

Ndzila

ECONOMIA & NEGÓCIOS

EDIÇÃO I - FEVEREIRO



"OS QUE ESTÃO A INVESTIR NÃO ESTÃO PREOCUPADOS COM O CONSUMO DOMÉSTICO DO GÁS".

MICHAEL SAMBO - PESQUISADOR DO IESE

ANÁLISE ECONÓMICA



"QUANDO OS RESTAURANTES INVESTIREM EM PRATOS NACIONAIS LUCRARÃO MAIS"

CARLOS GRAÇA

CAFÉ EMPREE NDEDOR

"POR EXEMPLO, AQUI EM INHAMBANE, TEMOS A ESTÁTUA DE VASCO DA GAMA, SURTIU A IDEIA DE A DEIXAR EXPOSTA PARA ATRACÇÃO DE TURISTAS, HÁ UM GOVERNANTE QUE NEGOU POR SER DO COLONO, O QUE FAZER NESTA SITUAÇÃO?"

YASSIN AMUJI

FIGURA DO MÊS



FICHA TÉCNICA

COORDENAÇÃO GERAL: LETÍCIA MACHAVA

PRODUÇÃO EXECUTIVA: SIMÃO DJEDJE

REDACÇÃO & REVISÃO LINGÜÍSTICA: DANIEL JACINTO E GERSON PAGARACHE

REPÓRTERES: ÉRICA MATSINHE E CLÁUDIA NHANCASSA

FOTOGRAFIA: DIGI PUBLICIDADE

DESIGN & PAGINAÇÃO: DIGI PUBLICIDADE

IMPRESSÃO & ACABAMENTO: DIGI PUBLICIDADE

TIRAGEM: 100 EXEMPLARES



01

CAFÉ EMPREENDEDOR - YASSIN AMUJI

Por exemplo, aqui em inhambane, temos a estátua de Vasco da Gama, surgiu a ideia de a deixar exposta para atracção de turistas, há um governante que negou por ser do colono, o que fazer nesta situação?

CONTEÚDOS



02

ARCÉLIO TIVANE - EDUCAÇÃO FINANCEIRA

"Antes de investir, conheça a si, o seu meio e sua vocação empresarial"

03

GRANDE ENTREVISTA - CARLOS GRAÇA

"Quando os restaurantes investirem em pratos Nacionais lucrarão mais"

04

AMOR E NEGÓCIOS: Casal leva o companheirismo para os negócios e investe num restaurante de referência na Matola.

05

ENTREVISTA - LIZETE MANGUEZE

Em moçambique, as pessoas ainda Não compreendem a importância de se trabalhar nas marcas pessoais.

06

ACÇÕES E MERCADOS

É possível comprar acções sem conta bancária?

07

ENTREVISTA - ÁQUILA SERENATAS

"Dinheiro não é motivação, embora valorize o trabalho. Se fosse para cobrar, de facto, eu não cobraria o que cobro".

08

ANÁLISE ECONÓMICA - MICHAEL SAMBO

"Os que estão a investir não estão preocupados com o consumo doméstico do gás".

09

O QUE A SOCIEDADE PENSA?

No meu caso, queria estudar Direito, mas optei por seguir Ensino de Francês, por acreditar que ingressarei com facilidade no mercado de emprego.

10

START UP GROWTH

Welela - A plataforma que promete dinamizar o mercado digital

11

NOTAS ECONÓMICAS

Inflação moçambicana registará subidas este ano.

CAFÉ EMPREENDEDOR

YASSIN AMUJI



“UM LIDER É PREPARADO DESDE A INFÂNCIA PARA LIDERAR.”

YASSIN AMUJI



Yassin Amuji nasceu no dia 13 de Novembro de 1982, em Chimoio, província de Manica. É um jovem empreendedor nas áreas do turismo em Vilankulo, activista social e humanitário, para além de Director Executivo da AMUJI Logistics, Fundador da Associação do Turismo de Vilankulo, Proprietário da Vilankulo TV e Presidente da Fundação Yassin Amuji.

É conhecido por trazer algumas ideias e actuar em diversas áreas do ambiente de negócios, economia, cultura, turismo, juventude e desporto. Nesta última área, recebeu, durante dois anos consecutivos (2011 e 2012), o prémio de Melhor Dirigente Desportivo de Moçambique.

Yassin Amuji carrega em seu sangue o espírito investidor. O seu Bisavô foi uma das pessoas que ocupou o território de Vilankulos, em 1920, quando vinha da Índia, e investiu naquele lugar, construindo as primeiras casas e negócios, ao lado do governante de Vilankulo, naquela altura, Joaquim Alves. Mas, foi em 1960 que criaram o turismo em Vilankulo, implementando uma série de pousadas e outros estabelecimentos para a acomodação de pessoas que visitavam estabelecimentos.



Com a guerra dos 16 anos, tudo pereceu. O potencial turístico de Vilankulo ficou esquecido por um bom tempo.

Em 1997 houve a municipalização. Seu pai foi convidado a assumir o posto de Presidente do Município. Foi nessa altura que Vilankulo recuperou, aos poucos, a capacidade turística. Em 2010, Yassin resolveu entrar no ramo turístico e criou, ao lado de outras pessoas interessadas em investir na área, a Associação de Turismo de Vilankulo, com o propósito de revitalizar todos os produtos locais que existiam e oferecer aos visitantes.

A revista Ndzila esteve à conversa com este grande empreendedor do sector do turismo, desportivo e da construção civil. Nessa entrevista, a Revista teve a oportunidade de compreender as ideias, planos e motivações que tornam Yassin num dos “heróis da sua geração”.

A zona de conforto é a pior maldição que carregamos



NDZILA - Como ponto de partida, partilhe connosco de onde tira tanta energia e dedicação?


Yassin Amuji- Realizar coisas exige vontade. Eu acredito que o Ser humano não pode estar confortável. O perigo disto é que quando se pára de correr atrás de melhores condições, habitua-se ao que se tem.

Desde a infância, sempre fui alguém que questionou as coisas. Quando a minha mãe dizia “Isso não se faz”, eu procurava saber por que é que tal coisa não se devia fazer. Nunca gostei que colocassem barreiras na minha imaginação ou acções, por isso penso que para se desenvolver e ser-se sempre dedicado no que faz, é importante não se estar conformado.

Já visitei cerca de 50 países. Percebi que a única coisa que nos difere dos outros países é o capital humano. Temos os mesmos recursos. Se formos a olhar para o turismo, provavelmente temos praias mais lindas do que as dos outros. Por exemplo, Malawi está à frente de Moçambique no turismo. Mas, a única coisa que aquele país tem é um lago que divide com Moçambique. Nós, mesmo com os recursos que temos, não conseguimos vencer Malawi porque nos falta ambição.

Um outro factor que serve de combustível para mim é o facto de ter visitado muitos lugares e tentado superar o que vejo. Contudo, quando trabalhas sozinho para mudar algo, existem mais barreiras do que pessoas para ajudar. Eu não as condeno. Eles não conhecem o potencial daquilo que estás a fazer ou a trazer. Por isso, devemos desafiar essas pessoas e, ao mesmo tempo, ensinar e fazer perceber que a nossa visão é benéfica para a sociedade.





“POR EXEMPLO, AQUI EM INHAMBANE, TEMOS A ESTÁTUA DE VASCO DA GAMA, SURTIU A IDEIA DE A DEIXAR EXPOSTAS PARA ATRACÇÃO DE TURISTAS, HÁ UM GOVERNANTE QUE NEGOU POR SER DO COLONO, O QUE FAZER NESTA SITUAÇÃO?”

YASSIN AMUJI

Uma vez, enquanto conversava com um político, fazendo-o perceber a importância de permitir que as pessoas visitem o nosso país, percebi que caminhamos para tempos em que se tu acreditas numa ideia e estiveres certo, só porque o restante das pessoas acredita no contrário, tu podes pensar que não estás certo. Por isso é importante comportarmo-nos como o profeta Noé, que construiu uma arca num momento em que ninguém acreditava que despontaria um dilúvio.

