

negócios

negócios
DE GALA

Negócios
celebra
10 anos a
marcar a
economia

Revista Negócios: Dez anos de desafios e oportunidades

Jaime Langa, PCA da Maxmedia

ISSN 2616-4744



9 772616 474407

www.revista.negocios.co.mz

■ N.º58 ■ Abril 2026 ■ 150 MT





POLANA SERENA
HOTEL
Eº 1922

Lua de Mel

Preço 15.200 MZN

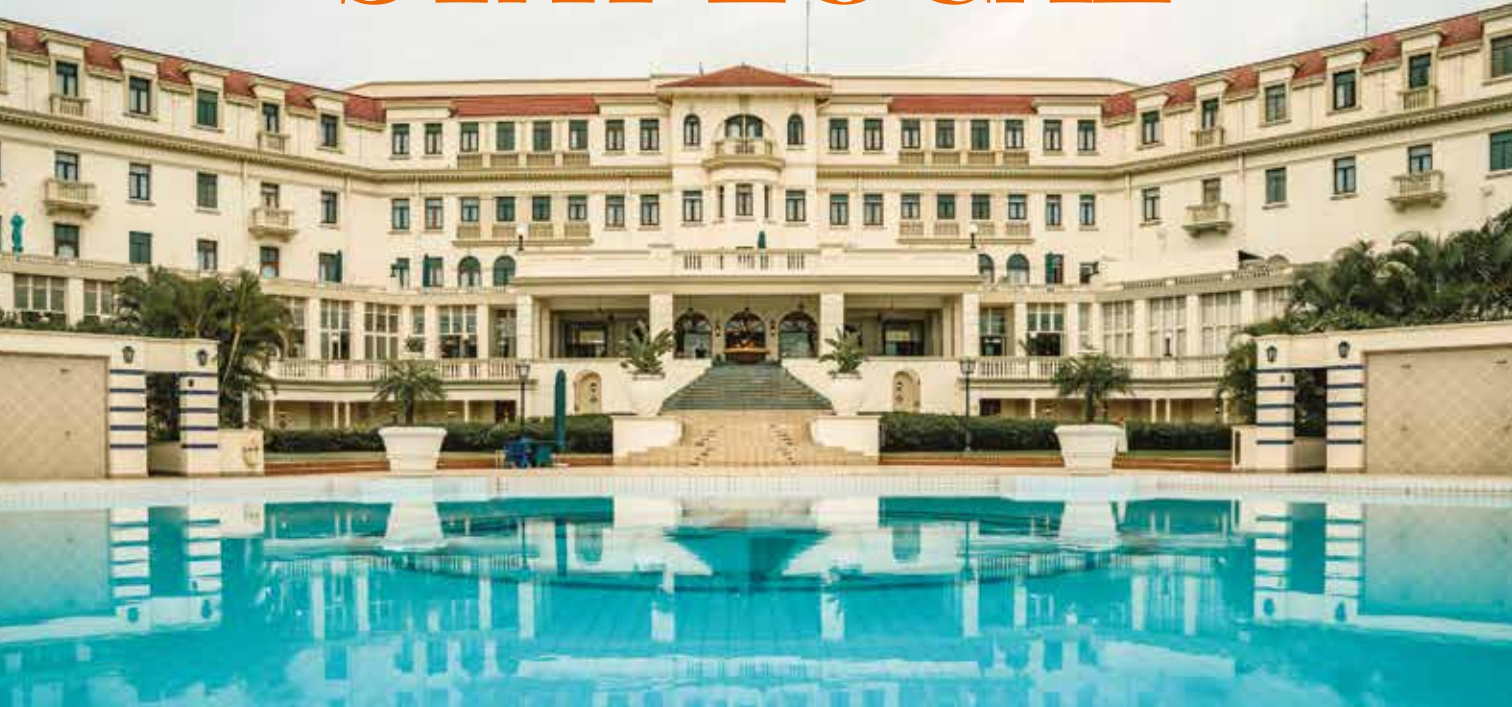


Faça já a sua reserva: T:+258 21 241 700 | reservations@serena.co.mz



POLANA SERENA
HOTEL
Eº 1922

TWENDE SERENA STAY LOCAL



20%
de desconto
Taxa de Residentes

Digitalizar Pacote



Viva como um Turista e pague como um Local

- Hotel urbano de classe mundial
- Alojamento e pequeno-almoço
- Hospitalidade e experiências africanas incríveis

Termos e Condições:

- Reserva sujeita à disponibilidade.
- Aplicável a residentes elegíveis.
- Comprovativo de residência e nacionalidade exigido no momento da reserva e no check-in.

Polana Serena Hotels

Tel: +258 84 241 7010 | +258 21 24 1700

Email: reservation.polana@serenahotels.com

www.serenahotels.com



CAPA	8
Dez anos de desafios e oportunidades	
NOTAS DA DIRECTORA GERAL	6
Uma década de Negócios, uma escola de vida	
Lina Mulungo	
ESPECIAL	10
Negócios celebra 10 anos a marcar a economia	
INICIATIVAS	26
Fórum Empresarial da Matola aposta em inovação, investimento e inclusão económica	
SEGUROS	28
O Custo do "Vamos Ver"	
Valter Paulino	
BANCA	32
Letshego: 15 anos de inclusão financeira	

BOLSA DE VALORES	34
BVM eleva prestígio com integração na WFE	
ANÁLISE	36
BCI na Bolsa: um novo sinal de confiança na economia	
Jaime Langa	
EMPREENDER	38
Isabel Tonela agrega valor à mandioca e inspira nova geração	
IMOBILIÁRIA	40
Invista as suas poupanças em activos imobiliários	
Sigma Katupha	
COOPERAÇÃO	42
PALOP-TL entra na era digital e verde	

PANORAMA	44
O direito internacional e o regresso à lógica de poder	
Álvaro Cossa	
FINANÇAS	46
Inovação digital pode acelerar a inclusão financeira das mulheres	
DICAS ÚTEIS	50
Os animais também falam	
Custódio Bila	
TELECOMUNICAÇÕES	52
Nova conectividade impulsiona negócios	
MARKETING	54
O melhor vendedor não está no marketing	
Joana Prista	
SECTOR PÚBLICO	56
Daniilo Nala lidera IGEPE na nova geração da gestão pública	
SECTOR PÚBLICO	58
ENH paga mil milhões de meticais em dividendos ao Estado	
ANALISE	60
Cresce o crédito às famílias e diminui às empresas, que impacto para a economia?	
Ivan Amade	
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	62
Marketing Social como Ferramenta Estratégica da RSE	
Felícia Nhama,	
RESPONSABILIDADE SOCIAL	64
Esperança que regressa a Gaza	

negócios

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

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

Redes Sociais Jelisse Langa
Fotografia Dino Valeta
Design XMU - Consultoria em Comunicação e Design, Ida
Impressão Gráfica Sociedade do Notícias, S.A.

Tiragem Média 1500 exemplares
Registo 01/GABINFO-DEC/2012

Propriedade e Edição

maxmedia

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

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

Membro Fundador
Associação das Empresas Jornalísticas
Presidente do Conselho Fiscal

PARCERIAS





50^o

HIDROELÉCTRICA DE
CAHORA BASSA
O Orgulho de Moçambique

O QUE É ORGULHO?

**ORGULHO É SER UMA EMPRESA COM 50 ANOS, ESTRATÉGICA
E ESTRUTURANTE PARA O DESENVOLVIMENTO E ESTABILIDADE
ENERGÉTICA DE MOÇAMBIQUE E DA ÁFRICA AUSTRAL.**

**CAHORA BASSA,
O ORGULHO DE MOÇAMBIQUE!**

Uma década de Negócios, uma escola de vida



Lina Mulungo
Directora Geral
lina.mulungo@negocios.co.mz

Quando aceitei o desafio de assumir a Direcção Geral da Revista Negócios, confesso que o fiz com um misto de entusiasmo e receio. A minha formação em Direito não me tinha preparado, pelo menos à primeira vista, para liderar uma empresa de média, com todas as suas dinâmicas, pressões e exigências. Perguntei-me, em silêncio, se estaria verdadeiramente à altura.

Foi então que me ocorreu uma metáfora simples, quase desconcertante pela sua clareza, não é preciso morrer para se ser director de um cemitério. Essa ideia, aparentemente improvável, deu-me coragem. Fez-me perceber que liderar não é, necessariamente, dominar todas as dimensões técnicas à partida, mas sim ter a capacidade de aprender, de ouvir, de decidir e de assumir.

No início, encontrei no Dr. Jaime Langa, Presidente do Conselho de Administração da Maxmedia, uma presença que parecia constante, quase vigilante. A sua proximidade dava-me segurança, como se estivesse sempre pronto a intervir. No entanto, com o tempo, compreendi que essa proximidade era, afinal, uma forma inteligente de me fortalecer. Ele estava perto, mas não decidia por mim. Criava espaço para que eu errasse, aprendesse e crescesse.

Até ao dia em que, de forma literal e simbólica, o tecto desabou. Um erro evidente, visível, incontornável. Nesse momento, esperei orientação, talvez protecção. Mas o que recebi foi algo muito mais exigente, a responsabilização total. Disse-me, com clareza, que a responsabilidade era inteiramente minha. E foi nesse instante que

verdadeiramente me tornei Directora Geral.

Hoje, ao celebrarmos os 10 anos da Revista Negócios, olho para esse percurso com gratidão. Compreendi que nada pode ser feito contra a vontade da natureza. Há ciclos que não controlamos, há contextos que nos desafiam, há limites que nos são impostos. Mas também aprendi que o valor está na semente e no fertilizante que colocamos na terra.

E nesse processo, é impossível não reconhecer o papel determinante do Dr. Jaime, cuja visão, experiência e capacidade de cultivar ideias e pessoas foram decisivas para o crescimento desta casa. A sua confiança foi, para mim, um acto de coragem e de liderança.

Aos nossos parceiros, leitores e colaboradores, deixo uma mensagem clara, queremos continuar a caminhar convosco, com autenticidade, com inovação e com um compromisso renovado com a excelência. Crescemos juntos, aprendemos juntos e é juntos que construiremos o futuro.

Nunca imaginei, confesso, que a distância entre o marido e o PCA pudesse ser tão longa. Houve momentos em que a pressão do trabalho me tirava o sono, parecia que dormia com o PCA, exigente e implacável, enquanto acumulava saudades do marido, cúmplice e sereno.

Ao PCA, o meu profundo agradecimento por ter acreditado em mim e pelos ensinamentos que levarei para toda a vida, e ao marido, pela paciência, pela compreensão e pelo amor que nunca deixou de me lembrar quem sou, para além das funções que desempenho.

E que venham mais 10 anos de glória.

Hoje, ao celebrarmos os 10 anos da Revista Negócios, olho para esse percurso com gratidão. Compreendi que nada pode ser feito contra a vontade da natureza. Há ciclos que não controlamos, há contextos que nos desafiam, há limites que nos são impostos.

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.



Revista Negócios, Dez Anos de Desafios e Oportunidades

Dez anos depois da sua primeira edição, a Revista Negócios afirma-se como uma referência incontornável no panorama empresarial moçambicano, fruto de uma trajetória marcada por resiliência, inovação e uma permanente capacidade de adaptação. Nesta entrevista, Jaime Langa, PCA da Maxmedia, revisita os momentos mais desafiantes e as conquistas mais emblemáticas, partilhando, com humor e lucidez, a visão estratégica que tem permitido transformar obstáculos em oportunidades. Entre a reinvenção dos modelos de negócio e a aposta decidida na Inteligência Artificial como aliada do futuro, fica claro, a história da Revista Negócios está apenas a começar.

Arsénia Sithoye (texto) / Dino Valeta (fotos)

Dr. Jaime Langa, 10 anos da Revista Negócios... já podemos dizer que é uma jovem veterana?

(risos) Sem dúvida! A Revista Negócios é como aqueles jogadores experientes que continuam a marcar golos decisivos. Já tem maturidade, mas mantém a irreverência e a energia de quem ainda quer conquistar muito mais. São 10 anos de aprendizagem, resiliência e, sobretudo, paixão pelo mundo empresarial moçambicano fundamentalmente no mercado de comunicação estratégica.

Se tivesse de resumir esta década numa palavra, qual seria?

Superação. Porque cada edição foi, à sua maneira, uma pequena vitória. Num mercado desafiante como o nosso, manter uma revista impressa, relevante e respeitada durante uma

década é, por si só, um feito que merece celebração... com direito a bolo e, se possível, dois!

Quais foram os maiores desafios ao longo deste percurso?

Foram vários, desde as limitações do mercado publicitário até às mudanças nos hábitos de consumo de informação. Houve momentos em que parecia que estávamos a correr uma maratona... com obstáculos e sem água pelo caminho! Mas aprendemos a adaptar-nos, a inovar e, sobretudo, a nunca desistir.

Um dos maiores desafios, sem dúvida, tem sido o custo de impressão. Trata-se de um factor estrutural que tem pesado significativamente sobre a sustentabilidade das publicações impressas e que, em muitos casos, contribuiu para a saída de várias revistas do mercado. A este contexto soma-se a redução dos orçamentos de marketing por parte das empresas, que passaram a privilegiar canais digitais e soluções de retorno mais imediato. Este duplo impacto obrigou-nos a repensar o modelo de negócio,



Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Inovar é não ter medo de mudar antes de sermos obrigados a isso. É antecipar tendências, experimentar novos formatos, ouvir o mercado e, por vezes, arriscar. Nem sempre acertamos à primeira, mas também nunca ficamos parados. E, convenhamos, quem fica parado . . . fica para trás!

a otimizar recursos e a encontrar novas formas de continuar a entregar valor aos nossos parceiros, sem comprometer a qualidade editorial que nos distingue.

E como é que a Maxmedia respondeu a esses desafios?

Com criatividade e ousadia. Não ficámos apenas pela revista. Desenvolvemos produtos e serviços de comunicação estratégica, eventos corporativos, estudos de mercado e soluções integradas para empresas. Percebemos cedo que era preciso diversificar para crescer e consolidar. Hoje, a Maxmedia é mais do que uma editora, é uma plataforma de soluções em resposta às necessidades do mercado.

Fala-se muito de inovação. O que significa, na prática, inovar neste sector?

Inovar é não ter medo de mudar antes de sermos obrigados a isso. É antecipar tendências, experimentar novos formatos, ouvir o mercado e, por vezes, arriscar. Nem sempre acertamos à primeira, mas também nunca ficamos parados. E, convenhamos, quem fica parado . . . fica para trás!

E a Inteligência Artificial, que hoje está em todo o lado, como entra neste contexto?

A Inteligência Artificial é uma aliada, não uma ameaça. É uma ferramenta poderosa que pode ajudar a otimizar processos,

analisar dados e até melhorar a forma como comunicamos. As empresas que tentarem lutar contra esta realidade vão perder tempo. O caminho é aprender, adaptar-se e tirar proveito dos seus benefícios. A IA não substitui o talento humano, mas potencia-o.

Contudo, esta revolução não está isenta de riscos. Um dos principais desafios prende-se com a credibilidade e a autenticidade da informação. A facilidade com que conteúdos podem ser gerados automaticamente levanta preocupações quanto à veracidade, ao plágio e à proliferação de desinformação. Há também o risco de uniformização de conteúdos, caso as organizações se limitem a depender excessivamente destas ferramentas, perdendo identidade editorial e pensamento crítico. Acresce ainda a questão ética e legal, nomeadamente no uso de dados e na responsabilidade sobre conteúdos produzidos com apoio de IA.

