores portuários.”

A empresa aposta também fortemente na intermodalidade. O transporte ferroviário é, para a AfriGrown, uma peça-chave: “É essencial para a nossa proposta de valor, especialmente no que toca a grandes volumes e distâncias longas.” Esta abordagem permite não só a redução de custos logísticos, como também uma melhoria significativa na previsibilidade e nos prazos de entrega.

Com presença física em locais estratégicos, como os portos de Durban (África do Sul), Beira e Nacala (Moçambique) e a base interior de Tete, a AfriGrown assegura ligações eficazes entre os centros de produção e os mercados internacionais. Estas bases operacionais funcionam como hubs logísticos, permitindo maior controlo, personalização do serviço e capacidade de resposta.

ÁFRICA COMO DESTINO DE CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

Para os investidores que procuram oportunidades de impacto e crescimento sustentável, a



José Cossa, desenvolvedor de negócios sénior da AfriGrown,

AfriGrown oferece uma proposta sólida e promissora. Com operações bem estabelecidas e uma visão clara de longo prazo, a empresa posiciona-se como um facilitador estratégico no aproveitamento do potencial africano.

“Temos identificado oportunidades de colaboração com operadores públicos e privados no sector ferroviário. O nosso objectivo é apoiar projectos que aumentem a capacidade de escoamento de recursos naturais e reforcem a interligação regional,” explica José Cossa.

A presença internacional da AfriGrown, com escritórios no Canadá, China, Angola, África do Sul e Portugal, garante a ligação directa aos principais centros de decisão e consumo mundiais. Estes escritórios funcionam como “pontes comerciais entre África e os principais mercados consumidores”, permitindo facilitar negociações, atrair capital e garantir conformidade com os mais altos padrões de qualidade.

Quanto à expansão de mercado, a AfriGrown está focada em regiões estratégicas: “A Ásia (especialmente China e Índia), a Europa e a América do Norte são prioritárias, mas também estamos a explorar novas oportunidades em mercados emergentes.”

Com os sectores da mineração, agricultura e energia a liderarem o crescimento actual da

empresa, os planos futuros incluem a diversificação através da industrialização local, soluções digitais e logística verde. “Nos próximos cinco anos, pretendemos diversificar ainda mais, apostando na industrialização local, logística verde e soluções digitais para aumentar a eficiência e a competitividade dos nossos serviços,” revela Cossa.

A mensagem para os investidores é clara: “África é um continente de oportunidades reais e a AfriGrown é o parceiro certo para quem deseja investir com impacto, segurança e visão de longo prazo.”

UMA VISÃO AFRICANA COM IMPACTO GLOBAL

A AfriGrown representa o que de melhor se faz em África: inovação adaptada à realidade local, compromisso com o desenvolvimento sustentável e ambição de conquistar mercados globais. Através de uma rede logística integrada, investimentos em infra-estrutura e uma visão centrada nas pessoas e no planeta, a empresa está a redefinir o papel de África no comércio mundial.

Seja para o cidadão comum, o profissional logístico ou o investidor global, a AfriGrown mostra que o futuro de África já começou, e passa por cadeias de valor mais inteligentes, sustentáveis e inclusivas.



EMOSE lança balcão exclusivo para clientes corporativos

“Com esta aposta, a EMOSE pretende ir além da simples prestação de serviços de seguros. O novo espaço foi concebido também como um centro de consultoria especializado, oferecendo apoio técnico e estratégico aos seus parceiros empresariais.”

Feliz Mangane (Texto)

Num gesto que evidencia o seu compromisso com a modernização e a excelência no atendimento, a Empresa Moçambicana de Seguros (EMOSE) deu um importante passo na consolidação da sua presença no mercado corporativo moçambicano, ao inaugurar oficialmente o Balcão Corporate, um espaço exclusivo, concebido para responder com eficácia e personalização às necessidades dos clientes empresariais, grandes contas, bem como instituições públicas e privadas.

Este novo balcão, localizado na Avenida Eduardo Mondlane, em Maputo, é o primeiro do género

no âmbito da estratégia da EMOSE e marca uma nova era no relacionamento da seguradora com os seus parceiros corporativos. A iniciativa insere-se no plano de reposicionamento da empresa no mercado, com uma aposta num serviço mais próximo, diferenciado e centrado em soluções integradas.

“A inauguração simboliza o compromisso claro que a EMOSE assume para com os seus clientes e parceiros, garantindo a qualidade dos serviços a prestar, com maior flexibilidade e confiança. Este balcão é dedicado exclusivamente às empresas e instituições, ou seja, àqueles que actuam de forma corporativa. Entendemos que é necessário prestar um serviço diferenciado a

“Com esta aposta, a EMOSE pretende ir além da simples prestação de serviços de seguros. O novo espaço foi concebido também como um centro de consultoria especializado, oferecendo apoio técnico e estratégico aos seus parceiros empresariais.”



este segmento, para assegurar maior fluidez nas respostas que devemos dar às suas preocupações”, afirmou o Presidente do Conselho de Administração da EMOSE, Janfar Abdulai.

Com esta aposta, a EMOSE pretende ir além da simples prestação de serviços de seguros. O novo espaço foi igualmente concebido como um centro de consultoria especializado, oferecendo apoio técnico e estratégico aos seus parceiros empresariais.