É a mesma coisa que faço até que um governante me entenda. Por exemplo, aqui em Inhambane, temos a estátua de Vasco da Gama. Surgiu a ideia de a deixar exposta para atracção de turistas. Mas, há um governante que recusou a proposta por representar um colono. O que fazer nesta situação?

Mas acredito que existem muitos jovens que estão a beber dessas ideias inovadoras e já construíram as suas, mas não têm como implementar porque estão a vir de baixo. Contudo, quando a sua hora chegar e conquistarem um certo nível de respeito, continuarão com o trabalho que está sendo feito. Assim, teremos Moçambique inserido nos rankings de turismo mundial.



NDZILA - Começou a empreender ainda na adolescência, quando teve o seu primeiro computador, o que mostra que sempre teve essa vontade de fazer algo a mais. Como podemos cultivar o mesmo espírito nos adolescentes de hoje, por forma a preparar futuros empreendedores.

YASSIN - A primeira área na qual devemos investir é na educação. Quem investe cedo não se deve ao facto de ser visionário, mas porque teve a educação certa. Se educarmos a nossa sociedade teremos jovens focados, desde cedo, em produzir com as ferramentas certas. Por isso, também precisamos de uma sociedade civil forte, que pensa diferente. Nós não devemos gerar medo nas pessoas; devemos apoiar e ajudar as pessoas que querem investir ou trazer outras formas de pensar.

Por outro lado, devia-se investir muito no empoderamento financeiro, a partir das escolas. Por exemplo, o caso do inglês nas escolas. Já foi comprovado cientificamente que a Língua Portuguesa é mais complexa do que a Inglesa. Então, por que não se investir nesta última língua ainda nas primeiras classes? Isso geraria grandes vantagens no mercado de emprego nacional, assim como o internacional. Porém, os nossos deputados não conseguem enxergar isso. Estão presos no medo de perder o lugar, mas isso vai acontecer naturalmente.

“SE TIVERMOS MEDO DE LEVAR UM TIRO, NEM O PAÍS SERIA INDEPENDENTE”

Quando comecei a trazer novas ideologias, recebi muitas ameaças. Agora, as pessoas dizem que só faço isso porque estou bem de vida, mas também sou vulnerável como qualquer outra pessoa. Se alguma entidade quiser praticar o mal contra mim, pode e com muita facilidade.

Os que libertaram o país sacrificaram-se para que fossemos livres. Devemos fazer o mesmo, mas no contexto económico e social. É a hora de sermos os heróis da nossa geração e tornar Moçambique numa nação forte. Até posso estar a perder o meu tempo, mas não o da próxima geração, que se vai preocupar com os outros assuntos. Como sociedade, não devemos apostar em Gambetas e Joel William.

“Doações vêm com imposições”

Neste momento, quando os doadores e os investidores internacionais usam seu capital para desenvolver certas áreas em Moçambique, questionam qual é o envolvimento de Moçambique em relação à comunidade LGBT, na área que pretende receber o donativo. Na minha opinião, as coisas não podem decorrer assim. É importante que eles aceitem também a cultura africana.

Devemos parar de pensar que o ocidente, por ser mais desenvolvido e ter melhores condições, é o mais inteligente ou o modelo de vida deles é o correcto.



NDZILA – Há pessoas com condições para investir e resolver vários problemas da sociedade, mas, por algum motivo, quando começam um projecto, este falha, até por motivos elementares relacionados a gestão e o espírito de liderança. Como lidar com isso?

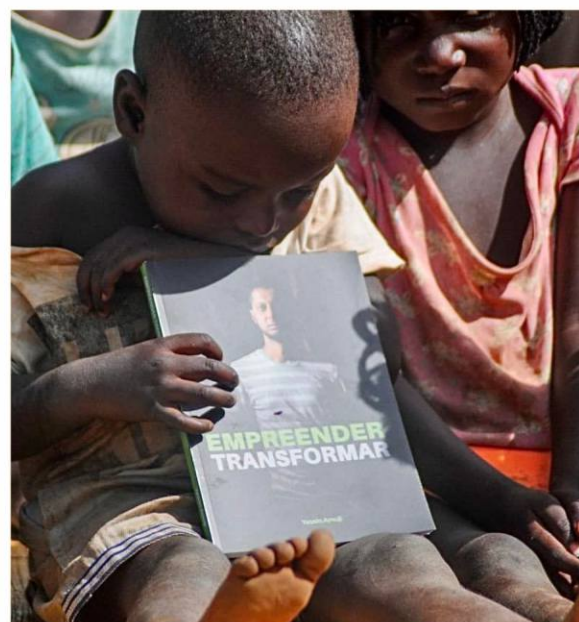
YASSIN – Aqui no país, o acesso ao capital para financiamento é dificultado. Então, encontramos dois tipos de pessoas: os que têm dinheiro e os que tem ideia. O melhor é juntar estas duas componentes. Por exemplo, pode aparecer alguém com dinheiro querendo investir na sua empresa e, em troca, querer 51 % das acções. Com esse investimento, a minha empresa passa a valer 1 milhão de meticais, dos quais os meus 49 % correspondem a 490 mil. Portanto, passam agora a valer mais que os meus 100 % iniciais. Mas ao que assistimos é que, por falta de conhecimento estratégico e negócios, recusamos várias propostas porque queremos ser os únicos donos das nossas empresas, então vamos perdendo várias oportunidades. Mas quando aprendemos que juntos somos mais fortes, os que têm ideias aproximam-se aos que têm dinheiro e vice-versa.

“DEVEMOS EMPREENDER PARA TRANSFORMAR, E PASSAR PARA AS OUTRAS GERAÇÕES PORQUE O QUE GUARDAMOS PARA NÓS MORRE CONNOSCO”

NDZILA– Nos seus discursos e nas suas publicações nas redes sociais, é possível notar uma certa paixão quando fala de jovens, do turismo e de investimentos.

No ano passado lançou o livro “Empreender Transformar”, que é, na verdade, um manual de ideias que já tinham sido publicadas em suas redes sociais. Mas, para melhor serem compreendidas, compilou-as em livro de 120 páginas, dividido em capítulos. O que é que Yassin espera como retorno fruto deste trabalho, daqui a alguns anos?

YASSIN – No meu livro explico como fazer a transição geracional nos negócios, porque quando os filhos crescem e começam a investir em seus negócios, os dos pais já não são o foco. Quando morremos, a única coisa que os filhos geralmente fazem é dividir os bens e irem para as suas vidas, matando, desta forma, o nome e o legado do pai. Então, eu mostro como fazer isso; como conservar o nome, como aconteceu com BMW, KFC e outras marcas que estão nos negócios há mais de 100 anos. Talvez nem sejam os filhos que estejam a gerir actualmente, mas o nome vive. Espero que esse conhecimento viva nas pessoas. Pode não ser nesta geração. Mas os miúdos de 12 e 15 anos acompanham estes ensinamentos e podem implementar.