Por isso, o caminho não é resistir à Inteligência Artificial, mas sim integrá-la com inteligência e responsabilidade. As empresas de comunicação que se destacarem serão aquelas que souberem combinar o melhor da tecnologia com o valor insubstituível do olhar humano, a criatividade, o contexto e o julgamento editorial. A IA deve ser vista como um amplificador de capacidades e não como um substituto. Quem conseguir encontrar esse equilíbrio terá uma vantagem competitiva clara num mercado cada vez mais exigente e dinâmico.



A nossa capacidade de contar histórias reais de quem faz a economia acontecer. Damos voz a empresários, gestores e líderes que, muitas vezes, constroem o País longe dos holofotes. E fazemos isso com rigor, proximidade e, claro, com aquele toque humano que nos caracteriza.

O que distingue a Revista Negócios no panorama nacional?

A nossa capacidade de contar histórias reais de quem faz a economia acontecer. Damos voz a empresários, gestores e líderes que, muitas vezes, constroem o País longe dos holofotes. E fazemos isso com rigor, proximidade e, claro, com aquele toque humano que nos caracteriza.

Acresce a isso a nossa forte proximidade com os parceiros, que não são vistos apenas como clientes, mas como parte integrante do nosso ecossistema. Procuramos compreender profundamente as suas necessidades, desafios e ambições, transformando essas necessidades em produtos editoriais e soluções de comunicação ajustadas. Assim, a Revista Negócios deixa de ser apenas um meio de divulgação para se afirmar como uma verdadeira plataforma de soluções, capaz de responder de forma concreta aos problemas dos seus parceiros, criando valor mútuo e relações duradouras.

Para terminar, o que podemos esperar dos próximos 10 anos?

Mais inovação, mais proximidade com o mercado e, seguramente, novas formas de comunicar. Queremos continuar a crescer, a influenciar positivamente o ambiente de negócios e a criar valor para os nossos parceiros. E, se tudo correr bem, daqui a 10 anos estaremos aqui outra vez... a celebrar, com ainda mais histórias para contar!

Na verdade, celebrar 10 anos é importante, mas mais importante é manter viva a ambição de continuar a fazer melhor. A todos os que fazem parte desta história, o nosso muito obrigado. E agora... venham os próximos desafios, que nós já estamos aquecidos!

Negócios celebra 10 anos a marcar a economia

A Revista Negócios assinalou, no passado dia 23 de Abril, uma década de existência com uma gala comemorativa realizada no Hotel Glória, na cidade de Maputo, que reuniu cerca de 200 convidados, entre representantes do Governo, parceiros institucionais, clientes, empresários e outras figuras ligadas ao ecossistema económico nacional.

Arsenia Sithoye, texto | Dino Valeta, fotos

O evento constituiu um momento de celebração, mas também de reflexão sobre o percurso de uma publicação especializada em economia e negócios que, ao longo dos últimos 10 anos, se afirmou como uma plataforma relevante de análise, debate e promoção do sector privado em Moçambique.

A cerimónia contou com intervenções de diversas individualidades, com destaque para o Presidente do Conselho de Administração da MaxMedia e da Revista Negócios, Jaime Langa, que abriu oficialmente as celebrações, sublinhando o significado do percurso da publicação.

“Esta celebração é, acima de tudo, um reflexo da confiança que têm depositado em nós ao longo dos anos”, afirmou Jaime Langa. “A Revista Negócios não é apenas uma publicação, é uma plataforma de pensamento, um espaço de encontro entre ideias, experiências e visões, e um instrumento de promoção da economia nacional.”

O responsável destacou ainda a capacidade de adaptação da revista num contexto marcado por constantes transformações no sector dos media e na economia. “Ao longo destes anos enfrentámos desafios exigentes, mas soubemos reinventar-nos, mantendo intacta a nossa missão de informar com rigor, inspirar com exemplos e promover impacto construtivo”, referiu.

Jaime Langa sublinhou igualmente o papel determinante dos parceiros e leitores no crescimento do projecto. “Nunca estivemos sozinhos. Os nossos parceiros acreditaram quando tudo era ainda uma ideia e acompanharam-nos nos momentos mais exigentes. Aos nossos leitores, deixo uma palavra de profundo reconhecimento. São a razão da nossa existência.”

Em representação dos parceiros, Aiuba Cuereneia, Cônsul



Honorário do Brasil em Nampula, destacou o papel transformador da publicação no ambiente empresarial nacional.

“Esta noite não é apenas de celebração. É um testemunho da visão, resiliência e propósito da equipa da MaxMedia. Ao longo destes 10 anos, a Revista Negócios não se limitou a informar, ajudou a transformar, deu visibilidade a ideias, a talentos e ao esforço de quem constrói diariamente a economia”, afirmou.

O diplomata salientou ainda a relação de confiança construída ao longo dos anos. “Para nós, parceiros, esta caminhada tem um significado especial. É uma relação assente na confiança, numa visão partilhada e na convicção de que um sector empresarial informado e forte é essencial para o desenvolvimento da sociedade.”

Na sua qualidade de representante honorário do Brasil em



Nampula, destacou também os laços históricos e económicos entre Moçambique e o Brasil. “São países irmãos, unidos por história, cultura e ambição de crescimento. Plataformas como a Revista Negócios contribuem para transformar afinidades em oportunidades concretas.”

Na sua intervenção, Emília Moiane, Directora do Gabinete de Informação, destacou a relevância da publicação no panorama mediático nacional, sublinhando o seu contributo para o reforço da informação económica no país.

Em representação do Governo, o Ministro das Obras Públicas, Habitação e Recursos Hídricos, Fernando Rafael, discursou em nome da Primeira-Ministra, destacando o papel da revista no fortalecimento do debate económico.

“É com elevada honra que me dirijo a todos, nesta gala comemorativa dos 10 anos da Revista Negócios, uma publicação que se tem afirmado como referência em matérias económicas”, afirmou.

O governante enalteceu o contributo da revista para o ambiente de negócios, referindo que a mesma se afirma como um espaço de promoção do diálogo entre o sector público e privado, de valorização do empresariado nacional e de incentivo à inovação e ao empreendedorismo.

Sublinhou ainda a importância de um jornalismo económico rigoroso e independente, essencial num contexto global cada vez mais exigente, destacando o papel que a Revista Negócios tem desempenhado com responsabilidade.

O evento contou com a presença de diversas individualidades, entre as quais o antigo Presidente da República, Armando Emílio Guebuza, acompanhado da sua esposa, bem como representantes de instituições públicas, privadas e parceiros estratégicos da MaxMedia.

Um dos momentos de maior destaque da noite foi a assinatura de um memorando de entendimento entre a Coca-Cola SABCO Moçambique e Águas de Moçambique, Instituto Público, com vista à expansão da rede de abastecimento de água no bairro de Nhamadjessa, na cidade de Chimoio.

O momento cultural esteve a cargo da cantora moçambicana Nixel Langa, que trouxe um ambiente de celebração e valorização artística à gala.

A cerimónia encerrou num ambiente de reconhecimento e optimismo, reafirmando o compromisso da Revista Negócios em continuar a produzir conteúdos económicos de qualidade e a contribuir para o desenvolvimento do país.

Impacto da Revista Negócios ao longo de 10 anos

FERNANDO RAFAEL

Ministro das Obras Públicas, Habitação e Recursos Hídricos

Ao longo dos seus 10 anos, a Revista Negócios demonstrou resiliência e capacidade de transmitir informação económica relevante, essencial para o desenvolvimento do país. A ligação que promove entre o sector público e o privado é determinante para acelerar o crescimento. A revista tem contribuído para essa coesão e merece reconhecimento. O Governo continuará disponível para apoiar iniciativas desta natureza.

JOANA PRISTA

Ikigai

Em apenas 10 anos, a Revista Negócios conseguiu afirmar a relevância da imprensa escrita num contexto dominado pelo digital. Demonstrou que é possível manter impacto e qualidade, contrariando a ideia de que as pessoas deixaram de ler. Para o sector da comunicação e do marketing, é um exemplo inspirador de consistência e relevância.

LUCAS CHACHINE

PCA da Vodacom Moçambique

Percorrer uma década num ambiente desafiante e manter esta dinâmica é uma conquista assinalável. O maior impacto da revista foi conseguir reunir grandes e médias empresas em torno de uma mesma plataforma, construindo relações de confiança. A fidelização dos parceiros demonstra a consistência e o valor do trabalho desenvolvido.



negócios de GALA ANOS

2016
2026



Impacto da Revista Negócios ao longo de 10 anos

MUNIR SACOOR,

CEO da Tes-Top, Lda

A Revista Negócios revela um percurso sólido e um futuro promissor. O que temos observado ao longo dos anos demonstra a construção de uma marca forte e com impacto crescente no mercado.

AMÍLCAR MULUNGO

Director Regional Sul das Alfândegas

Num contexto em que a cultura de leitura ainda enfrenta desafios, a existência e consolidação da Revista Negócios ao longo de 10 anos representa um feito notável. A revista conquistou espaço, ganhou visibilidade e tornou-se uma referência, sendo cada vez mais procurada e valorizada pelo público.

AIUBA CUERENEIA

Cônsul Honorário do Brasil em Nampula

A Revista Negócios afirmou-se como uma plataforma amplamente aceite pelo empresariado. A qualidade dos conteúdos, o nível das entrevistas e o impacto das opiniões publicadas reflectem a sua relevância. A sua presença em escritórios e até em voos demonstra claramente o seu alcance e aceitação.

JOSÉ CASTILHO

CEO da Broll Moçambique

Ao longo dos anos, a revista contribuiu para a melhoria do ambiente de negócios, promovendo conhecimento entre empresas e facilitando relações entre parceiros. Tanto através da publicação como dos eventos, tornou-se um espaço de encontro entre clientes, fornecedores e investidores.



negócios de GALA ANOS

2016
2026



Impacto da Revista Negócios ao longo de 10 anos

CÉSAR MUIANGA

CEO da Help Multiserve

A Revista Negócios assumiu-se como um verdadeiro motor dinamizador do ambiente empresarial. Conseguiu traduzir o conceito de fazer negócios em acções concretas, promovendo inclusão e criando espaços de diálogo entre concorrentes. Iniciativas como o Café Negócios tiveram um papel estratégico na aproximação dos actores do mercado.

DANILO NALA

CEO da Kudumba Investimentos

Trata-se de uma revista com impacto significativo. É uma publicação que influencia, molda e cria oportunidades de negócio. Pela sua abordagem diferenciada, tornou-se uma referência indispensável no panorama empresarial.

ARMANDO EMÍLIO GUEBUZA

Antigo Presidente da República de Moçambique

O facto de a revista existir há 10 anos e reunir um nível elevado de participação e envolvimento é, por si só, um indicador claro do seu impacto. Espera-se que este percurso continue a crescer e a consolidar-se nas próximas décadas.

LEONOR GOMES

Antiga Directora Comercial da Revista Negócios

A Revista Negócios trouxe para dentro das empresas informação relevante que, de outra forma, estaria dispersa. Facilita o acesso a conteúdos úteis para a tomada de decisão, com clareza, objectividade e pertinência.



negocios de GALA ANOS

2016
2026



Impacto da Revista Negócios ao longo de 10 anos

MOISÉS JORGE

Chairman do Millennium BIM

A revista desempenha um papel importante ao dar visibilidade ao sector empresarial, às suas trajetórias, modelos de negócio e desafios. Constitui um suporte essencial para as empresas comunicarem e partilharem experiências, contribuindo para o desenvolvimento do tecido empresarial.

NOÉMIA ANA

Empresária

A Revista Negócios teve um impacto positivo ao dar visibilidade a histórias empresariais relevantes e ao promover ligações entre actores económicos. Mais do que uma publicação, tornou-se uma narrativa viva do percurso empresarial no país.

PAULA ZANDAMELA

Directora Geral do El Patron

A revista veio preencher uma lacuna no mercado, reunindo os principais actores do mundo empresarial num espaço comum de partilha, promoção e debate. Ao longo dos anos, afirmou-se como uma plataforma relevante e necessária para a economia nacional.

PAULO OLIVEIRA

PCA do Grupo Caetano Formula

A Revista Negócios contribuiu para transformar o panorama da imprensa especializada em Moçambique. Trouxe temas actuais, aprofundados e relevantes, elevando o nível da informação económica. É motivo de orgulho acompanhar o seu crescimento ao longo destes 10 anos.



negócios de GALA ANOS

2016
2026



PEDRO COSSA

PCA da Bolsa de Valores de Moçambique

A revista tem um impacto significativo na economia moçambicana, destacando-se pelo compromisso, patriotismo e valorização do que é nacional. Tornou-se uma referência para investidores e empresários. A qualidade dos seus conteúdos é elevada e comparável a publicações internacionais.

SANTOS MAGAIA

Administrador Executivo da EMOSE

Esta celebração reflecte o papel estruturante da Revista Negócios na economia nacional. A publicação criou uma plataforma onde empresários e investidores partilham experiências e visões. O desafio agora é continuar a crescer e consolidar este percurso rumo a marcos ainda mais significativos.

FELÍCIA NHAMA

Consultora

A revista constitui um espaço relevante de partilha e promoção do sector empresarial, contribuindo para o posicionamento das empresas e para a dinamização dos negócios. É importante continuar a valorizar os protagonistas da economia nacional.

FRANCISCO COSTA

PCE do BCI

Mesmo num curto período de acompanhamento, é possível reconhecer que a Revista Negócios se afirma como uma publicação actual e relevante, ajudando empresários e clientes a compreender o funcionamento da economia e das empresas em Moçambique, bem como o seu impacto interno e externo.



Fernando Rafael, Ministro das Obras Públicas, Habitação e Recursos Hídricos, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Armando Guebuza, Antigo Presidente da República, e Lina Mulungo, Directora Geral da Revista Negócios



Julieta Chilengue, Vereação das Actividades Económicas e Serviços do Município da Matola, e Lina Mulungo, Directora Geral da Revista Negócios



Danilo Nalá, PCA da Kudumba, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Munir Sacoor, CEO da Tes-Top, Lda, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Francisco Costa, PCE do BCI, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Santos Magaia, Administrador Operacional da Emose, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Aiuba Cuereneia, Cônsul Honorário do Brasil em Nampula, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Taufique Langa, CEO Afrigrown, Lda, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Duncan Winess, Director da Coca-Cola Beverages África Moçambique, e Augusto Chipenembe, PCA das Águas de Moçambique, IP

Parceria apoia expansão do acesso à água em Chimoio

Um dos momentos marcantes da gala dos 10 anos da Revista Negócios foi a assinatura de um memorando de entendimento entre a Coca-Cola SABCO Moçambique e a Águas de Moçambique, Instituto Público, com o objectivo de apoiar a expansão da rede de abastecimento de água no bairro de Nhamadjesa, na cidade de Chimoio.

A iniciativa reflete uma abordagem colaborativa entre o sector privado e as instituições públicas, com foco em responder às necessidades das comunidades locais e contribuir para o seu desenvolvimento. No âmbito do acordo, a Águas de Moçambique será responsável pela execução técnica e manutenção da infraestrutura, enquanto a Coca-Cola SABCO Moçambique apoia a implementação do projecto.

A intervenção prevê a instalação de cerca de 3.100 metros de tubagem, com início previsto para Março de 2026, contribuindo para melhorar o acesso à água potável numa zona urbana em crescimento.

O memorando, com validade inicial de um ano, renovável, inclui princípios de transparência e boas práticas de governação, assegurando uma implementação responsável e sustentável.

Mais do que uma intervenção de infraestrutura, esta parceria reflete o compromisso de crescer em conjunto com as comunidades, contribuindo para soluções que fazem a diferença no dia a dia das pessoas.