“Os nossos principais parceiros, como são os corretores que nos trazem volumes de negócios significativos, serão também atendidos aqui. Terão um atendimento personalizado, mais ágil e mais flexível. Equipámos este balcão com quadros qualificados, capazes não apenas de fornecer os produtos, mas igualmente de prestar

consultoria na área de seguros”, reforçou Janfar Abdulai.

A abertura do Balcão Corporate surge como uma resposta clara às exigências de um mercado em constante transformação, onde a personalização, a agilidade e a competência técnica são cada vez mais determinantes para a competitividade.

Com esta inovação, a EMOSE reafirma-se como uma seguradora visionária, orientada para o futuro e alinhada com as reais necessidades das empresas moçambicanas, posicionando-se como um parceiro seguro, que não apenas protege, mas também acompanha de forma estratégica o crescimento e a sustentabilidade dos seus clientes institucionais. 



Hollard Reforça Posição no Mercado Moçambicano

A Hollard Moçambique Seguros concluiu com êxito a aquisição da totalidade do capital accionário da Global Alliance Seguros, S.A., reforçando a sua posição no mercado moçambicano.

Esta operação estratégica, efectuada após obtenção das necessárias aprovações regulamentares, demonstra o firme compromisso da Hollard com o desenvolvimento do sector segurador em Moçambique.

O Director-Geral da Hollard Moçambique, Henri Mittermayer, considerou esta aquisição um marco transformador para a companhia e para o mercado segurador moçambicano, afirmando: “Esta aquisição reflecte o nosso compromisso com a inovação contínua, a melhoria da experiência dos clientes e o nosso crescimento a longo prazo em Moçambique”.

A integração das duas empresas decorrerá nos próximos 18 meses, visando quatro objectivos principais nomeadamente: Expansão de mercado e consolidação da posição no sector; Aperfeiçoamento da experiência do cliente;

Desenvolvimento de produtos inovadores adaptados às necessidades locais; Optimização da eficiência operacional.

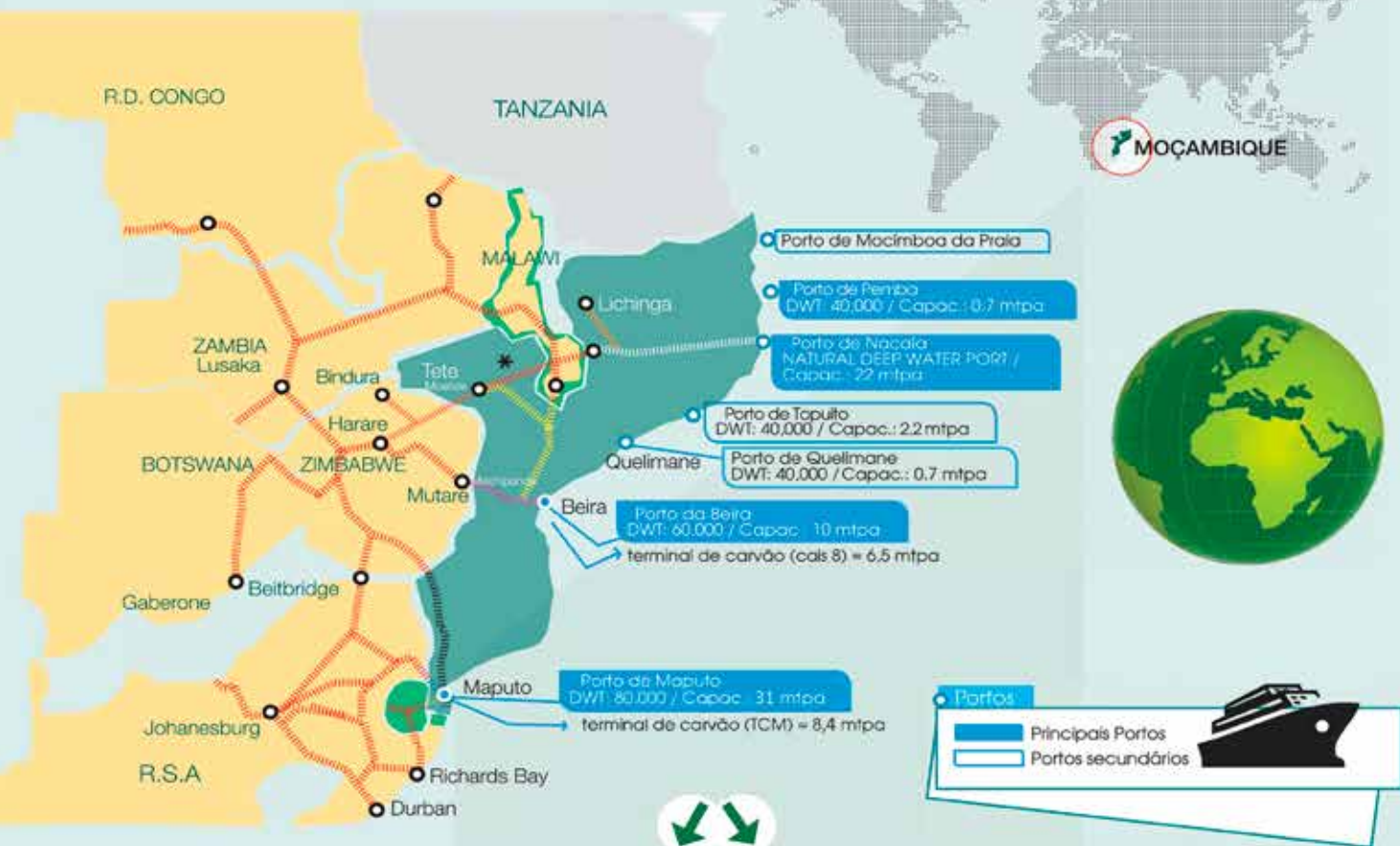
Os clientes beneficiarão de uma gama mais alargada de produtos, maior agilidade no processamento de sinistros e novas plataformas digitais que proporcionarão uma experiência mais conveniente.