EMPREENDER TRANSFORMAR

DE EMPREENDEDOR
PARA EMPREENDEDOR

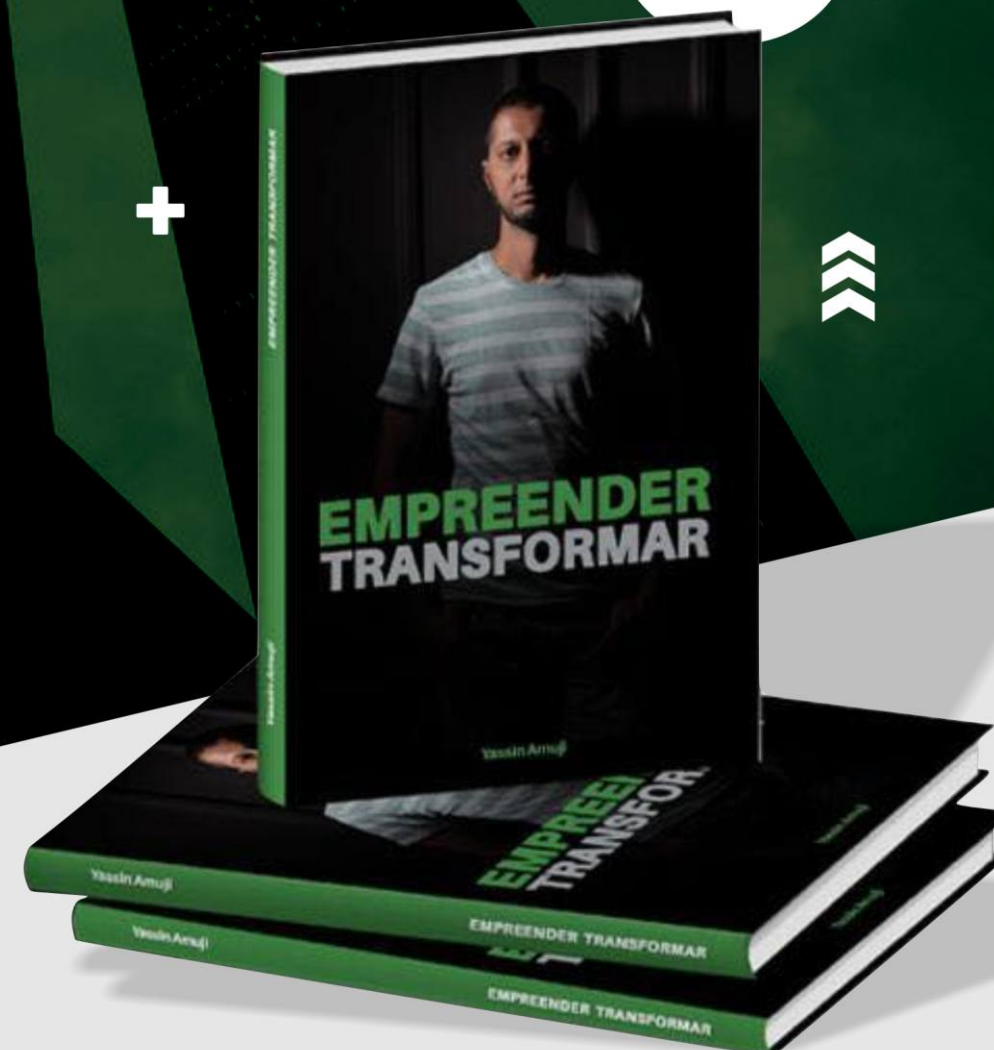
YASSIN AMUJI

800^{MT}

**CONTACTOS
PARA COMPRA:**

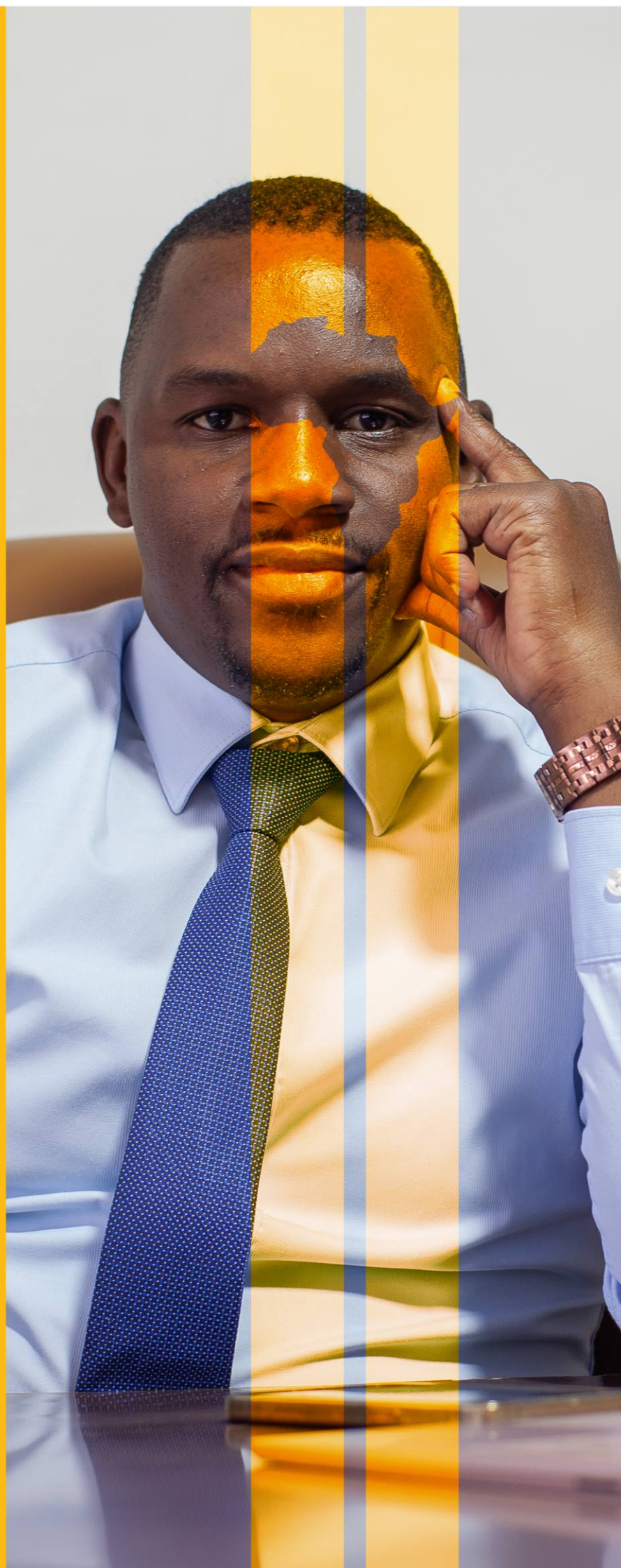
+258 87 031 0479

+258 84 031 0479



“ANTES DE INVESTIR, CONHEÇA A SI, O SEU MEIO E SUA VOCAÇÃO EMPRESARIAL”

Porque acreditamos que vivemos numa sociedade onde a maioria dos jovens são sonhadores e pretendem alcançar a segurança financeira, para que não se tornem em jovens desorientados financeiramente, a revista Ndzila deslocou-se até aos escritórios do Empreendedor, escritor e especialista em preparação financeira e empresarial, Arcélio Tivane, onde fomos revelados os segredos para alcançar a segurança financeira e como conhecer o nosso perfil empresarial, de forma a gastarmos nossas energias no lugar certo.



ARCÉLIO TIVANE

EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Muita gente quando ouve falar sobre educação financeira, associa logo a poupança, investimento, dívidas e a dinheiro no geral, mas o quê que seria educação financeira?

Gosto muito de ser didático ao explicar isso, porque é um conhecimento que não tivemos na base, nossos pais não nos ensinaram a cerca. A escola também não ensinou, recorde que há anos fiz uma crítica ao Ministério da Educação, sobre o currículo, porque devia ter matérias ligadas a educação financeira e a empreendedorismo.

ARCÉLIO TIVANE

Respondendo directamente a sua questão educação financeira é o uso consciente do dinheiro ou seja, nós temos consciência do que está entrar ou sair da nossa conta e sabemos o porquê é que estamos a usar.

É aqui onde entra o quesito das compras compulsivas, **a pessoa que as faz não tem consciência nem controle emocional, então falta-lhe bases básicas de educação financeira, para evitar, com que a pessoa saia e de repente está a comprar sapatos sem que tenha um plano claro, compra algo que não precisa.**



NZDILA - Falou aqui do planeamento, daquilo que vamos comprar para evitar a ruptura do dinheiro. Gostava de saber como é feito este plano?

AT - Vou falar de 2 pilares importantes. O primeiro, é comportamental e o segundo é técnico. No comportamental, o dinheiro é mental é totalmente psíquico. É por isso que as vezes, promete-mos poupar e não comprar um certo item, de repente já estamos a comprar a gastar, isso acontece porque existe uma parte psíquica no nível financeiro. Então a mudança desse comportamento, adoptando uma postura mais saudável financeiramente, já teríamos a caminhar para a segurança financeira.

Quando este pilar estiver alinhado, partimos para a segunda fase que é o conhecimento técnico da organização financeira e vamos de encontro com o orçamento doméstico, a lista de comoras, se tenho entradas e saídas é no orçamento doméstico onde registo isso, tudo que vou fazer com o dinheiro de forma clara, bem clara incluído o crédito que vou usar.