A assinatura deste acordo, no contexto da celebração, reforça também o papel da Revista Negócios como plataforma de ligação entre o sector privado, instituições públicas e iniciativas com impacto social.



Anastácio Langa, CEO da Clean África, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



César Muianga, CEO da Help Multiservice, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Paulo Oliveira, PCA da Caetano Formula e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Duncan Winess, Diretor da Coca-Cola Beverages África Moçambique e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Pedro Cossa, PCA da Bolsa de Valores da Moçambique e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Helga Nunes, Directora Geral da Xmu e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Joao Lopes, DG da Mercury e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



José Castilho, PCA da Broll Moçambique e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Sónia Carrasco em representação do DG Hotel Polana, e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Lucas Chachine, PCA da Vodacom Moçambique e Jaime Langa, PCA da Maxmedia



Fórum Empresarial da Matola aposta em inovação, investimento e inclusão económica

A cidade da Matola acolhe, em Junho próximo, o Fórum de Negócios e Feira Empresarial da Matola 2026, uma iniciativa que reunirá empresários, investidores e instituições públicas e privadas para debater soluções de desenvolvimento económico sustentável. A vereadora Julieta Chilengue afirma que o evento será uma oportunidade estratégica para fortalecer as PME, promover a juventude empreendedora e atrair novas parcerias para o município.

O Município da Matola prepara-se para acolher, no próximo mês de Junho, o Fórum de Negócios e Feira Empresarial da Matola 2026. Qual é o principal objectivo deste evento e que impacto se espera para a economia local?

O principal objectivo deste fórum é criar uma plataforma de diálogo, promoção de investimentos e fortalecimento das ligações entre o sector público e privado. Pretendemos posicionar a Matola como um destino atractivo para negócios, inovação e oportunidades empresariais. Esperamos igualmente dinamizar a economia local, estimular o empreendedorismo, gerar empregos e promover maior integração entre empresas nacionais e internacionais.

A Matola é reconhecida como um dos principais pólos industriais e económicos do País. De que forma este fórum poderá contribuir para atrair investimento, estimular parcerias e fortalecer o empresariado local, sobretudo as pequenas e médias empresas?

Este evento representa uma oportunidade estratégica para apresentar o potencial económico da Matola aos investidores e parceiros. As pequenas e médias empresas terão espaço para expor os seus produtos, estabelecer contactos e criar parcerias comerciais. O fórum servirá também para facilitar o intercâmbio

de experiências, incentivar a inovação e promover soluções para os desafios que os empresários enfrentam no seu quotidiano.

O evento junta uma componente de debate económico e uma feira empresarial. Que temas estratégicos estarão no centro das discussões e que sectores económicos terão maior destaque nesta edição?

Os debates irão abordar temas ligados ao desenvolvimento económico local, industrialização, transformação digital, financiamento às PME, sustentabilidade, inovação e melhoria do ambiente de negócios. Em relação aos sectores, teremos destaque para a indústria, comércio, agricultura, logística, serviços, tecnologias, construção, turismo e empreendedorismo juvenil.

A juventude e as mulheres empreendedoras enfrentam ainda muitos desafios no acesso ao financiamento, mercados e oportunidades de crescimento. Que espaço e oportunidades o Município pretende criar para estes segmentos durante o Fórum e Feira Empresarial da Matola 2026?

O Município está comprometido com a inclusão económica da juventude e das mulheres. Durante o evento haverá espaços



Julieta Chilenge, Vereadora das Actividades Economicas do Conselho Municipal da Matola

o Município da Matola já vem implementando acções concretas de apoio ao empreendedorismo juvenil, tendo disponibilizado, desde o ano passado, um fundo de 7,5 milhões de meticais no âmbito da iniciativa “Avante Jovem”.

específicos para exposição de iniciativas lideradas por jovens e mulheres empreendedoras, sessões de capacitação, networking e debates sobre acesso ao financiamento.

Importa, igualmente, destacar que o Município da Matola já vem implementando acções concretas de apoio ao empreendedorismo juvenil, tendo disponibilizado, desde o ano passado, um fundo de 7,5 milhões de meticais no âmbito da iniciativa “Avante Jovem”. E, a partir deste ano, será igualmente disponibilizado o mesmo montante para o fundo “Xitique da Mulher”, visando fortalecer o empoderamento económico feminino e apoiar pequenos negócios liderados por mulheres.

Queremos que estes grupos encontrem no fórum uma porta aberta para novas oportunidades de crescimento, inovação e integração no mercado. Mais do que discursos, o Município pretende demonstrar, com acções concretas, o seu compromisso com a promoção equilibrada da juventude e das mulheres,

incentivando o empreendedorismo local e criando condições reais para o surgimento de novos negócios e oportunidades económicas.

Que mensagem gostaria de deixar aos empresários, investidores e parceiros nacionais e internacionais sobre a importância de participarem neste evento promovido pelo Município da Matola?

Gostaria de convidar todos os empresários, investidores e parceiros a participarem activamente neste grande evento económico da Matola. O Fórum de Negócios e Feira Empresarial da Matola 2026 será um espaço privilegiado para criar parcerias, identificar oportunidades e contribuir para o desenvolvimento económico sustentável da nossa cidade e do País. A Matola está aberta ao investimento, à inovação e à construção conjunta de um futuro mais próspero.

O Custo do “Vamos Ver”

Há um comportamento muito característico na sociedade moçambicana. A maior parte das pessoas só pensa seriamente em seguro depois da perda acontecer. A consciência sobre a importância do seguro surge, muitas vezes, apenas depois do sinistro, depois do incêndio, da inundação, do assalto ou do ciclone.

Enquanto tudo parece estável, o seguro continua, para muitos, associado a um custo que “pode esperar”, algo secundário perante as exigências do quotidiano. E olhando para a realidade económica do país, percebe-se porquê. Entre renda, transporte, escola dos filhos, alimentação, energia, água e combustível, muitas famílias vivem permanentemente em gestão de sobrevivência.

Mas existe uma verdade que se tornou impossível ignorar, o risco em Moçambique deixou de ser eventual, tornou-se parte da rotina.

Hoje, basta acompanhar os noticiários ou circular pelas cidades para perceber a frequência com que pequenos negócios enfrentam perdas inesperadas. Um curto-circuito num mercado informal, um incêndio numa loja, uma viatura envolvida num acidente grave, chuvas intensas que inundam estabelecimentos inteiros, ventos fortes que arrancam coberturas ou sistemas eléctricos instáveis que danificam equipamentos. E quase sempre existe uma frase comum no meio do prejuízo, “Poxa, ainda não tinha seguro”.

Nos mercados informais de Maputo, Beira, Nampula ou Pemba, dezenas de pequenos comerciantes dependem diariamente de espaços frágeis, muitas vezes sem condições adequadas de segurança eléctrica ou estrutural. Quando acontece um incêndio, não desaparece apenas mercadoria. Desaparecem capital, sustento, estabilidade familiar e esperança de

continuidade.

O mesmo acontece nas estradas. Em Moçambique, milhares de famílias dependem directamente de uma única viatura para sobreviver, seja um táxi, um mini-bus, uma carrinha de transporte de mercadorias ou uma mota usada para entregas. Quando esse activo sofre danos graves, o impacto não é apenas mecânico, é económico e social. Há famílias cuja estabilidade financeira depende literalmente de quatro rodas.

Mesmo depois de eventos devastadores como o Cyclone Idai, que destruiu infra-estruturas, habitações e negócios na região centro do país, ou o Cyclone Freddy, continuamos, em muitos casos, a tratar a prevenção como luxo e não como necessidade.

Talvez porque culturalmente fomos habituados ao imprevisto, à lógica do “vamos conseguir resolver”. E é verdade que o moçambicano possui uma impressionante capacidade de resistência. Reinventa-se, recomeça e adapta-se. Mas também é verdade que certos prejuízos deixam marcas demasiado profundas para depender apenas da resiliência.

Talvez aqui esteja um dos maiores desafios do sector segurador em Moçambique, fazer a sociedade compreender que seguro não é apenas indemnização. É continuidade, protecção patrimonial, estabilidade económica e capacidade de recuperação.

Num país onde construir património exige anos de sacrifício, proteger aquilo que se conquista devia fazer parte da própria cultura financeira, porque o risco não avisa, não escolhe classe social e não espera estabilidade económica.

Talvez a verdadeira segurança não esteja apenas em conseguir adquirir bens, mas em garantir que uma única crise não destrua tudo aquilo que levou anos a construir. **■**



Valter Paulino
Especialista de Marketing

Num país onde construir património exige anos de sacrifício, proteger aquilo que se conquista devia fazer parte da própria cultura financeira, porque o risco não avisa, não escolhe classe social e não espera estabilidade económica.

NOVO RENAULT KIGER



performance
repensada



Caetano
Importador
oficial



LOCALIZAÇÃO GEOESTRÁTÉGICA



MOÇAMBIQUE



Portos

- Principais Portos
- Portos secundários



DISTÂNCIAS COMPARATIVAS ENTRE OS CORREDORES REGIONAIS (KMS)

CORREDOR	EXTREMOS DO CORREDOR	SECÇÕES DA REDE	TOTAL DO CORREDOR
Beira	Lubumbashi (RDC) - Beira	DRC-SNCC: 255 Zâmbio-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 945 Moçambique-CFM: 329	2327
Beitbridge	Lubumbashi (RDC) - Durban	DRC-SNCC: 255 Zâmbio-ZRL: 798 Zimbabwe-SBR & NRZ: 794 RSA-TFR: 1.341	3188
Plumtree	Lubumbashi (RDC) - Durban	DRC-SNCC: 255 Zâmbio-ZRL: 798 Zimbabwe-NRZ: 474 Botswana-BR: 641 RSA-TFR: 1.048	3216
Dar-es-Salaam	Lubumbashi (RDC) - Dar-es-Salaam	DRC-SNCC: 255 Zâmbio-ZRL: 125 Tanzania-TAZARA: 1840	2240
Goba	Mpaka (Swaziland) - Maputo	Swazilândia-SR: 151 Moçambique-CFM: 74	225
Limpopo	Lubumbashi (RDC) - Maputo	DRC-SNCC: 255 Zâmbio-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	86 Km	15 MTPA
Linha de Goba	74 Km	7 MTPA
Linha de Limpopo	522 Km	6 MTPA
Linha de Salatianga (Ramal)	61 Km	2.4 MTPA
Linha de Sena	575 Km	10 MTPA
Linha de Machipanda	317 Km	4 MTPA
Linha de Nacala	610 Km	2 MTPA
Linha de Lichinga	262 Km	0.2 MTPA
*Moatize Nacala via Malawi	913 Km	16 MTPA
Bindua Nacala via Moatize	1308 Km	
Harare Nacala via Moatize	1329 Km	

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

Letshego: 15 anos de inclusão financeira

Banco lança cartão MasterCard e reforça aposta na digitalização e modernização dos serviços financeiros em Moçambique

O Banco Letshego assinala 15 anos de presença no mercado moçambicano num momento particularmente simbólico da sua trajetória: o lançamento do seu cartão MasterCard, uma iniciativa que reforça o posicionamento da instituição como um dos principais agentes de inclusão financeira e inovação bancária no país.

Num sector financeiro cada vez mais competitivo e digital, o Banco Letshego procura consolidar-se não apenas como instituição de crédito, mas igualmente como uma plataforma moderna de soluções financeiras acessíveis para segmentos tradicionalmente menos servidos pela banca convencional.

A história da Letshego começa no Botswana, em 1998, com a criação da Letshego Holdings Limited, um grupo financeiro pan-africano especializado em microfinanças e serviços financeiros inclusivos. O nome "Letshego", em setswana, significa "apoio", conceito que viria a tornar-se a base da filosofia de expansão do grupo em África.

A entrada em Moçambique ocorreu em 2011, através de uma operação "greenfield", marcando igualmente a primeira instituição do grupo autorizada a captar depósitos. A escolha do mercado moçambicano não foi casual. O grupo identificou no país uma ampla faixa da população com acesso limitado aos serviços financeiros formais, particularmente nos segmentos de rendimento baixo e médio.

Foi precisamente neste nicho que o Banco Letshego construiu a sua identidade no mercado nacional.

Ao contrário da banca tradicional, fortemente concentrada nos grandes centros urbanos e nos clientes empresariais de maior dimensão, a Letshego posicionou-se como um banco de proximidade, apostando no financiamento ao consumo, no crédito a funcionários públicos, em pequenas soluções de poupança e em serviços financeiros simplificados.

Com o passar dos anos, a instituição foi alargando



Reinette van der Merwe, CEO do Grupo Letshego, e Carlos Nhamahango, CEO da Letshego Moçambique

progressivamente o seu alcance para áreas como agricultura, educação, habitação, saúde e pequenos negócios, procurando responder às necessidades concretas de uma classe média emergente e de sectores historicamente sub-bancarizados.

Atualmente, o banco possui presença em todas as províncias do país e tornou-se uma das instituições financeiras com maior penetração nos segmentos populares e intermédios. Segundo dados institucionais, a Letshego apoia centenas de



milhares de clientes em Moçambique através de soluções de crédito, poupança, pagamentos e serviços digitais.

E LANÇA CARTÃO MASTERCARD

O lançamento do cartão MasterCard representa agora uma nova etapa estratégica para a instituição.

Embora o banco já tivesse obtido licença de emissor principal MasterCard há alguns anos, a introdução mais ampla deste instrumento no mercado moçambicano reforça a aposta na digitalização financeira, nos pagamentos electrónicos e na modernização da experiência bancária dos seus clientes.

Num contexto em que Moçambique acelera a transição para uma economia cada vez mais digital, o cartão MasterCard poderá ampliar o acesso dos clientes Letshego ao comércio electrónico, aos pagamentos internacionais, aos serviços online e a soluções financeiras mais modernas e seguras.

A iniciativa assume igualmente importância simbólica no processo de inclusão financeira nacional. Grande parte da população moçambicana ainda opera predominantemente em numérico, situação que limita o acesso a serviços financeiros mais sofisticados e reduz oportunidades de integração económica.

Ao apostar em meios electrónicos de pagamento e em soluções financeiras acessíveis, o Banco Letshego procura ocupar um espaço estratégico entre a microfinança tradicional e a banca comercial moderna.

No mercado moçambicano, o posicionamento da Letshego distingue-se precisamente pela combinação entre proximidade, simplicidade e inclusão. O banco construiu uma reputação associada à rapidez de resposta, flexibilidade operacional e capacidade de chegar a segmentos frequentemente ignorados pelas instituições financeiras tradicionais.

Mais do que celebrar 15 anos de actividade, o Banco Letshego parece procurar afirmar uma nova ambição: transformar-se num banco cada vez mais digital, inclusivo e adaptado às novas exigências do consumidor moçambicano.

Num país onde a inclusão financeira continua a ser um dos grandes desafios do desenvolvimento económico, instituições como a Letshego acabam por desempenhar um papel que ultrapassa a dimensão puramente bancária, contribuindo igualmente para a integração social, para a dinamização da economia informal e para o fortalecimento do acesso ao sistema financeiro formal.

BVM eleva prestígio com integração na WFE

A Bolsa de Valores de Moçambique (BVM) alcançou mais um marco histórico ao ser admitida como membro filiado da World Federation of Exchanges (WFE).

Esta conquista reforça a posição da BVM no panorama financeiro internacional, representando um importante reconhecimento da sua maturidade institucional e do seu compromisso com as melhores práticas globais do mercado de capitais.

Importa referir que a WFE é a principal associação internacional representativa das bolsas de valores e câmaras de compensação regulamentadas em todo o mundo.

A organização promove mercados financeiros transparentes, seguros e eficientes, bem como o acesso alargado ao financiamento através dos mercados de capitais.