A Hollard garante que não haverá alterações significativas às apólices existentes e que as reclamações continuarão a ser processadas sem perturbações durante o período de transição.

Com particular enfoque em sectores de elevado crescimento como energia, infra-estruturas, mineração e agricultura, a seguradora reafirma o seu compromisso em proporcionar segurança financeira através de soluções inovadoras que respondam às necessidades da população moçambicana.

“Estamos a construir um futuro melhor para Moçambique, com uma seguradora que coloca o cliente no centro da sua estratégia”, concluiu Mittermayer. 

LOCALIZAÇÃO GEOESTRATÉGICA



DISTÂNCIAS COMPARATIVAS ENTRE OS CORREDORES REGIONAIS (KMS)

CORREDOR	EXTREMOS DO CORREDOR	SECÇÕES DA REDE	TOTAL DO CORREDOR
Beira	Lubumbashi (RDC) - Beira	DRC-SNCC: 255 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 945 Moçambique-CFM: 329	2327
Beitbridge	Lubumbashi (RDC) - Durban	DRC-SNCC: 255 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-BBR & NRZ: 794 RSA-TFR: 1341	3188
Plumtree	Lubumbashi (RDC) - Durban	DRC-SNCC: 255 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 474 Botswana-BZ: 641 RSA-TFR: 1048	3216
Dar-es-Salaam	Lubumbashi (RDC) - Dar-es-Salaam	DRC-SNCC: 255 Zâmbia-ZRL: 125 Tanzania-TAZARA: 1860	2240
Goba	Mpaka (Swaziland) - Maputo	Swazilândia-SR: 151 Moçambique-CFM: 74	225
Limpopo	Lubumbashi (RDC) - Maputo	DRC-SNCC: 255 Zâmbia-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 950 Moçambique-CFM: 530	2533
Ressano Garcia	Komatipoort (RSA) - Maputo	Moçambique-CFM: 88 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 Salamanga (formal)	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
*Moztze Nacala via Malawi	913 Km	18 MTPA
Bindura Nacala via Mozitze	1308 Km	
Harare Nacala via Mozitze	1329 Km	

Ganense assume nova liderança da Commonwealth

Primera mulher africana na história da organização promete modernização e defesa de valores comuns num cenário internacional instável

Shirley Ayorkor Botchwey, antiga Ministra dos Negócios Estrangeiros e Integração Regional do Gana, tomou posse como Secretária-Geral da Commonwealth, numa cerimónia realizada na sede da organização em Londres. A diplomata ganense sucede a Patricia Scotland, cujo mandato de nove anos terminou em março, tornando-se a primeira mulher africana — e apenas a segunda personalidade do continente — a dirigir esta associação que reúne 56 países, representando um terço da população mundial.

No seu discurso inaugural, proferido a 1 de Abril de 2025, Botchwey não hesitou em confrontar os desafios globais que marcam o início do seu mandato. “O mundo em que acordamos hoje é diferente de qualquer outro que tenhamos visto nas nossas vidas. As consequências do menor crescimento económico, do aumento

dos gastos com defesa e de um multilateralismo enfraquecido afectarão directamente os nossos bolsos, aumentarão o desemprego e a pobreza, reduzirão a protecção social e enfraquecerão a nossa resiliência a choques”, alertou perante a audiência.

Num momento de crescentes tensões internacionais e realinhamentos geopolíticos, a nova Secretária-Geral sublinhou o papel singular da Commonwealth como força agregadora. “Há mais de 75 anos, a Commonwealth tem sido uma força única e poderosa para o bem. Agora, devemos aproveitar o momento para realizar a transformação que as nossas sociedades procuram”, afirmou com convicção.

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

Sob o lema “Uma Commonwealth construída com todos os talentos”, Botchwey delineou três eixos fundamentais para a sua actuação. Em primeiro lugar, comprometeu-se a capacitar mulheres e jovens com competências e oportunidades

“O mundo em que acordamos hoje é diferente de qualquer outro que tenhamos visto nas nossas vidas. As consequências do menor crescimento económico, do aumento dos gastos com defesa e de um multilateralismo enfraquecido afectarão directamente os nossos bolsos, aumentarão o desemprego e a pobreza, reduzirão a protecção social e enfraquecerão a nossa resiliência a choques”



Shirley Ayorkor Botchwey, Secretária-Geral da Commonwealth

para enfrentarem um mundo em acelerada transformação. Em seguida, propôs-se revitalizar as relações comerciais, o investimento e a conectividade entre os países membros, defendendo que nenhuma nação deve ser deixada para trás, independentemente da sua dimensão ou nível de rendimento.