É aqui onde entra o quesito das compras compulsivas, a pessoa que as faz não tem consciência nem controle emocional, então falta-lhe bases básicas de educação financeira, para evitar, com que a pessoa saia e de repente está a comprar sapatos sem que tenha um plano claro, compra algo que não precisa.

NZDILA - Falou aqui do planeamento, daquilo que vamos comprar para evitar a ruptura do dinheiro. Gostava de saber como é feito este plano?

AT - Vou falar de 2 pilares importantes. O primeiro, é comportamental e o segundo é técnico. No comportamental, o dinheiro é mental é totalmente psíquico. É por isso que as vezes, promete-mos poupar e não comprar um certo item, de repente já estamos a comprar a gastar, isso acontece porque existe uma parte psíquica no nível financeiro. Então a mudança desse comportamento, adoptando uma postura mais saudável financeiramente, já teríamos a caminhar para a segurança financeira.



Quando este pilar estiver alinhado, partimos para a segunda fase que é o conhecimento técnico da organização financeira e vamos de encontro com o orçamento doméstico, a lista de comoras, se tenho entradas e saídas é no orçamento doméstico onde registo isso, tudo que vou fazer com o dinheiro de forma clara, bem clara incluído o crédito que vou usar.

Olha, é tão caricato percebe que há jovens que não sabem quanto gastam com crédito, a esses falta lhes o orçamento doméstico, mas outra coisa que nos pode ajudar, é uma lista clara de compras, já ensinei a mais de 4 mil pessoas a serem conscientes financeiramente e agora quando vão as compras levam consigo uma lista e só compram o que está ali. Quando se encontram numa situação de comprar algo fora do previsto, fazem-se questões inteligentes como,

«será que realmente preciso disso», "o que acrescenta em mim?", mas essas questões inteligentes a pessoa só se faz quando atingiu um patamar muito elevado. Essa ferramenta ajuda a equilibrar os gastos, e ajuda a passar para próxima fase e para além disso, existe um quesito do endividamento, importa dizer que o endividado é um indivíduo que recebeu o salário e gastou antes do dia 10 e recorde a alguém para o emprestar e no próximo mês quando recebe já tem todo salário gasto nas dívidas feitas antes, tudo isso porque não foi consciente no seu padrão financeiro.

NZDILA - Estamos numa sociedade muito materialista em que temos jovens conscientes, mas também encontramos outros que dedicados verbalmente, sempre falam em criar negócios, investir e em termos de acções gastam com coisas desnecessárias. Como é que vamos impulsionar estes jovens a investir?

AT - Isso é simples está ligado ao comportamento. A vontade de consumir está ligada ao nosso subconsciente que através das nossas memórias cria vontade a de consumir, mas deixando um pouco este pilar, vou de encontro ao consumismo Juvenil actual, que está ligado aos padrões e comparações que fazem com que alguém saia do seu padrão e comece a tentar viver a vida do outro, isso é um sinal claro de crise de identidade, mas existe uma técnica muito boa para evitar, que até eu uso, é desligar-se das redes

, porque dá raiva ver pessoas a postarem aquilo que você quer, publicarem pratos luxuosos, acredite, automaticamente você começa a comparar com a sua vida e esquecemos que tudo aquilo é social, 90 por cento das coisas postadas não são reais, mas nós frustramos e pressionamos-mos para adquirir aqueles bens a todo custo, a quem chega a roubar.

Desafio aos jovens a ficarem offline uma semana e pisar os pés com seus próprios pés e voltar todas as atenções para si, porque na verdade não nos conhecemos. A falta de identidade prejudica as contas bancárias, o melhor é aceite a nossa situação e não saltar etapas.

NZDILA - Existem jovens que tem ideias de investimento e vão acompanhados a vida dos outros nas redes sociais, é como Arcélio estava a dizer, começamos a fazer pressão e perguntamo-nos porquê que devemos começar de baixo? Mas no fundo nunca sabemos como aquela pessoa começou porque ninguém publica suas frustrações nas redes sociais e de certa forma, isso prejudicará o crescimento do nosso futuro ou actual investimento. Qual seria a estratégia a usar neste caso?

AT- É importante conhecer os bastidores das pessoas. Uma coisa a fazer-se para iniciar um negócio de forma certa é ter um negócio aliando ao nosso perfil empresarial, é muito importante saber isso.

NZDILA - Como auto descobrir-se e encontrar o negócio certo para o meu perfil?

AT- Nas minhas aulas, uso este formulário para que as pessoas descubram suas vocações.

As pessoas não respeitam sua vocação e por isso é que falham nos cursos que escolhem, parceiros amorosos e outras coisas, o que é mortal.

Antes de tudo precisamos identificar a nossa personalidade e perfil empresarial.

No livro Pai Rico Pai Pobre, existem 4 quadrantes. No primeiro encontramos alguém que tem o perfil de colaborador, alguém que nasceu para isso, para servir e não há nenhum problema nisso.

No segundo quadrante, os autônomos que são os médicos, empresários e outros, estes são aqueles que para as coisas andarem precisam colocar suas mãos, são aqueles colaboradores que motivam os outros, ficam com as chaves do escritório criam um movimento saudável de trabalho.

No terceiro, temos o dono da empresa, esse depende de sistemas para funcionar. Por exemplo, eu tenho 3 escritórios e não preciso ir para lá, tenho pessoas trabalhando dentro. No quarto quadrante, encontramos os investidores, aqueles que injectam o capital.

Mas o problema surge quando um colaborador quer ser empresário, isso é fatal. Nós esquecemos que a riqueza está nos 4 quadrantes, até um colaborador pode alcançar a riqueza, na verdade temos dificuldades em servir. Se não sabe servir, não pode ser servido. Quero chamar a atenção aos jovens, quando nos atingimos a maturidade empresarial, sempre fazemos o que deve ser feito e só depois o que amamos e nunca o contrário.

Nunca devemos investir na totalidade no nosso sonho antes de produzir o suficiente, esse equilíbrio fará toda diferença.

NZDILA - Como deve ser feita a escolha dos parceiros, investidores e colaboradores para a nossa empresa?

AT- A escolha dum parceiro empresarial é igual a de um parceiro amoroso, se uma parte só quer passar um tempo e a outra casar, isso não vai dar certo, porque estes têm interesses diferentes e no fim do dia a frustração será grande. Um dos erros grandes erros que um jovem pode cometer é escolher mal o seu parceiro, pior se ainda tiver filhos, isso é terrível é o mesmo no ramo empresarial.

Dando a respeito de forma directa, devemos escolher de acordo com os valores e crenças, ter os mesmos princípios.

Sabemos todos que não é há regras sem excepções, e espero que não seja mal interpretado, mas sou da opinião que as pessoas do sul deviam casar entre si e as outras partes do países também deviam seguir a mesma linha, porque parto da ideia que devemos unir-se a quem tem os mesmos valores que os nossos.

Não podemos unir-se a alguém que tem como foco comer, enquanto que o nosso é deixar um legado, não vai dar certo. "Mais vale andar sozinho, do que malacompanhado".



NDZILA - A nossa conversa já está mesmo no fim, gostaria que deixasse ficar uma mensagem encorajadora. Estamos no meio duma sociedade que infelizmente é muito consumista, qual é o conselho que pode dar-nos?

AT- Deixarem duas mensagens, em primeiro aconselho a buscarem identidade própria para que suas vidas estejam alinhadas em todos parâmetros, só assim vamos conhecer o nosso propósito de vida. Na nossa vida, temos 2 dias importantes, o que nascemos e aquele que descobrimos porquê que nascemos, infelizmente há pessoas que morrem sem saber ou conhecer o seu propósito.

O segundo aspecto e o último, vejo muitos jovens com muita inércia de começar, de dar o primeiro passo embora queiram fazer algo, a este recomendo a ter atitude, todos bons empresários, tem atitude, a atitude que me refiro é aquele que alguém sobe no topo da montanha e lança-se mesmo com medo, arrisca tudo. O fracassado é aquele que para por causa do medo. Tenham atitude no verdadeiro sentido.