Fundada em 1961 e sediada em Londres, no Reino Unido, a WFE afirma-se como entidade global de referência e representação do sector, congregando actualmente mais de 250 bolsas de

valores e infraestruturas de mercado, incluindo instituições de renome internacional, como a New York Stock Exchange (NYSE), a NASDAQ, a Tokyo Stock Exchange e a Shanghai Stock Exchange.

Com a integração na WFE, a BVM passa a cooperar formalmente com os demais membros da organização, beneficiando da partilha de experiências, conhecimentos técnicos e boas práticas provenientes de mercados mais desenvolvidos.

A adesão da BVM à WFE constitui um passo estratégico para o fortalecimento institucional e operacional da Bolsa, contribuindo para a contínua modernização do mercado de capitais moçambicano e para a consolidação de um ambiente de investimento cada vez mais atractivo, competitivo e seguro para investidores nacionais e estrangeiros.





vodacom



m-pesa






Quem sabe, sabe

Com a Vodacom, tens acesso exclusivo ao Executive 2000 Lounge e uma experiência ao nível que mereces.

Activa já *111# Opção 4

Termos e Condições Aplicáveis

TUDO TOP

-  Chamadas Ilimitadas
-  SMSs Ilimitadas
-  64 GB
-  40 Min Chamadas Internacionais
-  700 MB Roaming

Válido por 30 Dias

3000 MT

BCI na Bolsa: um novo sinal de confiança na economia



Jaime Langa
gestor

A eventual entrada do Banco Comercial de Investimentos, BCI, na Bolsa de Valores de Moçambique representa muito mais do que uma simples operação financeira. O sinal emitido pela Caixa Geral de Depósitos é estratégico, político e económico, podendo marcar uma nova etapa na maturidade do sistema financeiro moçambicano e no aprofundamento do mercado de capitais nacional.

Num momento em que Moçambique atravessa desafios económicos relevantes, pressões cambiais, custos elevados de financiamento e necessidade urgente de mobilização de capital privado para investimentos estruturantes, a CGD surge com uma mensagem clara: pretende consolidar a sua presença no país e assumir-se como parceiro de longo prazo.

A declaração do CEO da CGD, Paulo Macedo, segundo a qual “é nestes momentos que também deve afirmar a sua presença”, tem um significado profundo. Não se trata apenas de diplomacia empresarial. Trata-se de uma reafirmação de confiança na economia moçambicana, numa fase em que muitos investidores internacionais continuam cautelosos relativamente ao risco africano e às incertezas geopolíticas globais.

A CGD percebe que Moçambique continua a ser um mercado estratégico na África Austral, com potencial de crescimento associado aos recursos naturais, à energia, aos corredores logísticos, à agricultura e ao consumo interno. Ao reforçar o seu compromisso com o BCI, a instituição portuguesa posiciona-se para beneficiar da futura expansão económica do país, particularmente quando os grandes projectos de gás retomarem maior dinâmica.

Mas há igualmente uma leitura empresarial muito pragmática. A possível cotação do BCI na

bolsa poderá permitir à CGD diversificar fontes de capital, aumentar liquidez accionista e valorizar o próprio banco sem perder necessariamente o controlo estratégico da instituição.

Para a Bolsa de Valores de Moçambique, esta possibilidade representa uma oportunidade histórica.

A BVM continua relativamente pequena em dimensão, liquidez e profundidade de mercado. A entrada do maior banco do país poderia transformar radicalmente o perfil da bolsa moçambicana. O BCI é uma das marcas financeiras mais sólidas e reconhecidas do mercado nacional, com forte presença empresarial e retalhista.

A sua cotação teria capacidade para aumentar significativamente a capitalização bolsista nacional, atrair novos investidores institucionais e particulares, estimular a cultura de investimento em acções, incentivar outras grandes empresas moçambicanas a considerarem abertura de capital e dinamizar o mercado secundário e a negociação de títulos.

Mais importante ainda, a entrada do BCI na bolsa poderia contribuir para democratizar parcialmente o capital financeiro em Moçambique. Pequenos investidores, fundos de pensões, seguradoras e até cidadãos comuns poderiam passar a participar no crescimento de uma das instituições mais lucrativas do sistema bancário nacional.

Do ponto de vista macroeconómico, o impacto potencial é igualmente relevante.

Uma bolsa mais dinâmica cria alternativas ao financiamento tradicional baseado exclusivamente na banca comercial. Economias modernas e competitivas dependem de mercados de capitais robustos para financiar expansão empresarial, inovação e infraestruturas. Moçambique ainda apresenta forte dependência

A entrada do maior banco do país poderia transformar radicalmente o perfil da bolsa moçambicana. O BCI é uma das marcas financeiras mais sólidas e reconhecidas do mercado nacional, com forte presença empresarial e retalhista.



Em termos estratégicos, o anúncio da CGD pode ser interpretado como um dos sinais mais relevantes de confiança internacional na economia moçambicana nos últimos tempos.

do crédito bancário, geralmente caro e limitado.

A eventual operação do BCI poderia servir como catalisador para uma nova fase do mercado financeiro moçambicano, aproximando o país de modelos económicos mais sofisticados e menos dependentes do financiamento externo concessionário.

Há igualmente uma dimensão diplomática e geoeconómica importante.

A audiência entre a CGD e o Presidente Daniel Chapo demonstra que o sector financeiro continua a desempenhar papel central na cooperação económica entre Moçambique e Portugal. A CGD procura posicionar-se não apenas como banco comercial, mas como instrumento de facilitação dos investimentos bilaterais, sobretudo em áreas estratégicas onde empresas portuguesas possam vir a participar.

Neste contexto, o BCI poderá reforçar-se como plataforma financeira privilegiada para futuras parcerias empresariais luso-moçambicanas.

Contudo, apesar do potencial positivo, o processo também levanta desafios.

A cotação em bolsa exige níveis elevados de transparência, governação corporativa, prestação de contas e disciplina regulatória. O mercado irá exigir informação financeira consistente,

previsibilidade estratégica e gestão de risco mais escrutinada.

Além disso, será importante garantir que uma eventual abertura de capital não se traduza apenas numa operação simbólica ou restrita a poucos investidores institucionais. O verdadeiro impacto transformador dependerá da capacidade de alargar a participação do capital ao mercado nacional.

Em termos estratégicos, o anúncio da CGD pode ser interpretado como um dos sinais mais relevantes de confiança internacional na economia moçambicana nos últimos tempos. Num ambiente global marcado por prudência financeira, inflação internacional e redução do apetite ao risco, a intenção de aprofundar investimentos e eventualmente avançar para bolsa constitui uma mensagem poderosa para o mercado.

Se concretizada, a entrada do BCI na Bolsa de Valores de Moçambique poderá tornar-se um marco histórico para o sistema financeiro nacional, acelerando a modernização do mercado de capitais, reforçando a confiança dos investidores e criando novas oportunidades de financiamento para a economia moçambicana. ■

Isabel Tonela agrega valor à mandioca e inspira nova geração

Abril, mês em que se celebra o Dia da Mulher Moçambicana, constitui um momento oportuno para destacar histórias de mulheres que, com determinação e visão, estão a redefinir o papel feminino na economia nacional. Entre estas protagonistas destaca-se Isabel Messias Tonela, jovem empreendedora de 29 anos e fundadora da SBEL & Farinhas, SU, Lda, uma empresa moçambicana dedicada à transformação de tubérculos em farinhas e *snacks* com valor acrescentado.

Arsénia Sithoye, texto

Num país onde a agricultura continua a ser a principal fonte de rendimento para milhares de famílias, Isabel representa uma nova geração de mulheres que olha para o campo não apenas como espaço de produção primária, mas como plataforma de inovação, industrialização e criação de riqueza.

Natural de Maputo e formada em Biologia Marinha Aquática e Costeira pela Universidade Eduardo Mondlane, a empresária demonstra que o talento empreendedor pode emergir de diferentes áreas do conhecimento e transformar-se em oportunidades concretas de negócio.

O projecto empresarial teve origem em 2022, durante uma visita à casa dos avós, no povoado de Petane, distrito de Homoine, província de Inhambane. Foi neste contexto, em contacto directo com a realidade rural, que identificou uma oportunidade frequentemente negligenciada, o potencial económico da mandioca.

“A ideia de criar a SBEL & Farinhas surgiu em 2022, durante as férias de final de ano, em casa dos meus avós no povoado de Petane, após ter participado na fase piloto do programa Agora Emprega”, recorda.

A experiência no programa despertou o interesse pelo empreendedorismo e pela criação de soluções inovadoras com base em recursos locais. “Ter sido uma das finalistas daquele

programa incentivou-me a pensar em negócios que valorizassem produtos naturais e respondessem a necessidades concretas do mercado”, acrescenta.

Em muitas regiões de Moçambique, a mandioca é produzida em grande escala, mas continua a ser comercializada sobretudo em estado fresco ou transformada em produtos tradicionais de baixo valor económico. Isabel identificou nessa limitação uma oportunidade.

“Percebi que no povoado de Petane havia uma produção significativa de mandioca, utilizada essencialmente para tapioca ou vendida em estado fresco, o que não representa um retorno financeiro significativo”, explica.

A partir dessa constatação, decidiu investir na transformação da matéria-prima em produtos com maior durabilidade, melhor apresentação e maior valor comercial. “A ideia foi desenvolver produtos à base de mandioca que reduzissem o desperdício pós-colheita, aumentassem o tempo de conservação e valorizassem um recurso local”, afirma.

Esta abordagem revela-se particularmente relevante num contexto em que o país continua a enfrentar perdas agrícolas significativas, associadas à falta de processamento, conservação e acesso a mercados estruturados.

Mais do que comercializar farinhas ou *snacks*, Isabel ambiciona construir um modelo de negócio com impacto social e económico. A SBEL & Farinhas surge com o objectivo de integrar pequenos produtores rurais na cadeia de valor, gerar rendimento e



Isabel Messias Tonela, empresária

reforçar a segurança alimentar.

“O que me motivou a apostar na agro-indústria foi a possibilidade de transformar a produção local em produtos de valor acrescentado, garantindo segurança alimentar e criando oportunidades para os agricultores, através da compra dos seus produtos a preços justos”, sublinha.

Este modelo responde a vários desafios estruturais, ao criar mercado para os produtores, estimular a produção nacional, reduzir desperdícios e promover a industrialização local.

Num contexto em que muitas mulheres continuam concentradas no comércio informal e em actividades de baixa rentabilidade, o percurso de Isabel evidencia a importância de incentivar o empreendedorismo feminino em sectores estratégicos. Ao apostar na agro-indústria, rompe com padrões tradicionais e demonstra que as mulheres podem liderar negócios inovadores, escaláveis e alinhados com a transformação económica do país.

A sua trajectória revela também o potencial da juventude moçambicana para assumir um papel central no desenvolvimento económico, desde que existam condições adequadas de acesso à formação, financiamento, redes de apoio e mercados.

A história de Isabel Tonela reflecte a convergência de três factores determinantes para o futuro do país, juventude, inovação

e liderança feminina. O facto de uma jovem formada numa área científica identificar valor económico num produto tradicional demonstra como o conhecimento pode ser aplicado de forma estratégica para gerar riqueza.

Trata-se igualmente de um sinal de mudança geracional, com o surgimento de novas empreendedoras que encaram a economia de forma integrada, sustentável e orientada para resultados.

Se devidamente apoiadas e replicadas, iniciativas como a SBEL & Farinhas poderão contribuir para dinamizar economias locais, criar emprego para jovens e mulheres, reduzir a dependência de importações de produtos processados, aumentar a competitividade agrícola e promover cadeias de valor nacionais.

No mês da Mulher Moçambicana, o percurso de Isabel Messias Tonela simboliza uma evidência clara, investir nas mulheres é investir no crescimento do país.

A fundadora da SBEL & Farinhas demonstra que empreender vai muito além da criação de uma empresa, implica identificar problemas, desenvolver soluções, gerar rendimento e inspirar outras mulheres a acreditarem no seu potencial.

Num mercado em transformação, mulheres como Isabel não acompanham apenas a mudança, lideram-na. **📌**

Invista as suas poupanças em activos imobiliários

Num contexto económico cada vez mais dinâmico, saber aplicar as poupanças de forma criteriosa tornou-se uma prioridade para famílias e investidores. Manter capital imobilizado ou exposto à erosão provocada pela inflação pode comprometer o poder de compra ao longo do tempo, pelo que a aposta em activos sólidos se afirma como uma decisão estratégica com impacto directo no futuro financeiro.

Entre as diversas opções disponíveis, o investimento imobiliário destaca-se, em Moçambique, como uma das alternativas mais consistentes, oferecendo perspectivas de valorização, estabilidade e geração de rendimento a longo prazo.

UM MERCADO EM EXPANSÃO

Moçambique tem vindo a registar um crescimento assinalável no sector imobiliário nas últimas décadas. Cidades como Maputo, Matola, Beira, Nampula e Pemba têm registado um aumento significativo na construção de habitações, edifícios comerciais e infra-estruturas turísticas.

Este dinamismo é impulsionado pelo crescimento populacional, pela urbanização acelerada e pela emergência de uma classe média mais exigente, que procura melhores condições de habitação e novas oportunidades de investimento.

Neste contexto, o imobiliário apresenta um potencial de valorização relevante, particularmente em zonas urbanas em expansão, onde o desenvolvimento de infra-estruturas e o aumento da procura contribuem para a apreciação progressiva dos activos.

VALORIZAÇÃO SUSTENTADA

Ao contrário de outros instrumentos financeiros mais voláteis, os activos imobiliários

tendem a apresentar uma valorização mais estável ao longo do tempo, sobretudo em áreas com forte dinâmica de crescimento urbano.

Em Moçambique, zonas como Katembe, Costa do Sol e áreas periféricas da cidade de Maputo têm registado uma valorização significativa, impulsionada por investimentos em infra-estruturas, incluindo vias de acesso, pontes e projectos comerciais.

Investir nestas localizações pode traduzir-se numa valorização consistente do património, proporcionando não apenas a preservação do capital, mas também a sua multiplicação ao longo dos anos.

RENDIMENTO E PREVISIBILIDADE

O investimento imobiliário assume, por natureza, um horizonte de médio e longo prazo. A aquisição de um imóvel permite ao investidor gerar rendimento passivo através do arrendamento, beneficiando de uma procura crescente, sobretudo nos principais centros urbanos.

Imóveis bem localizados e devidamente mantidos tendem a assegurar fluxos de rendimento regulares, ao mesmo tempo que mantêm potencial de valorização, podendo ser alienados futuramente com ganhos significativos.

Esta combinação entre rendimento recorrente e valorização patrimonial confere ao investimento imobiliário um nível de previsibilidade particularmente atractivo.

DIVERSIFICAÇÃO E RESILIÊNCIA

A diversificação constitui um princípio fundamental da gestão financeira. A concentração de investimentos em instrumentos exclusivamente financeiros ou sujeitos a elevada volatilidade pode aumentar o risco global do portefólio.



Sigma Katupha,
Senior Broker da Broll Moçambique

Em Moçambique, zonas como Katembe, Costa do Sol e áreas periféricas da cidade de Maputo têm registado uma valorização significativa, impulsionada por investimentos em infra-estruturas, incluindo vias de acesso, pontes e projectos comerciais.



©AdobeStock

Para investidores que procuram estabilidade e oportunidades reais de crescimento, o mercado imobiliário moçambicano afirma-se como uma escolha consistente e orientada para resultados sustentáveis.

Os activos imobiliários surgem, neste contexto, como uma alternativa tangível e resiliente, frequentemente associada a maior estabilidade em períodos de incerteza económica.