A questão climática constitui o terceiro pilar da sua estratégia. “A mudança climática é o maior desafio do nosso tempo”, declarou, prometendo mobilizar esforços e defender reformas no sistema financeiro internacional que permitam aos pequenos estados insulares e outros países vulneráveis da Commonwealth aceder aos apoios necessários.

A nova responsável assumiu igualmente o compromisso de modernizar a organização, garantindo parcerias mais ágeis e eficazes. “É uma grande honra ser a primeira mulher africana a servir como Secretária-Geral. Não importa de onde você venha na Commonwealth, este caminho está aberto para si”, referiu, num apelo à inclusão.

“ É uma grande honra ser a primeira mulher africana a servir como Secretária-Geral. Não importa de onde você venha na Commonwealth, este caminho está aberto para si”

Botchwey concluiu a sua intervenção com uma nota de esperança e determinação colectiva: “Vamos avançar com propósito, com coragem e com um compromisso inabalável com uma Commonwealth que realmente prospera em conjunto.” 

A nova visão para o emblemático Polana Serena Hotel

No momento em que o emblemático Polana Serena Hotel enfrenta os desafios da recuperação económica em Moçambique, Nelson Rodrigues, o novo director partilha a sua visão estratégica para devolver a este ícone da hospitalidade africana o seu lugar de destaque, apostando na autenticidade moçambicana, na inovação sustentável e na excelência de serviço.

Qual é a sua trajectória profissional. O que o motivou a aceitar o cargo de Director do Polana Serena Hotel e como tem sido a transição para esta nova função. Quais são os principais desafios que encontrou ao assumir este cargo?

A minha carreira na hotelaria iniciou há mais de duas décadas, com passagens por diferentes países e marcas internacionais, sempre com foco na excelência de serviço e na liderança de equipas multiculturais. Aceitar o cargo de Director do Polana Serena Hotel foi um verdadeiro privilégio — trata-se de um ícone não só de Moçambique, mas da hospitalidade africana. A transição tem sido exigente, como seria de esperar num contexto de incerteza económica e política, mas também extremamente gratificante. Os maiores desafios têm sido assegurar a continuidade operacional com elevados padrões de qualidade,

motivar a equipa num cenário de recuperação e reposicionar o hotel para se adaptar às novas exigências do mercado.

Quais são os seus principais objectivos, prioridades estratégicas e operacionais para o hotel nos primeiros meses de gestão, considerando o contexto económico actual?

Os meus primeiros meses de gestão têm como prioridade a estabilização operacional e o reforço da experiência do cliente. Estamos a investir na formação contínua da equipa, optimização de processos internos e revisão da proposta de valor, sobretudo nos segmentos de eventos, spa e gastronomia. Outro foco é o fortalecimento das parcerias locais e internacionais, essenciais para o aumento da ocupação e para a retoma sustentável do turismo na região.

“ Estamos a investir na formação contínua da equipa, optimização de processos internos e revisão da proposta de valor, sobretudo nos segmentos de eventos, spa e gastronomia.



Nelson Rodrigues, director geral do Polana Serena Hotel



“ Queremos que os hóspedes, ao entrarem no Polana, sintam que estão a viver uma experiência verdadeiramente moçambicana, e que a comunidade local se sinta parte integrante desta história de excelência e tradição.

promovendo escapadinhas de fim de semana, experiências gastronómicas e de bem-estar.

Quais são as suas expectativas para o ano de 2025, tanto para o Polana Serena Hotel quanto para o sector do turismo em Moçambique?

Sou moderadamente optimista. Acredito que 2025 será um ano de consolidação e crescimento gradual. Para o Polana, esperamos melhorar os níveis de ocupação, diversificar receitas e aumentar a satisfação dos hóspedes. No panorama mais alargado, Moçambique tem tudo para se afirmar como destino de referência em África, desde que se mantenha um ambiente político estável e que haja investimentos contínuos em infra-estruturas e promoção turística.

Como vê o papel de um hotel de luxo como o Polana na promoção da cultura moçambicana e da identidade nacional? De que forma o hotel pode reforçar esta ligação com os hóspedes e a comunidade local?

O Polana tem uma responsabilidade cultural que vai muito além da hotelaria. A sua história está intrinsecamente ligada à identidade de Maputo. Pretendemos reforçar essa ligação através de eventos culturais, exposições, gastronomia típica e apoio a iniciativas artísticas. Queremos que os hóspedes, ao entrarem no Polana, sintam que estão a viver uma experiência verdadeiramente moçambicana, e que a comunidade local se sinta parte integrante desta história de excelência e tradição. 



MARTELL

FONDÉE  EN 1715

VOE ALÉM DO ESPERADO

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



Revista Negócios brinda com excelência no Mr. Faife

A Revista Negócios teve o privilégio de participar numa memorável prova de vinhos realizada no restaurante Mr. Faife, um espaço que mais uma vez se destacou pela organização impecável e ambiente acolhedor.