Feito é melhor que perfeito, uma ideia revolucionária guardada na gaveta é superada pela barraca no mercado.





IMOBILIS
Imobiliária, Limpeza e Serviços.

O VÍCIO
DE QUERER
TUDO LIMPO

SERVIÇOS DE LIMPEZA

PROFISSIONAIS DE LIMPEZA



LIMPEZA DE RESIDÊNCIAS
HOME CLEANING



LIMPEZA DE ESCRITÓRIOS
OFFICE CLEANING

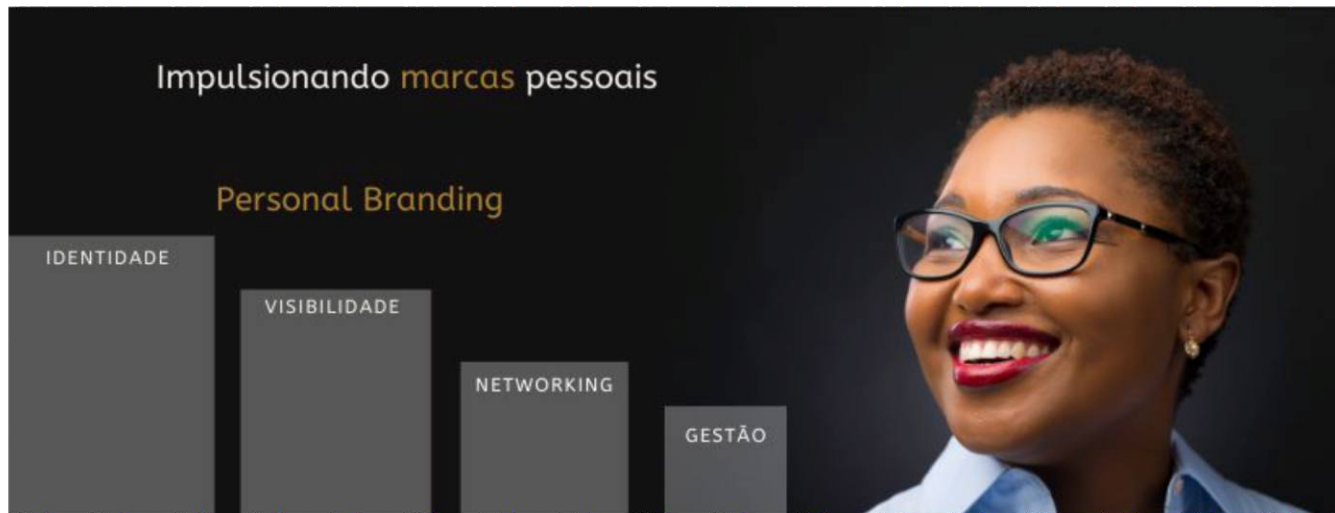


LIMPEZA DE MÓVEIS
FURNITURE CLEANING



IMOBILIS
Imobiliária, Limpeza e Serviços.





EM MOÇAMBIQUE, AS PESSOAS AINDA NÃO COMPREENDEM A IMPORTÂNCIA DE SE TRABALHAR NAS MARCAS PESSOAIS. REVELA LIZETE MANGUELEZE

Lizete Manguenze é Antropóloga e Técnica de Comunicação e Marketing, disponível no mercado da comunicação há 14 anos. Há 3 anos começou a explorar o ramo do personal branding (Estratégia de marcas), tornando-se numa das pioneiras da área em Moçambique.

Após uma crise que abalou o país, onde muitos profissionais perderam o seu emprego, enquanto que os outros conquistavam grandes oportunidades, Lizete investe no ramo de gestão de marcas pessoais.

A Personal Branding estudou o mercado de emprego moçambicano e identificou o que os empregadores mais procuram nas pessoas. **marca que pretendemos**”.



Lizete constatou que as empresas geralmente procuram por pessoas com alguma fama no mercado, confiáveis e com resultados em vista. Por conta disso, as empresas procuraram por pessoas já sabendo quais resultados vão colher.

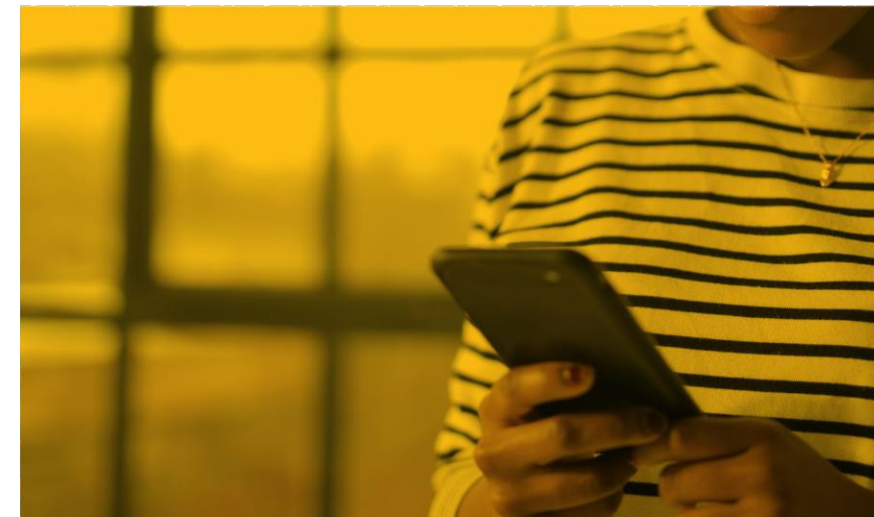
Foi nesse estudo que Lizete Manguenze desenvolveu o Personal Branding e descobriu que todos nós somos uma marca registada na mente e nos corações das pessoas. Por isso deve-se cuidar dessa marca, da postura que reflecte a nossa imagem, no âmbito profissional ou pessoal.

Segundo Lizete, deve-se saber quem somos, qual é a nossa história, qual o objectivo que pretendemos alcançar e o que pretendemos oferecer ao mercado. Estes aspectos “não só ajudam no âmbito profissional, mas no pessoal também”, comenta a profissional, pois quando conhecemos o nosso propósito de vida, alcançar os objectivos traçados torna-se mais fácil, assim como se conhecesse as portas certas a bater. “Habilidades e competências são importantes para podermos deixar a

Para a nossa interlocutora, é preciso conhecer-se a si próprio, ter-se uma estratégia desenhada usando as várias formas de marketing e networking. Fazer um inventário das habilidades que se tem a oferecer é também uma ótima estratégia,

“Porque às vezes as pessoas acumulam certificados que não nos valem nada em áreas que o mercado não pretende comprar”

Lizete avança que trabalhar na nossa imagem intelectual e física melhora a impressão que as pessoas têm sobre nós e evita a frustração dos objectivos traçados. A gestora de marcas pessoais usou como exemplo um profissional que sempre cumpre com os seus objectivos, entregando os trabalhos a tempo e com qualidade, “este profissional terá uma ótima reputação e provavelmente será solicitado mais vezes. Contudo, não basta apenas cumprir com as metas; é preciso ser o serviço que presta”.



“Precisamos gerir bem as nossas competências técnicas e sócio-comportamentais sobre as redes sociais, como já tinha falado, devemos fazer delas um reflexo daquilo que somos, não podemos ter medo que o nosso chefe veja as nossas redes sociais”.

Questionada sobre a avaliação que faz sobre o ramo em Moçambique, Lizete acredita que o nosso país ainda carrega o histórico segundo o qual o desenvolvimento pessoal é patrocinado pelas empresas, diferente dos outros que já superaram essa fase, como Angola que, segundo defende a gestora, é um mercado desenvolvido

Usar as redes sociais como um aliado é uma boa estratégia apontada por Lizete. Porém, deve-se garantir que os conteúdos lá disponibilizados não confundem as pessoas, mas reflectem directamente a imagem que se pretende passar, para que a reputação gerada no futuro seja a pretendida. Todavia



“antes é preciso saber por que estamos nas redes sociais, daí a importância de ter tudo traçado e uma estratégia de marketing bem desenhada”

Durante a sua trajetória, a gestora de marcas pessoais identificou vários erros cometidos por pessoas quando tentam criar a sua marca. Entre os erros, mencionou a falta do conhecimento das competências; a geração da má reputação.