A integração de imóveis no portefólio permite reduzir a exposição a flutuações de mercado e reforçar a segurança do património, tratando-se, adicionalmente, de bens duradouros, com potencial de transmissão intergeracional.

VANTAGENS DO CONTEXTO NACIONAL

Moçambique apresenta características que reforçam a atractividade do investimento imobiliário. A sua localização estratégica, com uma extensa linha costeira ao longo do Oceano Índico, abre oportunidades relevantes nos sectores do turismo e da hotelaria.

O desenvolvimento de infra-estruturas estruturantes, como o Porto de Maputo e a ligação Maputo Katembe, tem contribuído para a expansão urbana e para a valorização de novas áreas residenciais e comerciais.


Por outro lado, o custo relativamente competitivo de terrenos e imóveis, quando comparado com outros mercados da região, aliado ao aumento da procura por habitação por parte de nacionais e expatriados, reforça o potencial de retorno.

CONCLUSÃO

Investir em activos imobiliários em Moçambique representa uma opção estratégica que combina segurança, rentabilidade e visão de longo prazo. Num mercado em expansão, sustentado por uma procura crescente e por investimentos em infra-estruturas, o sector oferece condições favoráveis para a valorização do património.

A valorização progressiva dos imóveis, a geração de rendimento, a diversificação do investimento e as especificidades do contexto nacional consolidam o imobiliário como uma das opções mais sólidas para a aplicação de poupanças.

Para investidores que procuram estabilidade e oportunidades reais de crescimento, o mercado imobiliário moçambicano afirma-se como uma escolha consistente e orientada para resultados sustentáveis.

Na Broll Moçambique, uma equipa de consultores especializados encontra-se disponível para apoiar investidores na análise do mercado e na identificação das melhores oportunidades de investimento. 

PALOP-TL entra na era digital e verde

Maputo acolheu, entre os dias 15 e 17 de Abril, a reunião técnica da parceria PALOP-TL-União Europeia, num contexto em que a cooperação internacional procura alinhar-se com novas prioridades globais, com destaque para a transição digital, a economia verde e o reforço da boa governação.

Mais de três décadas após o início da cooperação entre os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa e Timor-Leste e a União Europeia, esta parceria continua a afirmar-se como uma das mais consistentes plataformas de apoio ao desenvolvimento institucional e económico destes países.

O encontro, realizado na capital moçambicana, reuniu representantes governamentais, parceiros de implementação e diversos actores institucionais, com o objectivo de avaliar o desempenho dos programas em curso e redefinir prioridades à luz do novo enquadramento estratégico europeu, com destaque para a iniciativa Global Gateway e o instrumento NDICI-Europa Global.

GOVERNAÇÃO ECONÓMICA E TRANSPARÊNCIA GANHAM CENTRALIDADE

Um dos principais destaques recai sobre a consolidação da terceira fase do programa Pro PALOP-TL, centrado no reforço da governação económica e financeira. A iniciativa tem contribuído para o fortalecimento de mecanismos de transparência, fiscalização orçamental e introdução de práticas inovadoras, como a orçamentação sensível ao género, cada vez mais integrada nas políticas públicas internacionais.

Paralelamente, a incorporação de ferramentas digitais nos sistemas de gestão orçamental revela uma aposta clara na modernização da administração pública, com impacto potencial no ambiente de negócios e no reforço da confiança dos investidores.

JUSTIÇA E COMBATE À CORRUPÇÃO NA AGENDA ESTRATÉGICA

No domínio da justiça, o programa Pro JUST orienta-se para o reforço da cadeia de justiça criminal, com especial incidência no combate à corrupção e à criminalidade organizada, factores





O fortalecimento do Estado de Direito assume-se, assim, como um elemento central para a melhoria do clima de negócios, num contexto em que a credibilidade institucional se afirma como um activo económico determinante.

frequentemente identificados como obstáculos ao investimento nos mercados emergentes.

O fortalecimento do Estado de Direito assume-se, assim, como um elemento central para a melhoria do clima de negócios, num contexto em que a credibilidade institucional se afirma como um activo económico determinante.

CULTURA E EMPREGO COMO NOVOS MOTORES ECONÓMICOS

Outro eixo relevante da cooperação é o programa Pro CULTURA, que tem vindo a apresentar resultados na criação de emprego e geração de rendimento, particularmente nas indústrias culturais e criativas.

A preparação da segunda fase do programa reflecte um

reconhecimento crescente do papel económico da cultura, um sector ainda subexplorado, mas com elevado potencial para a diversificação das economias dos países PALOP-TL.

NOVA AGENDA: DIGITALIZAÇÃO, SUSTENTABILIDADE E INTEGRAÇÃO

A reunião evidenciou igualmente a necessidade de alinhar a cooperação com as novas dinâmicas globais, destacando-se a transformação digital, a transição energética e a sustentabilidade ambiental como prioridades estratégicas.

Neste quadro, ganha relevância o reforço da cooperação Sul-Sul e triangular, bem como o posicionamento de Timor-Leste como ponte para o mercado asiático, em particular no contexto da ASEAN.

UMA PARCERIA COM IMPACTO ESTRUTURAL

Para além dos resultados sectoriais, a parceria PALOP-TL-União Europeia continua a afirmar-se como um modelo de cooperação baseado na partilha de conhecimento, no desenvolvimento de capacidades institucionais e na promoção de reformas estruturais.

Num cenário internacional cada vez mais competitivo, iniciativas desta natureza assumem um papel determinante na criação de bases sólidas para o crescimento económico sustentável, reforçando simultaneamente a integração regional e a resiliência das economias. **■**

O direito internacional e o regresso à lógica de poder

A ideia de que o direito internacional deixou de funcionar não é nova, mas tornou-se, nos últimos anos, mais evidente. Vivemos num tempo em que os Estados continuam a invocar normas, tratados e princípios, mas actuam frequentemente à margem desses mesmos referenciais.

Mais do que um colapso súbito, o que se observa é a exposição de uma fragilidade estrutural. O direito internacional nunca foi, na prática, um sistema plenamente autónomo. Funcionou, em grande medida, como reflexo de equilíbrios de poder entre Estados. Enquanto esses equilíbrios se mantiveram, as regras foram respeitadas. Quando se alteraram, as normas perderam eficácia.

O chamado sistema de Vestfália, frequentemente apresentado como fundamento da soberania moderna, resultou menos de uma visão universal de justiça e mais de um compromisso entre potências europeias após um período prolongado de conflito. A soberania afirmou-se como um princípio funcional, aplicado sobretudo entre actores com poder comparável, deixando de fora vastas regiões do mundo sujeitas a relações desiguais.

Ao longo do século XX, esta tensão tornou-se ainda mais evidente. As grandes guerras demonstraram que, em contextos de ruptura profunda, as normas internacionais tendem a ceder perante a lógica da força. O período posterior à Segunda Guerra Mundial procurou reconstruir uma ordem baseada em instituições multilaterais, com destaque para a Organização das Nações Unidas, mas essa arquitectura

assentou, em larga medida, no equilíbrio entre grandes potências.

Durante a Guerra Fria, a estabilidade relativa do sistema internacional resultou menos da força normativa do direito e mais da contenção estratégica entre dois blocos. A existência de dois centros de poder impôs limites claros à acção unilateral, criando um ambiente em que as regras eram, em certa medida, funcionalmente respeitadas.

O fim desse equilíbrio, após 1991, alterou profundamente a dinâmica internacional. A emergência de um sistema tendencialmente unipolar trouxe consigo uma interpretação mais selectiva das normas, frequentemente subordinadas a interesses estratégicos. Conceitos como intervenção humanitária, sanções económicas ou responsabilidade de proteger passaram a coexistir com práticas que, em muitos casos, levantaram dúvidas quanto à coerência do sistema.

Hoje, o cenário internacional caracteriza-se por uma crescente fragmentação. Novos centros de poder, como China, Índia e outras economias emergentes, afirmam visões próprias sobre soberania, desenvolvimento e ordem internacional, muitas vezes divergentes das abordagens dominantes nas últimas décadas.

O resultado é um ambiente marcado por sobreposição de lógicas, onde princípios como soberania, direitos humanos, segurança e interesses estratégicos são invocados de forma variável, consoante o contexto e os actores envolvidos. Esta coexistência de referenciais distintos dificulta a construção de uma ordem estável e previsível.



Álvaro Cossa,
Empresário

Hoje, o cenário internacional caracteriza-se por uma crescente fragmentação. Novos centros de poder, como China, Índia e outras economias emergentes, afirmam visões próprias sobre soberania, desenvolvimento e ordem internacional, muitas vezes divergentes das abordagens dominantes nas últimas décadas.

O desafio actual não reside apenas na existência de divergências, mas na ausência de um consenso mínimo sobre os princípios que devem orientar a ordem global. A multipolaridade, embora evidente, ainda carece de um quadro conceptual sólido que permita transformar distribuição de poder em estabilidade institucional.

Num contexto desta natureza, o risco de escalada de tensões aumenta. A história demonstra que, na ausência de mecanismos eficazes de mediação e equilíbrio, os conflitos tendem a assumir um papel central na redefinição das regras do sistema internacional.

O desafio actual não reside apenas na existência de divergências, mas na ausência de um consenso mínimo sobre os princípios que devem orientar a ordem global. A multipolaridade, embora evidente, ainda carece de um quadro conceptual sólido que permita transformar distribuição de poder em estabilidade institucional.

A questão central deixa, assim, de ser a

preservação de uma ordem anterior e passa a ser a construção de uma nova arquitectura internacional, capaz de acomodar diferentes interesses, modelos e visões do mundo.

Mais do que uma ruptura definitiva, o momento actual representa uma fase de transição. O direito internacional não desapareceu, mas enfrenta uma redefinição profunda, cuja direcção dependerá da capacidade dos actores globais de equilibrar poder, interesses e normas.

No fundo, por detrás das disputas geopolíticas, permanece uma constante: são sempre pessoas, economias e sociedades que suportam os custos das transformações do sistema internacional.

1



**Escolha
o seu vinho**

entre mais de 200 marcas

2



**Faça a sua
encomenda
comodamente**

Whatsapp 82 8313430

3



**Entrega
na morada
da sua escolha**

Maputo e Matola



Kalitche International Trading, Lda.
Maputo Business Center - Av. Agostinho Neto, 326 - Maputo

Para mais informações
sobre provas de vinhos

**VINHOS &
negócios**



Inovação digital pode acelerar a inclusão financeira das mulheres

Maputo acolheu a edição 2026 da Conferência *Bi-Anual Women in Finance*, uma plataforma de alto nível que reuniu decisores políticos, reguladores, instituições financeiras, *fintechs* e parceiros internacionais para debater como a inovação digital pode acelerar a inclusão financeira das mulheres em Moçambique.

Arsenia Sithoye, texto

Promovido pela FSDMoç, em parceria com o Banco Mundial e a *New Faces New Voices*, o encontro colocou no centro da agenda uma questão cada vez mais estratégica: incluir mais mulheres no sistema financeiro não é apenas uma questão social, é uma condição essencial para o crescimento económico sustentável.

UMA ABERTURA MARCADA POR APELO À ACÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DE DADOS

A conferência teve início com uma mensagem introdutória forte e mobilizadora de Esselina Macome, que destacou a urgência de transformar dados e inovação digital em acções concretas para promover a inclusão financeira das mulheres.

Macome sublinhou os progressos alcançados desde a edição de 2024, incluindo uma maior coordenação entre actores do ecossistema financeiro, avanços na recolha e utilização de dados de género, fortalecimento do diálogo com líderes do sector e evolução do quadro regulatório para sistemas mais inclusivos.

No entanto, alertou que persistem desafios estruturais, sobretudo ao nível da literacia financeira e digital, da qualidade dos dados e da necessidade de soluções mais ajustadas à realidade das mulheres.

A responsável foi clara ao afirmar que a inclusão financeira feminina “não é apenas uma questão de equidade, mas uma condição essencial para o desenvolvimento económico sustentável”,

reforçando que se trata de um direito que garante autonomia, oportunidades e impacto intergeracional para famílias e para o país.

INCLUSÃO FINANCEIRA COMO PRIORIDADE NACIONAL

O discurso de abertura oficial da Ministra da Economia e Finanças, Ivete Alane, reforçou de forma inequívoca que a inclusão financeira das mulheres é uma prioridade nacional, profundamente ligada à inclusão digital.

Num contexto em que o acesso ao digital determina o acesso à economia, a Ministra destacou que a exclusão digital continua a limitar significativamente a participação plena das mulheres nos sistemas financeiros e nas oportunidades económicas.

Apontou ainda dados preocupantes: uma grande parte das mulheres moçambicanas permanece fora dos serviços financeiros formais, com maior incidência nas zonas rurais, onde o acesso à *internet* e a dispositivos digitais continua bastante limitado.

Este cenário, segundo a governante, não representa apenas um desafio social, mas um entrave estrutural ao desenvolvimento económico do país.

O Governo reafirmou o compromisso de promover a inclusão financeira das mulheres como motor de crescimento inclusivo, através de acções concretas como a expansão do acesso às tecnologias digitais, o reforço da literacia financeira e digital, programas de capacitação económica e o lançamento do Fundo de Empoderamento Económico da Mulher, que posiciona financiamento e digitalização como pilares da autonomia feminina.

A Ministra sublinhou ainda que o sucesso desta agenda



depende de uma abordagem coordenada entre Governo, sector financeiro, reguladores, parceiros de desenvolvimento e sector tecnológico, destacando o papel crítico dos dados desagregados por género na formulação de políticas eficazes.

IFC REFORÇA PAPEL DOS DADOS E DA INOVAÇÃO

A oradora principal, Mehita Fanny, representante da *International Finance Corporation* (IFC) no país, reforçou a ligação entre dados, inovação digital e impacto real na vida das mulheres, defendendo que o desafio central não está apenas em produzir informação, mas em traduzi-la em soluções financeiras inclusivas e escaláveis.

A representante destacou o papel da IFC como catalisador global de sistemas financeiros mais inclusivos, apresentando exemplos de iniciativas que têm ampliado oportunidades para mulheres, incluindo programas de capacitação tecnológica, parcerias com empresas para promover a participação feminina na economia digital e formações orientadas para o mercado de trabalho digital.

Foram igualmente apresentados modelos inovadores de adaptação de produtos financeiros, incluindo o uso de dados alternativos na avaliação de crédito, flexibilização de critérios de financiamento e parcerias com organizações locais para alcançar segmentos tradicionalmente excluídos, como mulheres no sector agrícola.

UM MERCADO AINDA SUBEXPLORADO

Em Moçambique, milhões de mulheres continuam a operar fora do sistema financeiro formal. Muitas gerem pequenos negócios, trabalham no comércio informal ou lideram actividades agrícolas sem acesso regular a crédito, seguros ou instrumentos estruturados de poupança.

Segundo o Banco Mundial, o acesso a serviços financeiros está directamente ligado à redução da pobreza, ao aumento da resiliência familiar e à expansão do empreendedorismo. A persistência da desigualdade de género no acesso financeiro representa, por isso, também uma perda económica significativa.

TECNOLOGIA COMO ACELERADOR DA INCLUSÃO

A conferência destacou a inovação digital como um dos principais catalisadores de mudança. Soluções como carteiras móveis, microcrédito baseado em dados transaccionais, *scoring* alternativo, identidade digital e seguros inclusivos foram apontadas como ferramentas-chave para reduzir barreiras históricas.

Moçambique já dispõe de uma base relevante para essa transformação, impulsionada pela expansão do *mobile money* e pela crescente penetração de telemóveis, em linha com tendências regionais observadas em África Subsaariana.