O evento contou com a curadoria da Kit, cuja selecção primorosa de vinhos encantou os presentes e reafirmou o seu compromisso com a qualidade e sofisticação.

Foi uma verdadeira celebração dos sentidos, enriquecida pela presença de grandes apreciadores e conhecedores de vinho, cuja paixão e partilha tornaram a experiência ainda mais especial. A todos os envolvidos, os nossos parabéns, e que venham mais momentos assim! 🍷





Lineu Candeeiro



"São" Abdula



Álvaro Massinga

Candeeiro, Abdula e Massinga travam corrida histórica na CTA

Jaime Langa (texto)

Candeeiro, Abdula e Massinga disputam a presidência da Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA) numa corrida que ganhou novo fôlego quando o Tribunal de Kampfumo devolveu a Álvaro Massinga o direito de concorrer, juntando-se às candidaturas iniciais de Lineu Candeeiro e Maria de Assunção "São" Abdula.

A CTA, que congrega mais de cento e quarenta associações, é o principal interlocutor empresarial junto do Governo. Quem vencer enfrentará a revisão de incentivos fiscais, a escassez de divisas, a nova Lei do Investimento e as negociações do gás natural liquefeito num ambiente de crescimento frágil.

Lineu Candeeiro, 35 anos, construiu reputação meteórica com o Grupo Lin e a Associação Nacional de Jovens Empresários. Propõe digitalização de serviços, orçamento participativo e ruptura com vícios de bastidores, discurso que ressoa entre as PME e os tecnófilos que pedem transparência.

Maria de Assunção "São" Abdula traz mais de duas décadas de gestão na Intellec Holdings e organismos da CPLP, aposta na diplomacia económica, captação de investimento estrangeiro e

fortalecimento das delegações provinciais, defendendo que experiência e contactos são cruciais para negociar de igual para igual.

Álvaro Massinga, presidente da Câmara de Comércio de Moçambique, ergue a bandeira da representatividade sectorial. Promete saneamento financeiro, revisão estatutária, descentralização e um observatório de competitividade.

A campanha aqueceu com debates inflamados e trocas de acusações. Críticos temem que o ruído desvie atenções das reformas urgentes; outros vêem vitalidade democrática. Na recta final, o desfecho dependerá da capacidade de Candeeiro convencer associações tradicionais de que inovação não fragiliza a estabilidade; de Abdula provar que experiência não perpetua vícios; e de Massinga dissipar dúvidas éticas e mostrar que a ofensiva judicial não comprometerá a governabilidade.

Modernização digital, rede de contactos ou representatividade alargada — cada candidatura oferece um caminho distinto para uma CTA coesa e influente. O desafio supera nomes: implica cortar cordões que ligam a confederação a hábitos obsoletos e projectar o sector privado com firmeza renovada. Lineu, São ou Álvaro Essa e a pergunta que o cenário deve responder de forma a termos uma CTA cada vez mais unida. **1**



Mulheres na Vanguarda Financeira

Não querendo ficar alheio ao Dia da Mulher Moçambicana, celebrado a 7 de Abril, e ao Dia das Mães, assinalado no primeiro domingo de Maio, este artigo é também uma homenagem sentida à força, resiliência e capacidade transformadora das mulheres deste país. São elas que, muitas vezes com poucos recursos e grandes responsabilidades, sustentam famílias, dinamizam mercados informais, gerem pequenos negócios e enfrentam os desafios do quotidiano com coragem admirável.

A inclusão financeira é, em qualquer parte do mundo, um dos pilares fundamentais para a transformação estrutural das economias. Em Moçambique, país com cerca de 33 milhões de habitantes (dados de 2024), a construção de uma sociedade mais justa, produtiva e resiliente passa inevitavelmente por garantir que todos, homens e mulheres, tenham acesso equitativo aos serviços financeiros formais. Este acesso vai além do simples acto de possuir uma conta bancária; ele traduz-se em poder gerir poupanças, investir, empreender, garantir bem-estar familiar e preparar-se para choques económicos. É, portanto, um instrumento de cidadania económica e

de dignidade individual.

É impossível ignorar a força avassaladora da banca digital em Moçambique. Só em 2024, o número total de contas nas Instituições de Moeda Electrónica (IME) ultrapassou os 20 milhões, ou seja, é mais de quatro vezes superior ao número de contas bancárias tradicionais, que totalizam cerca de 5,9 milhões. Esta realidade já se traduz numa revolução no modo como os moçambicanos se relacionam com o dinheiro: todos os meses, são realizadas perto de 18 milhões de transacções através de ATM, POS e Mobile Banking, incluindo levantamentos com cartões, depósitos em telemóveis, transferências, pagamentos de serviços e compras. Em volume, essas transacções de Cartões e contas de Moeda Electrónica movimentam aproximadamente 66 mil milhões de meticais mensais, o que representa cerca de 4% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, estimado em 1,536 mil milhões de meticais em 2024. Estes números não deixam dúvidas: o coração financeiro de Moçambique já pulsa, em grande medida, no universo digital, que impacta directamente as famílias, o cidadão.

Apesar da sua importância, apenas 34,7% da

“ São elas que, muitas vezes com poucos recursos e grandes responsabilidades, sustentam famílias, dinamizam mercados informais, gerem pequenos negócios e enfrentam os desafios do quotidiano com coragem admirável.