DEIXA AS TUAS REDES SOCIAIS NAS MÃOS DE PROFISSIONAIS

WWW.DIGI.CO.MZ



DIGI START PACK

8 700mt

DIGI COMMUNITY PACK

16 700mt

DIGI EXCELLENCE PACK

28 700mt



CELL: +258 84 925 2464

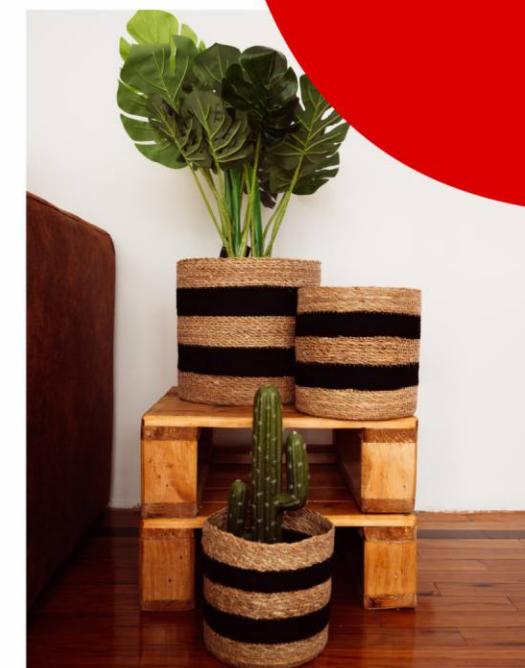


PROMOÇÃO
28/02 - 28/03

**20%
OFF**

PARA
**ENCOMENDA
DE COZINHA
EM MADEIRA
MACIÇA**

Somos especializados na importação, exportação, produção e venda de produtos e serviços diversos. Produzimos cozinhas, móveis, portas em madeira maciça. Vendemos mobiliários e artigos de decoração.



ENCOMENDE JÁ!



87 626 4209 | 87 6264 209 / 87 400 9707

sunsimultiservice@gmail.com



ACÇÕES E MERCADOS

Este espaço é dedicado à partilha de conhecimentos e informações relacionados às acções do mercado nacional. Nesta primeira edição, conversámos com Glória Caetano Avelino Janeiro, licenciada em Economia e Directora do Planeamento, Estudos, Cooperação e Educação Financeira na Bolsa de Valores de Moçambique, e aclarámos todas as dúvidas sobre o funcionamento do mercado das acções e a Bolsa de Valores.

GLÓRIA JANEIRO
DIRECTORA DO PLANEAMENTO
ESTUDOS, COOPERAÇÃO
E EDUCAÇÃO FINANCEIRA.

01

Para o início da conversa, o que seria uma acção?

As acções são valores mobiliários que representam uma parcela do capital social de uma sociedade anónima. Ter acções de uma sociedade significa ser accionista, o que confere ao investidor um conjunto de direitos sobre a sociedade. Em linguagem vulgar, "passa a ser um dos donos da empresa", mas estes direitos variam em função do número e da categoria de acções detidas.

As acções conferem aos investidores, nomeadamente, o direito a participar nas reuniões da assembleia-geral e a votar; ser informado sobre os negócios da sociedade, em determinadas condições, assim como sobre os lucros da sociedade e os dividendos a receber, na proporção das acções detidas.

02

O que é um investidor em acções?

Quando você compra uma acção de uma companhia aberta, torna-se accionista e participa do lucro da companhia por meio do recebimento de dividendos e de bonificações.

Além dos direitos económicos citados, os accionistas podem ganhar, também, com a possível valorização do preço das acções no mercado. Entretanto, não há garantia nenhuma de valorização, ao contrário, o preço pode cair, ou até mesmo, em casos extremos, perder totalmente o seu valor. Esse resultado dependerá

03

O que é uma Bolsa de Valores?

A Bolsa de Valores é um mercado onde se concentram as compras e vendas de acções e títulos, que são disponibilizados por empresas de capital aberto. As acções são pequenas partes que as empresas colocam à venda, em troca de um investimento em suas actividades. Os investidores, conhecidos por accionistas, passam a ser donos da parte que adquirem. É para isso que existe a Bolsa de Valores, local onde essas negociações ocorrem.

A Bolsa de Valores de Moçambique é uma instituição pública sem fins lucrativos, que apenas dinamiza a compra e venda de acções, registo de títulos e outros serviços relacionados ao mercado.

Temos, no nosso website, um simulador de bolsa que permite simular os

04

Se já tenho alguma poupança, devo comprar acções ou colocar o dinheiro no banco?

O conselho que se dá aos investidores é a diversificação. Os clientes bancários podem aplicar a sua poupança em depósitos a prazo, tais como os depósitos simples, as contas de poupança ou os depósitos estruturados.

A poupança pode ser igualmente aplicada em acções ou obrigações, e este exercício pode ser feito junto aos balcões dos Bancos Comerciais ou outras instituições financeiras que tenham autorização para exercer a função de operadores de Bolsa.

05

Posso ganhar dinheiro investindo em acções?

Pode obter maior rentabilidade, Sem dúvidas.

O maior potencial de rentabilidade é a principal vantagem encontrada pelos investidores que aplicam seus recursos em acções. A liquidez também é uma das vantagens encontradas por quem decide investir em acções e é uma excelente fonte de renda passiva. Conhecidas pela excelente rentabilidade que podem oferecer, as acções surgem também como uma óptima fonte de renda extra. fundamentalmente da gestão da companhia e das condições gerais da economia.

06

Quais são os custos de comprar acções?

O preço das acções no momento da compra. As comissões pagas aos operadores pela prestação de serviços de compra e guarda das acções e dos títulos que, por não serem físicos, precisam de um sistema digital que os conserve. Portanto, são pequenas as percentagens de custo comparando com o que se vai ganhar.

07

É possível comprar acções sem conta bancária?

Uma vez que a compra de acções é feita por intermediação dos Bancos Comerciais e instituições financeiras autorizadas para o efeito, a existência de uma conta bancária é indispensável para que o negócio ocorra, pois, os operadores de Bolsa que, neste momento, prestam estes serviços são 13 Bancos Comerciais e 1 Instituição Financeira não Bancária, que nasceu para o exercício dessa actividade e está no mercado para dinamizar este processo.

Então, para facilitar o processo de compra de acções, o investidor vai precisar ter uma conta bancária. Entretanto, as bolsas de valores não funcionam sempre assim. Nós é que ainda não estamos num estágio onde os operadores podem comprar e vender títulos sem precisar de uma conta bancária. Outros países já o fazem.





Carlos Graça é um dos renomados cozinheiros moçambicanos, de 56 anos de idade e de 36 de disponibilidade no mercado de culinária. Chefe Carlos, como é carinhosamente chamado, nasce numa família de cozinheiros. Seu pai tinha, na altura que se mudou para a cidade de Maputo, um restaurante chinês e sua mãe é uma cozinheira de mão cheia.

“Filho de peixe, peixinho é, e sabe nadar”, o ditado enquadrou-se perfeitamente na figura de Carlos Graça, que desde a sua infância teve sensibilidade para a culinária, mesmo nas brincadeiras infantis, mas foi aos 16 anos de idade que tudo se confirmou, quando ficou claro para o resto da família e o seu pai resolveu “dar um empurrão” para a área de restauração, pagando o primeiro curso de culinária, no extinto restaurante Madjedje. Depois disso, começou a dar os seus primeiros passos rumo ao sucesso predestinado e a realização de um sonho

O tempo passou. Por conta do seu talento e dedicação, realizou várias viagens para cozinhar em vários países e levar as iguarias de Moçambique para além fronteiras.