OPORTUNIDADE PARA O SECTOR FINANCEIRO

Para bancos e *fintechs*, a inclusão financeira feminina representa simultaneamente um imperativo de desenvolvimento e uma oportunidade de mercado.

Segmentos como mulheres empreendedoras, comerciantes e agricultoras emergem como potenciais clientes para contas simplificadas, crédito produtivo, soluções de pagamento e seguros adaptados.

Em vários mercados africanos, instituições que apostaram em produtos centrados nas mulheres têm registado crescimento acelerado, especialmente em microcrédito e serviços digitais.

INCLUSÃO FINANCEIRA COMO MOTOR DE CRESCIMENTO

Estudos internacionais indicam que a inclusão financeira feminina tem impacto directo no crescimento económico, uma vez



Esselina Macome, DG da FSDMoç

A inclusão financeira feminina “não é apenas uma questão de equidade, mas uma condição essencial para o desenvolvimento económico sustentável”;

que mulheres tendem a investir em educação, saúde e expansão de pequenos negócios quando têm acesso a capital.

Para Moçambique, este potencial representa uma oportunidade estratégica de acelerar o desenvolvimento económico inclusivo.

O DESAFIO DA IMPLEMENTAÇÃO

A *Women in Finance 2026* deixou uma mensagem clara: o país já dispõe de conhecimento, ferramentas e parcerias. O próximo passo é transformar intenção em resultados mensuráveis.

Num contexto de forte informalidade económica, integrar mais mulheres no sistema financeiro pode constituir uma das reformas estruturais mais relevantes da próxima década para o crescimento sustentável de Moçambique. 🇲🇵



TES - TOP, LDA
FORÇA E DESENVOLVIMENTO

RUMO AOS



ENH

Evoluir é natural

Os animais também falam

Em várias zonas rurais de Moçambique, repete-se um problema recorrente. Elefantes invadem machambas durante a noite, destroem culturas e colocam em risco a segurança das famílias. Para muitos agricultores, trata-se apenas de um conflito entre pessoas e animais. Contudo, a realidade é mais profunda.

Observações de campo e diversos estudos indicam que estes movimentos não ocorrem por acaso. Em muitos casos, os elefantes abandonam as suas áreas naturais devido à escassez de água e alimento. Secas prolongadas, degradação de habitats e pressão humana reduzem os recursos disponíveis. Ao deslocarem-se para novas zonas, estes animais estão, na prática, a emitir um sinal claro de que o ecossistema onde vivem já não responde às suas necessidades.

Este comportamento oferece uma oportunidade para compreender um conceito frequentemente negligenciado, o de indicadores ambientais. Um indicador ambiental é um ser vivo que permite avaliar o estado de saúde de um ecossistema. Em vez de depender exclusivamente de medições técnicas ou equipamentos dispendiosos, a própria natureza fornece sinais evidentes sobre o equilíbrio, ou a degradação, do meio envolvente. Cabe-nos saber interpretá-los.

A vida selvagem não serve apenas para fins turísticos ou contemplativos. Muitas espécies funcionam como verdadeiros sistemas de alerta precoce. Quando determinadas populações surgem, desaparecem ou alteram o seu comportamento, estão, na prática, a indicar mudanças no ambiente.

Os anfíbios, como sapos e rãs, constituem um exemplo claro. Vivem tanto na água como em terra e possuem pele altamente sensível, o que os torna particularmente vulneráveis à poluição. O seu desaparecimento pode indicar degradação


da qualidade da água. O mesmo se aplica aos peixes em rios e lagoas, cuja redução ou morte frequente pode sinalizar contaminação, falta de oxigénio ou desequilíbrios ecológicos.

As aves desempenham igualmente um papel relevante. Em zonas agrícolas, a presença de aves insectívoras tende a indicar equilíbrio ecológico. Quando estas diminuem, observam-se frequentemente um aumento de pragas nas culturas. De igual modo, o desaparecimento de abelhas e borboletas pode constituir um sinal precoce de uso excessivo de pesticidas ou de perda de vegetação natural.

O problema reside no facto de estes sinais serem, muitas vezes, ignorados. Quando as consequências se tornam evidentes, como a perda de colheitas, a diminuição de pescado ou o aumento de pragas, o problema já se encontra instalado, tornando as soluções mais complexas e dispendiosas.

Num país como Moçambique, onde uma parte significativa da população depende directamente da agricultura, da pesca e dos recursos naturais, a atenção a estes sinais constitui uma forma de gestão inteligente e preventiva. Não exige tecnologia sofisticada, mas sim capacidade de observação, valorização do conhecimento local e respeito pelos sistemas naturais.

Proteger a fauna não é apenas uma questão de conservação. É também um mecanismo eficaz de monitoria ambiental e de antecipação de riscos. Comunidades que reconhecem alterações na presença ou no comportamento das espécies conseguem adaptar-se com maior rapidez, reduzindo perdas e aumentando a resiliência.

Os animais não comunicam com palavras, mas expressam-se através da sua presença, da sua ausência e do seu comportamento. Ignorar esses sinais é desperdiçar informação valiosa. Interpretá-los correctamente pode representar uma vantagem económica, social e estratégica. 



Custódio Bila

Médico Veterinário e Presidente da Associação de Veterinários de Moçambique (AVETMO)
custodio.bila@uem.mz

Proteger a fauna não é apenas uma questão de conservação. É também um mecanismo eficaz de monitoria ambiental e de antecipação de riscos. Comunidades que reconhecem alterações na presença ou no comportamento das espécies conseguem adaptar-se com maior rapidez, reduzindo perdas e aumentando a resiliência.

BENEFÍCIOS

- 🐟 FLUTUABILIDADE COMPLETA;
- 🐟 NUTRICIONALMENTE COMPLETA;
- 🐟 MELHOR CONVERSÃO ALIMENTAR;
- 🐟 MELHORIA NA QUALIDADE DA ÁGUA;
- 🐟 SISTEMA IMUNOLÓGICO FORTALECIDO;
- 🐟 CARNE DE PEIXE MAIS FIRME E SABOROSA; E
- 🐟 100% NACIONAL.

INGREDIENTES

- FARINHA DE CARNES DE ALTA DIGESTIBILIDADE;
- BAGAÇO DE SOJA DESENGORDURADO;
- MILHO AMARELO INTEGRAL E DE 1ª;
- ÓLEO DE SOJA REFINADO;
- 23 VITAMINAS, MINERAIS E AMINOÁCIDOS ESSENCIAIS;
- PROBIÓTICOS E ENZIMAS DIGESTIVAS; E
- ANTIOXIDANTES NATURAIS.

RAÇÃO FLUTUANTE PARA TILÁPIA (F1, F2, F3 E F4)

NOVIDADE

DISPONÍVEL EM EMBALAGENS DE:
25 e 10 kg



RECOMENDADA PARA TILÁPIA

Produzido e distribuído por:



InterMed Mozambique Lda
DESDE 2006



www.intermedmozambique.com



Intermed Mozambique, Lda

SEDE



Av. Ahmed S. Touré, no. 1535, C. de Maputo



+258 82 700 9155

MANICA



B. 25 de Junho, Zona Industrial, Chimoio



+258 84 148 9683

MATOLA



Av. Somora Machel, no. 1237, C. da Matola



+258 84 850 3082

Nova conectividade impulsiona negócios

Moçambique entrou numa nova fase da modernização do sector das telecomunicações com o arranque do projecto piloto de roaming nacional, uma iniciativa com potencial para transformar o acesso à conectividade, reduzir assimetrias territoriais e gerar impactos directos na economia.

Arsenia Sithoye

Coordenado pelo Instituto Nacional das Comunicações de Moçambique, INCM, o projecto envolve as principais operadoras móveis do País, nomeadamente a Tmcel, a Vodacom Moçambique e a Movitel.

O modelo permite que os clientes utilizem, de forma temporária, a rede de outra operadora sempre que a sua não disponha de cobertura numa determinada zona, passando assim o utilizador a aceder automaticamente ao sinal disponível mais próximo, independentemente da operadora de origem.

RESPOSTA A UM PROBLEMA ESTRUTURAL

A iniciativa surge num contexto em que Moçambique continua a enfrentar profundas desigualdades no acesso às telecomunicações, sobretudo entre centros urbanos e zonas rurais, onde a instabilidade das chamadas, a ausência de dados móveis e as falhas recorrentes de rede continuam a limitar o desenvolvimento de actividades económicas, o acesso à informação e a prestação de serviços públicos.

Segundo a União Internacional das Telecomunicações, a expansão da conectividade permanece um dos principais factores de inclusão económica nos mercados emergentes.

IMPACTO DIRECTO NO AMBIENTE DE NEGÓCIOS

Para o sector privado, o roaming nacional poderá traduzir-se em ganhos imediatos de produtividade, uma vez que pequenos comerciantes, transportadores, operadores agrícolas e agentes de serviços financeiros móveis em zonas remotas dependem cada vez mais da rede móvel para realizar pagamentos,

gerir encomendas, coordenar logística e manter contacto com clientes.

Com uma cobertura mais efectiva, antevêm-se benefícios concretos como a expansão dos serviços financeiros móveis, a maior integração comercial entre zonas rurais e urbanas, a redução de custos operacionais para empresas fora dos principais centros urbanos, o reforço da inclusão digital de consumidores e empreendedores e o aumento da eficiência no comércio informal e nas cadeias de valor agrícolas.

Em sectores como o turismo, o transporte rodoviário e a distribuição, a conectividade em tempo real poderá traduzir-se em maior eficiência operacional e redução de perdas.

Especialistas do sector defendem que a partilha de infra-estruturas constitui uma solução mais racional do que a duplicação de investimentos em zonas de baixa rentabilidade, permitindo que uma única infra estrutura sirva clientes de diferentes redes, promovendo ganhos de escala e maior eficiência.



MENOS DUPLICAÇÃO, MAIS EFICIÊNCIA

Especialistas do sector defendem que a partilha de infra-estruturas constitui uma solução mais racional do que a duplicação de investimentos em zonas de baixa rentabilidade, permitindo que uma única infraestrutura sirva clientes de diferentes redes, promovendo ganhos de escala e maior eficiência.

Este modelo poderá libertar recursos financeiros para a expansão da cobertura de internet móvel, a melhoria da qualidade dos serviços, a modernização tecnológica e o alargamento da rede a novas áreas actualmente desassistidas.

A GSMA tem defendido, a nível internacional, a partilha de infra-estruturas como um mecanismo eficaz para acelerar a cobertura em mercados em desenvolvimento.

DESAFIOS REGULATÓRIOS E OPERACIONAIS

Apesar do potencial, a implementação do roaming nacional exige um enquadramento regulatório robusto e uma articulação eficaz entre operadores concorrentes, sendo particularmente relevantes aspectos como a definição de mecanismos de compensação financeira entre operadoras, a garantia de padrões mínimos de qualidade de serviço, a protecção de dados e segurança das comunicações, o eventual impacto tarifário para o consumidor final e a capacidade técnica das redes que passam a suportar maior volume de tráfego. Outro desafio central será assegurar que o projecto evolua da fase experimental para uma solução estável, sustentável e de alcance nacional.

UMA OPORTUNIDADE ESTRATÉGICA PARA O PAÍS

Num contexto em que Moçambique procura acelerar a digitalização da economia, promover a inclusão financeira e reforçar a sua competitividade regional, o roaming nacional poderá assumir-se como mais do que uma inovação tecnológica, podendo afirmar-se como uma ferramenta estratégica de desenvolvimento económico.

Se a implementação for bem sucedida, o País poderá posicionar-se como uma referência regional em políticas de conectividade acessível e de elevado impacto, reforçando a confiança de empresas, consumidores e investidores num mercado das telecomunicações que começa, de forma clara, a entrar numa nova fase. **■**

O melhor vendedor não está no marketing

As marcas continuam a investir em embaixadores pagos, rostos conhecidos, contratos milionários, campanhas cuidadosamente produzidas, enquanto ignoram, todos os dias, quem já representa a marca de forma espontânea, em cada conversa informal, em cada resposta a um familiar que pergunta como é trabalhar naquela empresa, em cada momento em que alguém de fora contacta com quem está dentro.

O colaborador é o embaixador sem título formal. Não foi contratado para essa função, não recebe por isso, não integra qualquer plano de comunicação. Ainda assim, desempenha esse papel todos os dias, a favor ou contra a organização, em função da experiência que vive no seu local de trabalho.

É aqui que reside um dos maiores paradoxos da gestão contemporânea. As empresas investem somas significativas para controlar a narrativa externa, o conteúdo publicado, o anúncio difundido, a campanha lançada, mas deixam a narrativa interna entregue ao acaso, como se o que acontece dentro das organizações não transbordasse para o exterior, como se os colaboradores não partilhassem experiências com familiares, amigos e redes de proximidade.

O mercado sabe, e sempre soube. Sabe quando uma empresa valoriza as suas pessoas, tal como reconhece rapidamente quando as desvaloriza.

Um colaborador satisfeito não precisa de orientação para falar bem da organização, fá-lo de forma natural, porque acredita no que faz e em quem lidera. Pelo contrário, um colaborador desmotivado, ignorado ou mal tratado também não necessita de incentivo para expressar a sua percepção, essa narrativa emerge espontaneamente, partilhada em conversas informais,

difundida em redes pessoais, amplificada pela confiança que existe entre pares.

Num contexto em que a reputação circula cada vez mais por canais informais, essa narrativa tem um alcance frequentemente superior ao de qualquer campanha paga.

O problema não reside na falta de consciência por parte das organizações. Reside, antes, na forma como continuam a estruturar as suas prioridades, tratando o colaborador como um custo e o embaixador externo como um investimento, quando, numa análise mais rigorosa, a relação tende a ser inversa.

Investir na experiência interna, na cultura organizacional, no reconhecimento, na qualidade da liderança e nas condições reais de trabalho não é apenas uma função da gestão de recursos humanos. É uma decisão estratégica de posicionamento de marca. É, simultaneamente, a forma mais credível, mais sustentável e mais eficiente de construir reputação.

Não existe campanha capaz de substituir aquilo que um colaborador diz sobre a sua empresa num contexto informal, onde não há guiões, nem supervisão, nem interesses comerciais directos.

O mercado não acredita apenas no discurso institucional das marcas. Acredita, sobretudo, no testemunho de quem lá trabalha, especialmente quando esse testemunho é espontâneo.

Por isso, o melhor vendedor pode não estar no departamento de marketing. Pode estar na recepção, na área financeira ou na equipa de operações. A verdadeira questão não é onde ele está, mas sim que experiência a organização lhe proporciona e que história lhe dá para contar. ■



Joana Prista
Directora-geral da agência IKIGAI360

O mercado não acredita apenas no discurso institucional das marcas. Acredita, sobretudo, no testemunho de quem lá trabalha, especialmente quando esse testemunho é espontâneo.



ELECTRICIDADE
DE MOÇAMBIQUE, E.P.

A EDM NA PALMA DA SUA MÃO!

Baixe o novo
aplicativo da EDM

Link: app.edm.co.mz



Com o aplicativo da EDM, pode:

- ✓ Comprar energia
- ✓ Consultar o histórico de compras
- ✓ Aceder à Central de Atendimento
- ✓ Receber Alertas e Notificações

Para mais informações



ABRIL 2026 **negócios** 55



Danilo Nala lidera IGEPE na nova geração da gestão pública

A recente decisão do Presidente da República, Daniel Chapo, de avançar com mudanças estratégicas em empresas públicas e instituições do Sector Empresarial do Estado representa mais do que simples substituições de quadros. Trata-se da materialização de um compromisso assumido perante os moçambicanos no acto da sua tomada de posse, quando defendeu um Estado mais eficiente, moderno, transparente e orientado para resultados.