“ As mulheres demonstram disposição e capacidade de adoptar soluções digitais, mas precisam de apoio institucional para traduzir essa inclusão digital em inclusão económica real.

população adulta moçambicana (com mais de 18 anos de idade) possui pelo menos uma conta bancária. Isto significa que, de cada três adultos, apenas um tem algum nível de relacionamento com o sistema bancário tradicional. Em números absolutos, dos 17,15 milhões de adultos existentes (dos quais 9,26 milhões são mulheres e 7,89 milhões são homens), apenas perto de seis milhões têm conta bancária, o que representa um enorme desafio para o sistema financeiro nacional. Este défice de inclusão bancária representa um custo de oportunidade para o próprio país, pois limita a base de mobilização interna de poupança, restringe a capacidade de intermediação financeira dos bancos e perpetua o ciclo de informalidade. Além disso, demonstra a limitação estrutural do país em expandir a base fiscal e aumentar a arrecadação de receitas.

Se olharmos sobre o género: a desigualdade permanece no centro. Se os dados já são preocupantes do ponto de vista geral, tornam-se ainda mais graves quando se aplica a lente de género. As mulheres representam 54% da população moçambicana e da população adulta. No entanto, pouco mais de dois milhões de contas bancárias estão em nome de mulheres, o equivalente a 35% do total, contra 3,9 milhões de contas com titulares masculinos (65%). Quando comparamos com a base populacional, observamos que apenas 22,2% das mulheres adultas possuem conta bancária, enquanto entre os homens esse rácio sobe para 49,3%. Isto é: para cada mulher com conta bancária, existem dois homens com conta. Estes números indicam que as mulheres moçambicanas, embora sejam a maioria demográfica, continuam a ser minoria no sistema financeiro tradicional. Trata-se de uma exclusão estrutural com raízes históricas e socio-económicas profundas: menor escolaridade, pessimismo face ao dinheiro, limitação da mobilidade, sobrecarga de trabalho não remunerado, normas sociais restritivas e baixa posse de activos são algumas das

causas interligadas dessa desigualdade.

De forma mais específica, e seguindo a modernidade no sistema bancário, quando olhamos os cartões bancários, constatamos a permanência do retrato da exclusão transaccional. Em 2024, existiam pouco mais de três milhões de cartões bancários activos, dos quais apenas 1,2 milhões (37%) pertenciam a mulheres, contra perto de dois milhões (63%) pertencentes a homens. Em termos proporcionais, apenas 12,3% das mulheres adultas tinham cartão bancário, enquanto 24,3% dos homens adultos dispunham deste instrumento essencial. A mesma tendência que encontramos na análise das contas bancárias, e o que não é de surpreender, porque, actualmente, para se ter um cartão bancário uma das exigências básicas é ter conta bancária.

Num contexto de crescente digitalização da economia, onde cada vez mais salários, serviços e negócios operam por vias digitais, essa lacuna implica que muitas mulheres estão em desvantagem competitiva. Perdem oportunidades de emprego formal, têm menor facilidade em expandir negócios informais e enfrentam dificuldades em gerir poupanças de forma segura e eficiente. Todavia, este cenário muda quando nos movimentamos para a banca digital, através das Moedas Electrónicas. Verificamos uma esperança no bolso digital. Apesar da exclusão bancária tradicional, uma janela de oportunidade tem-se aberto nos últimos anos através das Instituições de Moeda Electrónica (IME), como a M-Pesa, e-Mola e Mkesh. Os dados de 2024 revelam que Moçambique possui 20.059.011 contas de moeda electrónica activas, um número que equivale a 117,0% da população adulta total, indicando que muitos titulares possuem mais de uma conta.

Neste domínio, as disparidades de género diminuem consideravelmente. As mulheres adultas detêm 9.149.617 contas IME, o equivalente a 98,8% da sua população adulta total, enquanto os homens detêm 10.909.394 contas,

POR LINHAS SOLTAS

correspondendo a 138,3% da população adulta masculina. Em termos relativos, as mulheres representam 46% do total de contas IME, uma melhoria significativa em relação à sua participação no sistema bancário tradicional (35%). Estes dados são reveladores: quando as barreiras físicas, burocráticas e institucionais são minimizadas, as mulheres aderem em massa às soluções financeiras digitais. Os serviços móveis oferecem simplicidade, proximidade e flexibilidade, características fundamentais para mulheres que, muitas vezes, vivem longe de agências bancárias, cuidam de famílias e gerem micro-empresendimentos informais.

A tendência é clara: o futuro da inclusão financeira em Moçambique passa pelo digital. Mas este futuro só será verdadeiramente transformador se for também inclusivo em termos de género. As mulheres demonstram disposição e

capacidade de adoptar soluções digitais, mas precisam de apoio institucional para traduzir essa inclusão digital em inclusão económica real. Entre desigualdades tradicionais e oportunidades digitais, as mulheres querem, e podem, participar activamente da vida económica formal. Cabe ao Estado, ao Governo, às instituições financeiras e à sociedade civil criar as condições para que isso aconteça de forma plena, equitativa e sustentável. A inclusão financeira é mais do que uma meta técnica: é um imperativo moral, económico e de justiça social. Em Moçambique, portanto, ao colocarmos a inclusão financeira na lupa do género, constatamos que a banca tradicional permanece masculina, ainda que as instituições de moeda electrónica estejam a contribuir, de forma expressiva, para a reversão deste cenário de desigualdade. 