Dos lugares já visitados, listamos Macau, Portugal, Itália, República Sul Africana, Malásia, Alemanha, entre outros, onde mostrou seu talento e potencial culinário moçambicano, cozinhando para o Ex-presidente de RSA, Nelson Mandela, para o músico Roberto Carlos, para o actor Jack Chan, para o Clube Benfiquista e todos os chefes do Estado Moçambicano. Ademais, **Carlos Graça foi um dos primeiros chefes de cozinha moçambicano a trazer medalha de ouro de uma competição na África do Sul.**

Numa conversa descontraída em seu restaurante “Garfo e Faca”, na cidade de Maputo, fomos revelados todos os segredos para rentabilizar o negócio da culinária em Moçambique, apesar de todos os desafios existentes.

Mas, antes da revelação dos segredos, o chefe chamou a atenção de todos quanto à valorização do produto nacional, que, segundo defende, é muito apreciado no exterior, pois todas as vezes que levou pratos moçambicanos feitos com alimentos nacionais, elogios não lhe faltaram, de tal forma que todos classificam Moçambique como um dos países com um dos melhores sabores gastronómicos.



“QUANDO OS RESTAURANTES INVESTIREM EM PRATOS NACIONAIS LUCRARÃO MAIS”

O segredo para ser um mestre de cozinha com excelência, segundo Carlos Graça!

“Todo cozinheiro deve respeitar a tradição de seu país”.

Para Carlos Graça, respeitar a tradição é fundamental. Todos os turistas que visitam um país procuram por pratos nacionais e de forma acessível. Por isso, os restaurantes devem, para além de venderem os pratos, publicitar a identidade moçambicana, que será levada além fronteiras, abrindo portas para o mercado internacional.

Para elucidar melhor a sua linha de pensamento, explicou-nos que sempre que prepara doce de coco (Matori-Tore), as pessoas ficam espantadas, porque não é de fácil acesso, embora seja um produto da nossa terra. Para além do doce, Carlos Graça propõe que se invista mais no Frango à Zambesiana, na Matapa, no Tseke, pois são os condimentos mais procurados pelos turistas.

“É possível viver de culinária em Moçambique, desde que se dedique”.

Em meio a tanta dificuldade enfrentada no sector de restauração por conta das restrições da Covid-19, ainda é possível ter seu restaurante aberto e a satisfazer os seus clientes, desde que saiba como fazer. Carlos Graça revela que é possível viver desta arte, desde que se faça com gosto, dedicação, exigência, porque cozinhar é algo que exige muito de quem o faz e, por fim, bater nas portas certas.

Como exemplo, o chefe explicou como usa a criatividade para chamar seus clientes e partilhar o conhecimento que tem em cursos de curta duração, para que mais pessoas possam cozinhar igual o faz. Mas, actualmente, tem dado muita atenção às frutas, pois notou que estas vêm ganhando seu espaço no estômago moçambicano. “Primeiro aprender, depois fazer o nosso trabalho e, por fim, deixar que as pessoas nos classifiquem como melhores”

Para o chefe Carlos, os chefes de cozinha devem valorizar-se para que sejam valorizados; devem apresentar boas propostas culinárias em eventos nos quais são chamados e fornecer melhores serviços. Mas há pessoas que não tem a humildade dos outros chefes e acabam por manchar toda classe, porque quando concorrem para fazer um certo serviço, não contam as suas reais limitações.

“Há falta de unanimidade entre os chefes moçambicanos”

Como Presidente da Associação dos Cozinheiros e Pasteleiros, revelou-nos que a associação marca encontros com outros cozinheiros, mas, por motivos que desconhece, estes não aparecem, mas acredita que seja a falta da cultura de associativismo, algo deve ser cultivado na nova geração de cozinheiros para que a troca de experiências e novas parcerias cresça e uma nova cadeia de restaurantes e pastelarias apareça. Só assim o negócio desenvolve e mais feiras gastronómicas e festivais surgem. “Para uma área desenvolver e ser competitiva, precisamos de mais pessoas a trabalhar nela”.



Amor e negócios: Casal leva o companheirismo para os negócios e investe num restaurante de referência na Matola.

Towanda Cabinda e Jer Fumo é um casal jovem que leva o companheirismo para os negócios e investe em um restaurante que se torná numa referência na cidade das acácias.



Towanda e Jer, como é que surge a ideia de investir em um restaurante?

Já não nos recordamos muito bem, mas acreditamos que tenha sido numa dessas conversas de casais sobre sonhos, projectos futuros e por aí em diante. O tempo foi passando. Então, de noite para o dia, decidimos materializar a coisa. Antes, fomos atrás de opiniões, de ideias. Investigámos como é que funcionam essas coisas.

Tivemos de procurar o espaço apropriado para tal projecto.

Francamente, não foi um processo demorado. Ao mesmo tempo, também não foi rápido demais.

Decidimos avançar com a planificação da obra. Os primeiros desafios foram modelar o espaço, definir o nome e eleger a cor certa. Depois disso, começámos a partilhar o projecto nas redes sociais. Tempos depois, a coisa começou a explodir e as pessoas começaram a aderir.



Por que criar um restaurante e não optar por uma outra área?

Optámos por um restaurante não só pelo interesse comum, mas também como forma de dar partida até chegarmos a um projecto de uma dimensão maior. Mas, até a altura, o que estava ao nosso alcance era um restaurante. Por outro lado, a ideia também era conceber um restaurante de jovens para jovens, aqui na cidade da Matola. Então, achamos melhor começar por aí.

Como pretendem tornar este investimento, um contributo adicional para impulsionar a economia local?

Achamos muito prematuro responder a esta questão. Mas, só de estarmos a empregar cinco a seis pessoas, já é um contributo para a sociedade e para a economia do país, evidentemente. Para além dos desafios já citados.



Quais foram os outros desafios enfrentados durante a criação do restaurante?

Um dos maiores desafios foi a gestão de pessoas, embora seja um dos componentes da minha formação. Foi difícil a adaptação a esta nova vida, acordar cedo e regressar tarde. Para quem não estava habituado a este tipo de trabalho, foi muito duro adaptarmo-nos a esta carga horária. Mas, com o tempo fomos recebendo críticas, sugestões, elogios, fomos melhorando em alguns aspectos e passámos a gostar e a habituarmo-nos ao trabalho.

Quais foram as outras formas de avanço que conseguiram identificar para o melhoramento do vosso restaurante?

O trabalho em equipa é uma das formas primordiais que conseguimos notar. De início, não foi fácil trabalhar dessa forma. Foi necessário ter experiência no momento para que pudéssemos saber como fazer e lidar com certas situações. Por isso, consideramos o trabalho em equipa definitivamente como uma das melhores formas de alcançar o sucesso. Ter os mesmos objectivos, a mesma visão, estarmos na mesma página, são aspectos que nos ajudaram bastante naquilo que é o Santorini, hoje.



Depois de terem superado todos esses desafios, qual é a perspectiva para o futuro, seja individual ou para Santorini?