As exonerações e nomeações anunciadas na 12.ª Sessão Ordinária do Conselho de Ministros revelam uma liderança determinada em imprimir nova dinâmica à gestão pública, sobretudo em sectores considerados estruturantes para o desenvolvimento económico nacional.

Num contexto em que o País enfrenta enormes desafios económicos e sociais, a decisão de revitalizar instituições estratégicas demonstra visão política e coragem reformista. O Sector Empresarial do Estado necessita, há vários anos, de uma profunda redefinição do seu papel, da sua capacidade de gerar valor e da sua relação com os cidadãos e investidores. A mensagem transmitida pelo Chefe do Estado é clara: a eficiência, a competência técnica, a responsabilidade e os resultados passam a ser elementos centrais da governação económica.

DANILO NALA PARA PCA DO IGEPE

Entre as decisões anunciadas, merece particular destaque a nomeação de Danilo Mussá Nala para o cargo de Presidente do Conselho de Administração do Instituto de Gestão das Participações do Estado, IGEPE.

O IGEPE ocupa uma posição estratégica na arquitectura económica do País, sendo responsável pela gestão das participações do Estado em importantes empresas nacionais. A escolha de Danilo Nala é interpretada em vários círculos económicos como uma aposta na competência técnica, no rigor de gestão e numa



Danilo Nalá, PCA do IGEPE

O novo PCA terá diante de si a missão de reforçar mecanismos de transparência, melhorar indicadores de rentabilidade, impulsionar modelos de gestão mais competitivos e garantir que as empresas participadas contribuam efectivamente para o crescimento económico e para a estabilidade financeira do Estado.

nova abordagem de valorização dos activos do Estado.

Reconhecido pela sua experiência, capacidade analítica e visão estratégica, Danilo Nala reúne atributos que poderão contribuir para tornar o IGEPE uma instituição mais dinâmica, moderna e orientada para a criação de valor económico sustentável. Num momento em que Moçambique procura aumentar a confiança dos investidores, melhorar a governação corporativa e potenciar o desempenho das empresas participadas pelo Estado, a liderança do IGEPE assume importância determinante.

O desafio não será pequeno. O novo PCA terá diante de si a missão de reforçar mecanismos de transparência, melhorar indicadores de rentabilidade, impulsionar modelos de gestão mais competitivos e garantir que as empresas participadas contribuam efectivamente para o crescimento económico e para a estabilidade financeira do Estado.

As recentes mudanças no IGEPE, na Empresa Nacional de Hidrocarbonetos e no Fundo de Fomento de Habitação demonstram igualmente que o Presidente Daniel Chapo pretende acelerar o ritmo das reformas e consolidar uma cultura institucional baseada no mérito e na capacidade de execução.

Num País onde os cidadãos esperam respostas concretas para os desafios do emprego, habitação, industrialização e desenvolvimento económico, estas decisões representam sinais políticos importantes. Mais do que mudanças administrativas, são decisões que procuram restaurar confiança, revitalizar instituições e preparar o Estado para responder com maior eficiência às exigências do presente e do futuro.

Além de Danilo Nala para o IGEPE, o Conselho de Ministros nomeou igualmente Rudêncio Morais para o cargo de Presidente do Conselho de Administração da Empresa Nacional de Hidrocarbonetos e Amorim Remígio Manuel Pery para o cargo de Presidente do Conselho de Administração do Fundo de Fomento de Habitação, num conjunto de decisões que reforçam a aposta do Executivo na renovação da liderança das principais instituições económicas do Estado.

negócios

CLUB negócios

Business networking

Ao fim do dia de trabalho, juntamos a comunidade empresarial para um momento de networking, com algumas surpresas e, obviamente, negócios.

CAFÉ negócios

Café & Debate

Durante um pequeno-almoço debatemos assuntos de interesse para a melhoria do ambiente de negócios em Moçambique.

CONFERÊNCIA negócios

Um espaço de diálogo sobre matérias de interesse nacional em todos os sectores de actividade económica, visando proporcionar interacção entre o Sector Privado, Governo e outros actores do processo de desenvolvimento económico e social do País.

negócios DE GALA

Um evento exclusivo da revista Negócios que reúne empresários, líderes corporativos e empreendedores para uma noite de prestígio, reconhecimento e networking. Uma mistura única de cerimónia de premiação, palestras inspiradoras, sessões de networking e entretenimento.

VINHOS & negócios

Descubra novos sabores e conexões enquanto você explora o mundo dos vinhos conosco. Junte-se a nós para uma degustação que estimulará seu paladar, mas também abrirá portas para novas oportunidades de networking.

revista.negocios.co.mz

ENH paga mil milhões de meticais em dividendos ao Estado

A Empresa Nacional de Hidrocarbonetos, ENH, procedeu, em 2025, ao pagamento de mil milhões de meticais em dividendos ao Estado, posicionando-se como a segunda maior contribuinte entre um conjunto de doze empresas participadas pelo Estado.

Para além da ENH, constam igualmente da lista de entidades que canalizaram dividendos ao Estado duas empresas participadas do grupo, designadamente a Companhia Moçambicana de Hidrocarbonetos, CMH, e a Companhia Moçambicana do Gasoduto, CMG, que também registaram contribuições relevantes para o Tesouro.

A CMH efectuou um pagamento de 373,7 milhões de meticais, enquanto a CMG contribuiu com 95,5 milhões de meticais. No total, as três empresas canalizaram 1.469,2 milhões de meticais, o que corresponde a cerca de 18 por cento do montante global de 8.144,4 milhões de meticais arrecadados pelo Estado em dividendos.

De acordo com o Balanço do Plano Económico e Social e Orçamento do Estado de 2025, recentemente divulgado pelo Ministério das Finanças, os dividendos representam 2,3 por cento da receita total do Estado.

Segundo a Presidente do Conselho de Administração da ENH, Ludovina Bernardo, o pagamento de dividendos reflecte o desempenho positivo da empresa e das suas participadas, bem como o compromisso com uma gestão rigorosa e orientada para o desenvolvimento do país.

“Ao canalizarmos estes recursos para o Tesouro, reafirmamos a nossa missão de contribuir para o desenvolvimento de Moçambique. O desempenho positivo das nossas operações permite-nos participar de forma directa no financiamento do Orçamento do Estado. Este resultado é fruto de um trabalho consistente e de uma governação assente em princípios éticos,

“Ao canalizarmos estes recursos para o Tesouro, reafirmamos a nossa missão de contribuir para o desenvolvimento de Moçambique. O desempenho positivo das nossas operações permite-nos participar de forma directa no financiamento do Orçamento do Estado.”

visando garantir que o crescimento da ENH se traduza em benefícios concretos para o país”, afirmou, acrescentando que a mesma tendência positiva se verifica ao nível da contribuição fiscal.

No exercício económico de 2025, a ENH canalizou ainda 646 milhões de meticais em impostos, dos quais 319 milhões correspondem a royalties, 274 milhões ao Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares, IRPS, 13 milhões ao Imposto sobre o





Rendimento de Pessoas Colectivas, IRPC, e 40 milhões ao imposto sobre o Valor Acrescentado, IVA.

A ENH é a entidade responsável, em representação do Estado, pela pesquisa, prospecção, produção e comercialização de recursos petrolíferos no país, participando em projectos de forma directa ou através de sociedades de objecto específico.

Por sua vez, a CMH é a sociedade através da qual a ENH

participa no projecto de gás de Pande e Temane, detendo 25 por cento de participação, enquanto a CMG integra a estrutura accionista da Companhia do Gasoduto da República de Moçambique, ROMPCO, com uma participação de 40 por cento, entidade responsável pela gestão do gasoduto com cerca de 865 quilómetros que liga Temane, no distrito de Inhassoro, em Moçambique, à cidade de Secunda, na África do Sul.

Cresce o crédito às famílias e diminui às empresas, que impacto para a economia?



Ivan Amade,
Mestre em Gestão de Projectos e
consultor de negócios

Uma das mais relevantes inovações económicas da história é o crédito, em particular o crédito bancário, que constitui um instrumento central para o funcionamento das economias modernas, ao permitir a antecipação do consumo, o financiamento do investimento produtivo e a execução de políticas públicas. Ao viabilizar a actuação dos principais agentes económicos, famílias, empresas e Estado, o crédito contribui para a melhoria da qualidade de vida, para a expansão da actividade económica e para a transformação estrutural das economias.

Entre Janeiro de 2025 e Janeiro de 2026, o crédito bancário à economia moçambicana registou uma redução na ordem dos 2 por cento. Apesar desta tendência, o crédito ao consumo continua dominante, representando cerca de 57 por cento do total. Na prática, o sistema financeiro continua a privilegiar o financiamento do consumo em detrimento da produção.

Este padrão revela uma questão estrutural, um modelo de crescimento assente no consumo, com reduzida alocação de crédito aos sectores produtivos. As implicações são conhecidas, baixa capacidade de produção interna, maior dependência de importações, pressão sobre a balança de pagamentos, criação limitada de emprego sustentável e um crescimento económico vulnerável a choques externos.

No contexto moçambicano, a agricultura assume um papel central, sendo um sector estratégico do qual depende a maioria da população, como fonte de rendimento, alimentação e emprego. Ignorar o seu financiamento equivale,

em grande medida, a desvalorizar a base real da economia. Os dados mais recentes indicam que o crédito bancário à agricultura caiu de cerca de 3 por cento, em Fevereiro de 2025, para 1,8 por cento do total do crédito em Fevereiro de 2026.

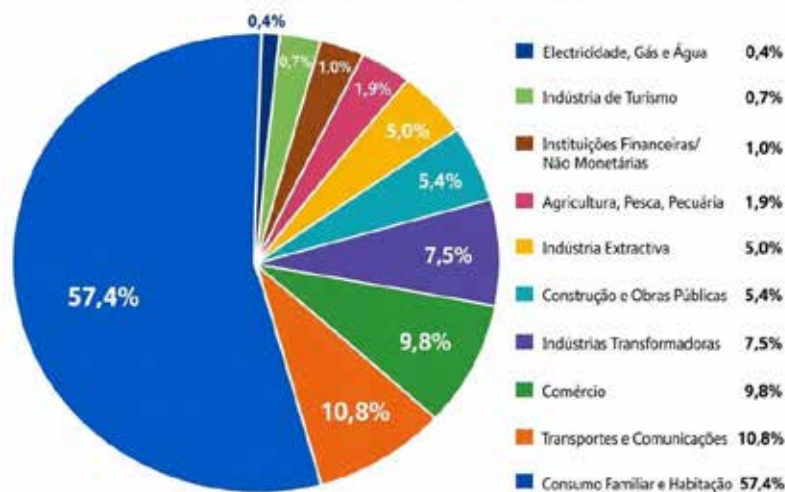
Importa sublinhar que esta redução não significa ausência de financiamento ao sector, mas antes uma diminuição do papel da banca, sendo o apoio cada vez mais assegurado por fontes alternativas, como programas públicos, organizações não governamentais e mecanismos informais. Neste contexto, o crédito bancário assume-se como um indicador relevante das prioridades e da percepção de risco do sistema financeiro formal.

Do ponto de vista teórico, este comportamento pode ser interpretado à luz da racionalidade económica descrita por Max Weber, segundo a qual os agentes privilegiam eficiência, previsibilidade e controlo do risco. O crédito ao consumo, pela sua natureza, apresenta retornos mais rápidos e maior previsibilidade, enquanto o financiamento à produção, particularmente na agricultura, envolve maior incerteza e horizontes mais longos.

Por outro lado, a abordagem do enraizamento social, desenvolvida por Mark Granovetter, sugere que as decisões económicas não são exclusivamente técnicas, dependendo também de factores como confiança, disponibilidade de informação e estrutura institucional. Em economias com elevados níveis de informalidade, estes factores tendem a favorecer actividades mais estruturadas e previsíveis, como o consumo, em detrimento de sectores produtivos.

No contexto moçambicano, a agricultura assume um papel central, sendo um sector estratégico do qual depende a maioria da população, como fonte de rendimento, alimentação e emprego. Ignorar o seu financiamento equivale, em grande medida, a desvalorizar a base real da economia.

DISTRIBUIÇÃO DO CRÉDITO POR ACTIVIDADE ECONÓMICA E FINALIDADE (FEVEREIRO 2026)



Fonte: Banco de Moçambique (Fev 2026)
Elaborado por: Eng.º Ivan Amade

Nas condições actuais, esta lógica favorece o consumo em detrimento do investimento produtivo, limitando a transformação estrutural da economia e condicionando a qualidade, sustentabilidade e potencial de crescimento do país.

Acresce que o mercado de crédito ao consumo tem como principal base de clientes os funcionários públicos, dada a estabilidade dos seus rendimentos e a previsibilidade dos pagamentos, frequentemente assegurados por desconto em folha. Esta realidade conduz a uma concentração significativa da carteira neste segmento, tornando o sistema financeiro, em certa medida, dependente de um perfil de cliente considerado de menor risco.

Esta concentração, contudo, não está isenta de riscos. Por um lado, aumenta a exposição a um único segmento, criando uma ligação indirecta ao risco fiscal do Estado, sobretudo em contextos de pressão sobre as finanças públicas. Por outro, incentiva o sobre-endividamento das famílias e reduz o espaço disponível para o financiamento de actividades produtivas.

A este cenário soma-se o crescimento do crédito ao consumo através de plataformas de dinheiro móvel, que se tem expandido rapidamente, atingindo já mais de 22 milhões de utilizadores. Este tipo de crédito, caracterizado por montantes reduzidos, aprovação rápida e utilização de dados transaccionais, amplia o acesso ao financiamento, mas levanta desafios adicionais ao nível do controlo do risco e da visibilidade do endividamento das famílias.

Importa ainda considerar o peso do crédito informal, incluindo práticas de agiotagem, que

têm incidência particular sobre funcionários públicos. A facilidade de acesso e a ausência de requisitos formais levam muitos a recorrer a estes mecanismos em situações de restrição de liquidez, frequentemente a taxas de juro elevadas e em condições pouco transparentes. Este fenómeno agrava o nível de endividamento, distorce a avaliação do risco por parte da banca e contribui para ciclos de dependência financeira.

Assim, ao observar-se o crescimento do financiamento às famílias em simultâneo com a redução do crédito às empresas, não se pode concluir que o problema reside nas famílias, que actuam de acordo com os incentivos disponíveis. A questão central reside na forma como o sistema financeiro avalia o risco e define a alocação de recursos.

Nas condições actuais, esta lógica favorece o consumo em detrimento do investimento produtivo, limitando a transformação estrutural da economia e condicionando a qualidade, sustentabilidade e potencial de crescimento do país. Torna-se, por isso, necessário criar instrumentos e incentivos que orientem o sector financeiro para o financiamento de áreas estratégicas, alinhando a rentabilidade com os objectivos de desenvolvimento económico e produtivo do país. ■

Marketing Social como Ferramenta Estratégica da RSE



Felícia Nhama,
Consultora de Responsabilidade Social

Quando falamos de Responsabilidade Social Empresarial, sabemos que ela incorpora diversas ferramentas, todas alinhadas com princípios de ética e transparência nos negócios e no relacionamento com os diferentes stakeholders.

Neste contexto, o Marketing Social afirma-se como uma poderosa ferramenta estratégica que liga as empresas às causas sociais, fortalecendo a sua imagem e credibilidade, ao mesmo tempo que promove mudanças positivas na sociedade. Diferencia-se do marketing tradicional por privilegiar o impacto social e a sustentabilidade, em detrimento do lucro imediato.