Eleve a sua comunicação visual!



Por Ana Mesquita,
Broll Moçambique



IMOBILIÁRIA

Conhece o seu agente Imobiliário?

Exigência de formação e licença para agentes traria maior segurança e transparência ao mercado Imobiliário.

Em vários países, como nos EUA, os agentes imobiliários têm de ter formação específica e uma licença individual para angariar, vender ou arrendar casas. Em Portugal as licenças individuais, tal como em Moçambique não são obrigatórias. O mais comum é que os agentes imobiliários trabalhem sob alçada do licenciamento obtido pela mediadora imobiliária onde trabalham. Mas porque é que isto acontece? Haverá riscos para quem compra e vende casas, para as mediadoras imobiliárias e até para estes profissionais? A convicção generalizada é que exigir formação e licença para consultores imobiliários ajudaria a garantir maior segurança e transparência na actividade, para todos.

A actividade de mediação imobiliária não impõe, de forma obrigatória, uma licença individual para cada agente. Em vez disso, existe o regime do Alvará de actividade Imobiliária, que é concedido à entidade (agência) que actua no sector. Isto leva a que, frequentemente, os agentes imobiliários trabalhem através do licenciamento da empresa de mediação imobiliária, estando sujeitos à supervisão e responsabilidade da entidade licenciada.

Mas nem todos os agentes trabalham para agências, e tendencialmente trabalham sem qualquer supervisão e muitas vezes como negócio de oportunidade sem qualquer preocupação regulamentar e tendo em vista a comissão. Sem barreiras à entrada nesta actividade, alimentam-se modelos de negócio paralelos, que nem sequer contribuem para as estatísticas nacionais proporcionando uma

melhor gestão geral da actividade.

Mas porque é que a regulamentação opta por focar a responsabilidade nas mediadoras imobiliárias? Eventualmente essa estrutura administrativa permite uma centralização da supervisão, facilitando o controlo e a fiscalização, assim como uma redução de custos e burocracia, contribuindo para uma maior fluidez no acesso à actividade.

Actualmente as agências imobiliárias para além do alvará para a actividade, estão sujeitas a procedimentos decorrentes da regulamentação em vigor implementada no âmbito do Gabinete de Informação Financeira, e a sua actividade encontra-se também protegida por seguros a que estão obrigadas ou que detêm no âmbito das melhores práticas internacionais para o seu desenvolvimento.

Torna-se importante, portanto, alertar para as escolhas do leitor no momento de escolher um agente para o mercado imobiliário.

A actividade de mediação deve ser desenvolvida com ética e com conhecimento integral do mercado, reduzindo o risco dos clientes nas transacções com que se comprometem.

Os riscos mais evidentes vão desde a verificação de legitimidade do negócio e participantes até às melhores opções de negócio para que o mesmo mitigue os riscos possíveis de perdas. Vale a pena ponderar a escolha do seu agente, notando que esse não precisa de ser a pessoa que lhe apresenta a oportunidade. Para qualquer oportunidade imobiliária, cada participante tem a opção de escolher o seu agente, tal como escolhe, por exemplo o seu advogado.

Optar por agentes experientes resulta na garantia de melhores resultados. 

Fundação Tzu Chi: um farol de esperança para as vítimas do Idai

“No coração deste projecto está a história da vovó Rita, uma mulher de 69 anos que, contra todas as probabilidades, nunca permitiu que a tragédia apagasse o brilho da sua vida. Viúva e humilde, Rita vivia na pitoresca Vila do Búzi, onde, com mãos calejadas pelo trabalho na agricultura e na pesca, sustentava com dignidade a sua família.”

Feliz Mangane (Texto)

A Fundação de Caridade Tzu Chi, sempre atenta às necessidades daqueles que mais sofrem, renovou o seu compromisso de amparar as vítimas do Ciclone Idai com um gesto de solidariedade profunda e duradoura.

Numa cerimónia tocante, presidida por Fernando Rafal, Ministro das Obras Públicas, Habitação e Recursos Hídricos, foi lançada a primeira pedra para a construção de 2.067 casas no centro de reassentamento de Guara-Guara, trazendo consigo não apenas tijolos e cimento, mas uma imensa carga de esperança e dignidade para as famílias que ainda se recuperam da devastação.

VOVÓ RITA: UMA HISTÓRIA DE CORAGEM E SUPERAÇÃO NO MEIO DAS RUÍNAS

No coração deste projecto está a história da vovó Rita, uma mulher de 69 anos que, contra todas as probabilidades, nunca permitiu que a tragédia apagasse o brilho da sua vida. Viúva e humilde, Rita vivia na pitoresca Vila do Búzi, onde, com mãos calejadas pelo trabalho na agricultura e na pesca, sustentava com dignidade a sua família. Contudo, o ciclone Idai, com toda a sua fúria, arrancou-lhe a casa e a esperança, deixando-a sem os alicerces da vida que conhecia.



A sua casa, símbolo do seu esforço e amor pela família, foi reduzida a escombros. A sua produção agrícola, que alimentava os seus sonhos e os de outros, desapareceu como folhas ao vento.

Hoje, vovó Rita vive no centro de reassentamento de Guara-Guara, mas encontrou uma nova razão para sorrir. Segundo ela, a Fundação Tzu Chi entrou na sua vida como um farol luminoso no meio da escuridão. “A Fundação não me trouxe apenas materiais. Trouxe-me algo muito mais precioso: a força para recomeçar”, diz, com um sorriso sereno no rosto e os olhos brilhantes de gratidão. “Agora, posso ter uma casa, um lar onde a minha família poderá encontrar refúgio. É um novo começo para mim.”



UM GESTO DE SOLIDARIEDADE QUE TRANSFORMA VIDAS

Durante a cerimónia de lançamento, o Ministro Fernando Rafal não poupou palavras de reconhecimento ao trabalho da Fundação Tzu Chi. Sublinhou que este projecto vai além da simples construção de casas, sendo um acto de solidariedade genuína e de ajuda mútua. “Esta iniciativa não reconstrói apenas fisicamente as casas, mas também os sonhos das famílias que viram a sua vida destruída. Traz-lhes, mais do que um abrigo, a dignidade que haviam perdido”, afirmou, visivelmente emocionado, destacando que, em tempos de crise, é o espírito de união que pode fazer a diferença.

UM ACTO DE AMOR QUE TRANSCENDE FRONTEIRAS

Sheila Chambal, a dedicada directora da Fundação Tzu Chi, expressou a visão que norteia

cada acção da instituição. “Estas casas não são apenas tijolos e telhas; são um acto de amor profundo, inspirado pelos ensinamentos da nossa mestra Cheng Yen, que sempre nos orientou a espalhar compaixão e partilhar o que temos com os outros. Com este projecto, damos mais do que um lar: damos uma nova oportunidade para que cada família possa reconstruir a sua vida e continuar a sonhar”, declarou Sheila, com um olhar de esperança firme.

Este gesto da Fundação Tzu Chi é um claro reflexo do poder transformador da solidariedade genuína. Mais do que as casas que serão erguidas, este projecto simboliza a força humana que se levanta perante a adversidade, a chama da esperança que nunca se apaga e o compromisso de que ninguém será esquecido. Para as famílias que perderam tudo, esta acção representa a promessa de que, com amor e compaixão, é possível recomeçar e florescer novamente. 



Joana Prista
Fundadora da agência IKIGAI

Parcerias Estratégicas

Marketing e Parcerias Estratégicas: A Banda de Sucesso da Sua Marca No mundo dos negócios, ninguém brilha sozinho. No palco da comunicação, o marketing pode até ser o vocalista carismático, mas sem uma banda por trás, o show não acontece. É aí que entram as parcerias estratégicas - os aliados que afinam a melodia e amplificam o som da sua marca.

O Marketing: O Vocalista da Marca Marketing é a cara, e a voz, da marca. Sobe ao palco, atrai atenção, emociona e faz o público cantar junto. Mas por melhor que seja a performance, sozinho não preenche o palco inteiro.

As Parcerias: Os Músicos que Sustentam o Show As parcerias estratégicas são os músicos que tocam junto. O baixo que dá profundidade, a bateria que marca o ritmo, o teclado que cria textura. Ajudam a alcançar novos públicos, reforçar a credibilidade e dar potência à mensagem. Podem ser outras marcas, influenciadores, organizações ou fornecedores. O segredo está na sintonia: cada parceiro acrescenta um novo acorde à melodia da marca.

Ensaiai é Fundamental No mundo da música, antes de subir ao palco, é preciso ensaiar. No mundo das marcas, isso significa alinhar expectativas, definir objetivos e afinar a linguagem. Parcerias mal alinhadas desafinam - e o público

percebe, podendo criar problemas de reputação.

Um Show a Duas Vozes Pense numa marca local de roupa que se junta a uma de acessórios sustentáveis para uma coleção cápsula. O marketing conta a narrativa, a parceria amplia o alcance e reforça valores comuns. Resultado? Mais palco, mais impacto e novos fãs na plateia.

Como Escolher o Parceiro Certo? Antes de convidar alguém para a sua banda, faça três perguntas simples: Temos públicos ou interesses complementares? Esta parceria reforça os valores da minha marca? Conseguimos criar algo relevante juntos? Se a resposta for "sim", está dado o tom para um grande êxito!

Moral da História Quando marketing e parcerias tocam juntos, o alcance da marca multiplica-se. E isso vale especialmente quando se aposta em canais estratégicos diferentes. Parcerias com marcas, criadores, instituições ou meios de comunicação - como as revistas - são verdadeiros amplificadores do som. Uma presença bem posicionada numa revista pode abrir portas, reforçar credibilidade e levar a sua mensagem a novos públicos. Se a sua marca ainda está a tocar sozinha, talvez seja hora de montar a banda - e reservar espaço na próxima edição. Porque com bons músicos e os canais certos, o seu espectáculo ecoa para além do palco. 

“ Uma presença bem posicionada numa revista pode abrir portas, reforçar credibilidade e levar a sua mensagem a novos públicos. **”**



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



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