O Marketing Social constitui uma ponte entre a Responsabilidade Social Empresarial e o mercado, permitindo que as empresas se destaquem enquanto contribuem para uma sociedade mais justa e sustentável. Trata-se da aplicação de técnicas de marketing para promover causas sociais e ambientais, funcionando como um elo entre reputação e impacto positivo, demonstrando que a organização não está apenas preocupada com o lucro, mas também com a comunidade e com o planeta.

Assim, o Marketing Social é mais do que comunicação, é gestão estratégica de reputação e impacto. As empresas que o aplicam de forma autêntica conseguem unir propósito e resultados, criando valor para a sociedade e para o próprio negócio. É uma ferramenta estratégica de posicionamento, que associa uma empresa ou marca a uma causa social relevante, gerando benefícios mútuos.

Num contexto em que a concorrência se torna cada vez mais intensa e novos programas de fidelização surgem constantemente, o consumidor passou a reconhecer o seu poder de influência. Descobriu que, através do seu poder de compra, pode exigir soluções para os problemas da sociedade.

Por sua vez, as empresas, preocupadas em fidelizar os seus clientes, começaram a integrar nas suas estratégias acções de carácter social, demonstrando interesse genuíno pela comunidade. Não apenas por caridade, mas também por visão estratégica, reforçando a sua imagem institucional e, consequentemente, a sustentabilidade dos seus negócios.

No mercado moçambicano, até há relativamente pouco tempo, as intervenções na área social eram realizadas de forma predominantemente assistencialista. Hoje, porém, o mercado exige muito mais do que boas intenções. Com o crescimento do Terceiro Sector, as questões sociais passaram a ser tratadas de forma mais estruturada, procurando gerar mudanças efectivas nas pessoas e, consequentemente, na sociedade, contribuindo para uma transformação social com impacto.

O Marketing remete-nos para a compreensão de que não significa apenas fazer propaganda ou publicidade nos mais diversos canais de divulgação. Trata-se de um processo muito mais amplo e complexo, orientado para a realização de negócios através da satisfação de necessidades reais, utilizando a comunicação como uma ferramenta poderosa quando devidamente planeada e aplicada.

O pensamento de marketing deve partir das

No mercado moçambicano, até há relativamente pouco tempo, as intervenções na área social eram realizadas de forma predominantemente assistencialista. Hoje, porém, o mercado exige muito mais do que boas intenções.

As empresas utilizam o Marketing Social para divulgar as suas práticas de responsabilidade social, como projectos ambientais, educacionais ou de saúde, conscientes dos benefícios que estas iniciativas proporcionam, entre os quais o fortalecimento da credibilidade e da reputação junto dos consumidores, vantagem competitiva face à concorrência e consolidação de relações duradouras com clientes que partilham os mesmos valores sociais.

necessidades e desejos humanos, através de acções institucionais que tenham como objectivo atenuar ou eliminar problemas sociais, nomeadamente nas áreas de higiene e saúde pública, trabalho, educação, habitação, transporte e nutrição. Todas estas dimensões convergem para a promoção da qualidade de vida e do bem-estar das pessoas, das comunidades e da sociedade no seu todo.

Importa igualmente destacar o papel da propaganda institucional, que procura construir e manter uma imagem positiva tanto da empresa como dos seus produtos e serviços. Actualmente, várias campanhas sociais têm sido promovidas na nossa sociedade, contribuindo para o desenvolvimento do Marketing Social como uma área específica do marketing e como ferramenta estratégica da Responsabilidade Social Empresarial.

Com base nestes pressupostos, é possível identificar alguns passos estratégicos para a aplicação prática do Marketing Social, nomeadamente: definir causas alinhadas ao negócio, criar projectos de impacto real, comunicar de forma transparente, envolver colaboradores e clientes, medir e divulgar resultados e integrar estas acções na estratégia global da

organização.

As empresas utilizam o Marketing Social para divulgar as suas práticas de responsabilidade social, como projectos ambientais, educacionais ou de saúde, conscientes dos benefícios que estas iniciativas proporcionam, entre os quais o fortalecimento da credibilidade e da reputação junto dos consumidores, vantagem competitiva face à concorrência e consolidação de relações duradouras com clientes que partilham os mesmos valores sociais.

Ao mesmo tempo, observam-se benefícios evidentes para a sociedade, como o desenvolvimento comunitário, a maior consciencialização sobre causas sociais e o incentivo a comportamentos sustentáveis.

As empresas estão atentas a esta nova realidade social. Investir no social tornou-se indispensável. Para além de contribuir para o desenvolvimento das comunidades, os projectos sociais fortalecem a imagem institucional das organizações. A nova postura da empresa cidadã, assente no resgate de princípios éticos e morais, passou a assumir uma dimensão estratégica. Afinal, eficiência não significa apenas fazer bem as coisas, mas sobretudo fazer as coisas certas. ■



**FÓRUM DE NEGÓCIOS
E FEIRA EMPRESARIAL
DA MATOLA 2026**



**Desenvolvimento da Economia Local:
Um desafio para a governação municipal**

Esperança que regressa a Gaza

Esneta Marrove, texto | Charles José Carlos, fotos

Milhares de famílias na província de Gaza perderam bens e meios de subsistência na sequência das inundações registadas entre Janeiro e Dezembro. Foram meses marcados por medo, perdas e incerteza, mas, no meio da devastação, a primeira intervenção da Tzu Chi Moçambique naquela província trouxe esperança a mais de 2.400 famílias afectadas.

O alerta inicial parecia rotineiro, como em tantos outros anos de época chuvosa numa das regiões historicamente mais vulneráveis do País. No entanto, a 11 de Janeiro de 2026, no Posto Administrativo de Chilembene, distrito de Chókwè, poucos antecipavam a dimensão da catástrofe que se seguiria.

Em poucos dias, a subida dos rios e a intensidade das chuvas provocaram o transbordo das águas, que invadiram habitações, destruíram machambas e deixaram um rasto de destruição em grande parte da província.

“No princípio, ainda resistimos, acreditando que a água iria baixar rapidamente. Mas, dia após dia, foi ocupando as nossas casas,” recorda Mário Mutumbene, agricultor de 76 anos, natural de Chilembene, que afirma não ter memória de uma devastação semelhante.

A sua machamba, com cerca de um hectare, constituía a principal fonte de sustento da família. Hoje, nada resta. “Estávamos em casa quando o tecto começou a ceder. Foi nesse momento que percebemos o perigo. Com apoio das lideranças locais, conseguimos sair e salvar a vida, mas perdemos tudo”, relata.

Sem habitação, Mutumbene e a sua família encontraram abrigo num centro de reassentamento provisório organizado pelo Governo.

História semelhante é partilhada por Teresa Siteo, agricultora de 63 anos, que perdeu não apenas a casa, mas também um hectare de culturas prontas para a colheita, incluindo amendoim, milho, batata-doce e hortícolas.

“Saímos apenas com a roupa do corpo. Pensei que voltaria e encontraria a casa como a deixei. Mas, quando regresssei, já não havia nada”, conta.



Mário Mutumbene, agricultor

UM GESTO DE SOLIDARIEDADE EM TEMPO DE CRISE

Foi neste cenário de emergência que a solidariedade ganhou expressão concreta. Em resposta aos apelos das autoridades, a Tzu Chi Moçambique mobilizou apoio para 2.464 famílias, disponibilizando sementes, alimentos e outros bens essenciais.

Tratou-se da primeira intervenção da fundação na província de Gaza, desde o início das suas actividades em Moçambique, em 2012.

“A Tzu Chi trouxe esperança para este povo, o que representou um grande alívio para as comunidades afectadas”, afirma Noé Vasco, chefe do Posto Administrativo de Chilembene.

Do total de beneficiários, 2.062 famílias encontram-se no Posto Administrativo de Chilembene e 402 na localidade de Hokwe, ambos no distrito de Chókwè, um dos mais afectados pelas intempéries, a par do distrito de Guijá.

A assistência incluiu sementes de culturas como feijão, amendoim, milho, tomate, couve e abóbora, bem como instrumentos agrícolas, entre os quais ancinhos e regadores, permitindo às famílias retomar gradualmente a produção.

EXPANSÃO DA ACÇÃO HUMANITÁRIA

A intervenção em Gaza ocorre num ano simbólico para a organização, que assinala seis décadas de existência a nível global, reforçando o seu compromisso com a assistência humanitária.

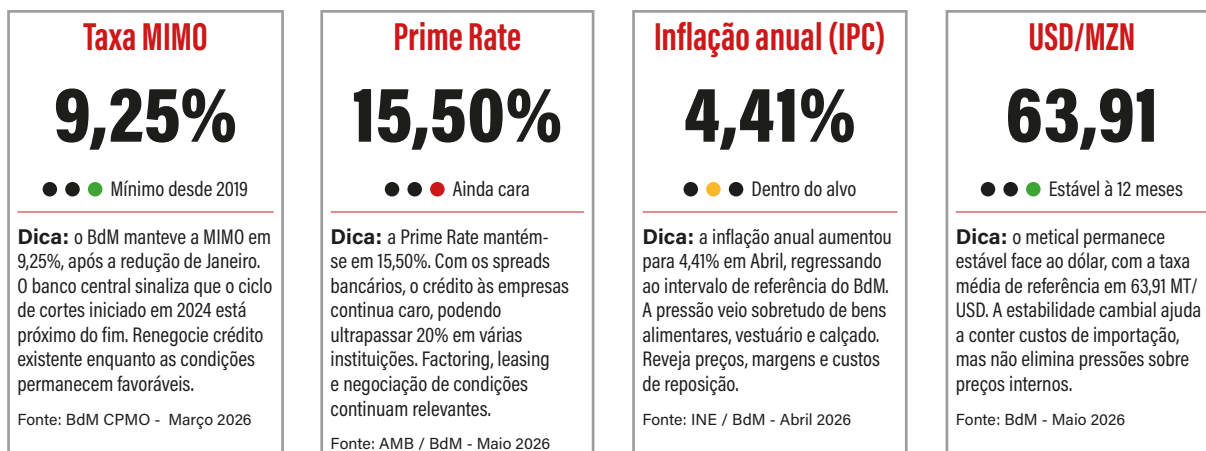


“Esta acção representa um marco importante na nossa trajectória em Moçambique. Por um lado, responde a uma situação de emergência, por outro, assinala a expansão da nossa presença para uma nova província, passando Gaza a ser a quarta abrangida pelas nossas actividades, depois de Maputo, Sofala e Nam-pula”, explicou Dino Foi, presidente da Tzu Chi Moçambique.

A fundação, considerada a maior organização humanitária budista do mundo, foi criada em 1966 pela Venerável Mestre Cheng Yen. Em Moçambique, iniciou actividades em 2012, sob liderança de Denise Foi, desenvolvendo projectos nas áreas da educação, agricultura, saúde e assistência social, com especial enfoque na resposta a calamidades naturais que ciclicamente afectam o País. 🇲🇵



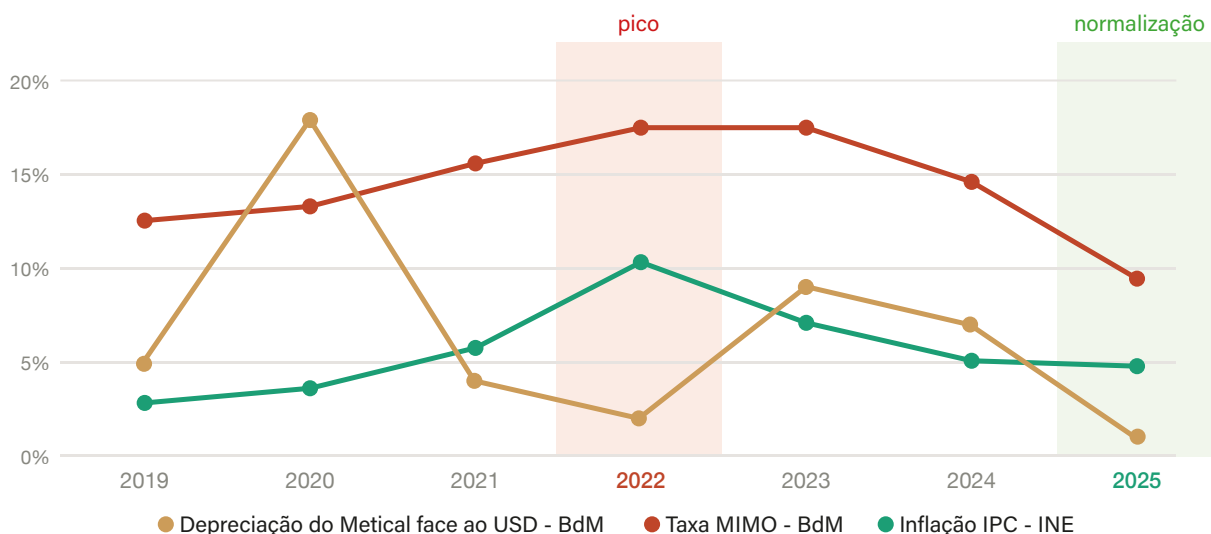
BAROMETRO **negócios**



Três vectores de pressão para as empresas

A taxa MIMO mantém-se em 9,25%, após a redução decidida em Janeiro de 2026, num ciclo de flexibilização monetária que o Banco de Moçambique considera estar próximo do fim. A Prime Rate, por sua vez, vigora em 15,50% em Maio, mantendo elevado o custo do crédito para empresas, sobretudo quando acrescido dos spreads bancários.

A inflação anual subiu para 4,41% em Abril de 2026, depois de se ter situado em 3,2% em Fevereiro, regressando ao intervalo de referência do Banco de Moçambique. O metical manteve-se estável face ao dólar, com a taxa média de referência em 63,91 MT/USD a 12 de Maio, valor praticamente idêntico ao registado no final de Abril.





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



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

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



METIX

Sistema de Pagamentos Instantâneos de Moçambique

24 hr por Dia
7 dias por semana



Chegou o METIX Transferir dinheiro agora é na hora!

Agora, com o serviço de **Transferências Instantâneas METIX**, promovido pelo Banco de Moçambique, já é possível fazer transferências do BCI para outros bancos em tempo real, a qualquer hora, de forma rápida, segura e prática.

As **transferências Instantâneas METIX** já estão disponíveis na **App** e no ***134#**, e são **totalmente Grátis** para todos Clientes Particulares, até 200.000 MT.

É Simples e Rápido

Acede à App e-daki



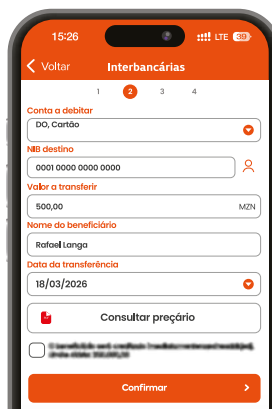
Seleciona Transferências Interbancárias



Escolhe Transferência Instantânea



Introduz os dados e confirma



O valor fica disponível na hora, na conta do destinatário, mesmo que seja de outro Banco.

É daqui o futuro.



30
anos

Termos e Condições: Serviço não disponível ao Balcão e ATM. Os limites diários para transferências interbancárias instantâneas são de 200.000 MT para Clientes Particulares e 500.000 MT para Clientes Empresa. Condições de Adesão: Para aderires tens de ser titular de uma Conta à Ordem BCI. Preçário de Transferências para outros Bancos: Balcão: 450 MT. ATM: 120 MT, *134# e App: Gratuito até 200.000 MT e acima de 200.000 MT: 120 MT. Preçário para Clientes Empresa: Balcão: 450 MT. ATM/*134# e App: 120 MT. Para mais Informações Consulte o Preçário Completo em www.bci.co.mz ou ligue 800 224 224.