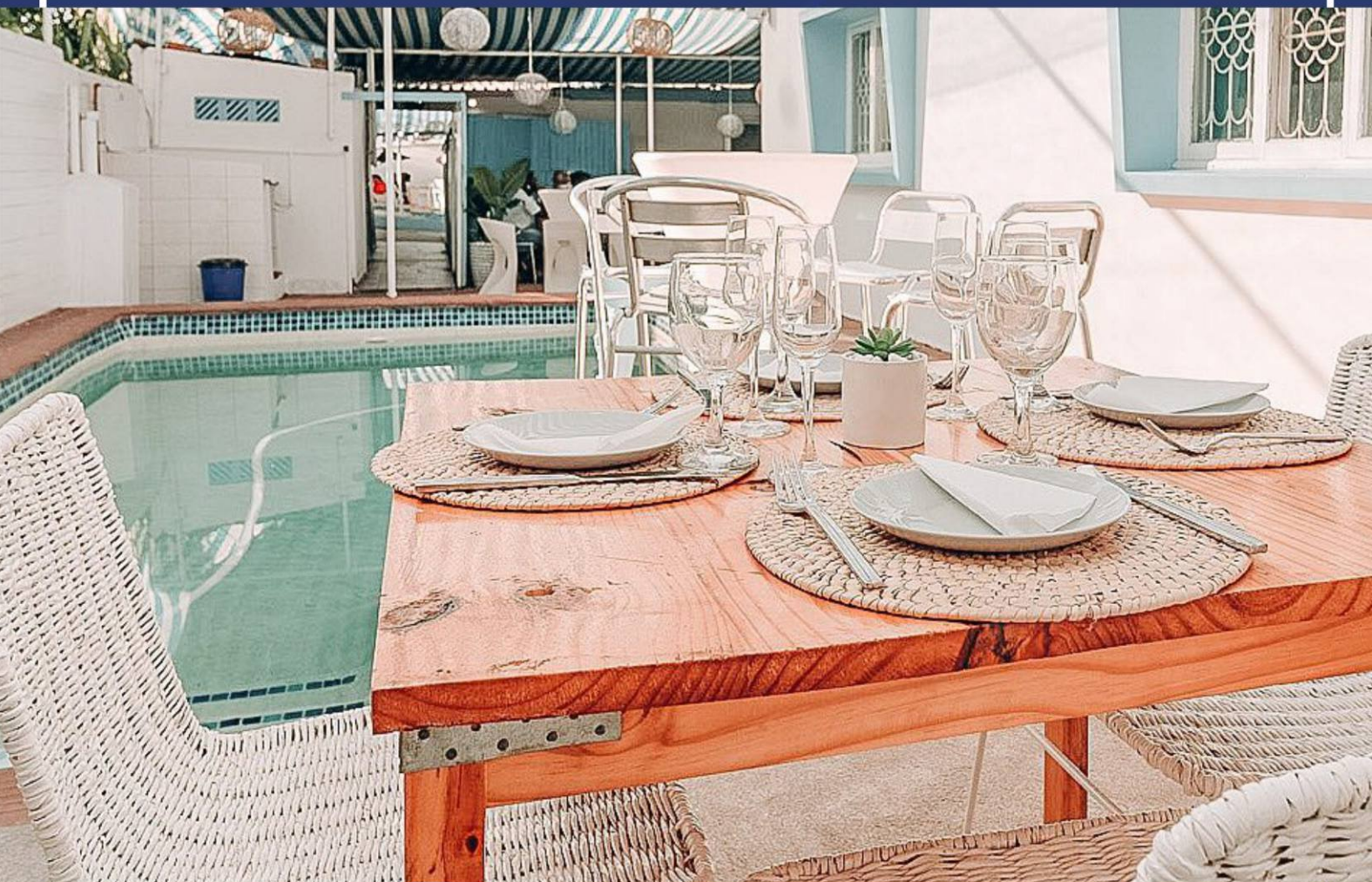
A ideia não é parar por aqui. Fundámos o restaurante numa fase de covid-19, em que as pessoas, no início, diziam: estão a abrir um restaurante numa época difícil para o negócio. Mas, o nosso objectivo era crescer. Hoje conseguimos ganhar visibilidade numa época muito difícil para os negócios. E o nosso objectivo é ter também mais Santorinis em tudo quanto é lugar. Instalar Santorini em todo o país. Por último, o objectivo tornar clara a nossa mensagem é inspirar os outros a fazerem o mesmo, mas melhor e de maneiras diversificadas.

Towanda, qual é a visão que tem sobre os jovens que querem empreender? Há momento certo para empreender?

Os meus pais começaram a empreender muito cedo. O meu pai começou a trabalhar com 16 anos de idade. Porventura, eu também comecei muito cedo a fazer os meus pequenos negócios, porque

SANTORINI

RESTAURANTE & BAR



O LUGAR PERFEITO PARA PASSAR OS SEUS DIAS .

Pense em conforto e tranquilidade, pratos variados, um ambiente super acolhedor com cantos perfeitos par registrar os seus momentos.
Temos para oferecer uma grande aventura gastronômica.



UMA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA

RESTAURANTE & BAR

"PRATICAMOS A ARTE DE BEM SERVIR
VISITE-NOS E DEGUSTE DO MELHOR DA GASTRONÔMIA MODERNA



PRATOS VARIADOS
MISCELLANEOUS MENU



AMBIENTE ACOLHEDOR
COZY ENVIRONMENT



UM CANTINHO PERFEITO
A PERFECT CONNER

“DINHEIRO NÃO É MOTIVAÇÃO, EMBORA VALORIZE O TRABALHO. SE FOSSE PARA COBRAR, DE FACTO, EU NÃO COBRARIA O QUE COBRO”.



Áquila Chirindza, profissionalmente conhecida como Áquila Serenatas, nasceu a 21 de Abril de 1999, na cidade de Beira, em Moçambique. A cantora de Serenatas é formada em Contabilidade e Finanças pela Universidade Zambeze, um conhecimento que pretende aplicar, no futuro, na gestão de sua Agência de cantores de serenatas.

Quem realmente é a Áquila, e o que a diferencia da Áquila Serenatas?

Em primeiro lugar, agradeço a Revista Ndzila pelo convite. É um prazer enorme estar aqui e conhecer a vossa equipa. Singularmente, Áquila é uma menina de 22 anos de idade, que provém de uma base cristã. O meu pai é apóstolo e a minha mãe bispa. Ou seja, são pastores. Desde pequena que me afeiçoei ao canto. Despertei o talento quando tinha dez anos de idade. Mas abracei, profissionalmente, a carreira musical quando tinha entre quinze a dezasseis anos de idade.

Já as serenatas iniciaram a fins de 2020, mas não profissionalmente. Apenas fiz uma serenata, uma vez, a pedido de uma cliente. Fi-la só para lhe agradar. Nunca tinha feito tal coisa. No entanto, em 2021, decidi tentar essa experiência. Eu já recebia pedidos para fazer serenatas e tudo mais. Decidi oficializar e profissionalizar-me. Então comecei a dedicar-me às serenatas expandindo o trabalho nas redes sociais, Facebook e Instagram, onde a visibilidade é maior. Então, desde lá para cá não paramos. Agora estou na cidade de Maputo e decidi arriscar no mercado para ver como é que seria a recepção e tudo mais. Graças a Deus o resultado está a ser o melhor do que imaginei.



Vender a voz em Moçambique não é fácil. Como foi transformar o seu talento em uma ferramenta de produção de renda?

Foi algo bem aleatório. Nunca imaginei ganhar dinheiro com a música, principalmente cá em Moçambique, com os conteúdos que eu apresento, que são mais restritos e conservadores.

Faço música gospel e algumas músicas sociais, com mensagens de amor, de esperança, de alegria, de encorajamento e tudo mais. Entretanto, não foi difícil, porque não foi algo que exigiu esforço para alcançar. Foi algo bem espontâneo e esporádico.

É rentável fazer serenatas?

É rentável. Para aquilo que eu sou, para as minhas expectativas, para a minha forma de vida, está muito bom. Não há razões para queixas, até então.

Onde é que Áquila sente que teve maior recepção para esse mercado, na Beira ou em Maputo?

Aos mercados são totalmente diferentes e as cidades também. Maputo é uma cidade grande e maior do que a cidade de Beira. Então, naturalmente, cá em Maputo é onde tive maior adesão. A maior visibilidade das televisões estão cá.

A maioria dos usuários das redes sociais também está concentrada cá. Em pouco tempo que cá estou, eu já fiz por aí umas trinta serenatas. Contudo, em Beira, a afluência também era boa. Trabalhávamos todos os dias.

Áquila definiria este momento como o melhor da sua carreira?

Não. É uma boa fase. Mas não consideraria o melhor momento, porque eu sempre vivo na expectativa de que virá algo ainda maior.

Fora o dinheiro, o que motiva Áquila a fazer serenatas?

Dinheiro não é motivação, embora valorize o trabalho. Se fosse para cobrar, de facto, eu não cobraria o que cobro. Seria muito mais. Nas minhas actuações, as pessoas transmitem-me que sentem muito além do que uma simples serenata. É uma serenata que gera efeitos. Eu sinto que quando saio de algum lugar, deixo amor naquele lugar, deixo paz, alegria. Isso não tem preço. Portanto, não é sobre o dinheiro.

Se pudesse reclamar sobre alguma coisa no campo das serenatas, do que reclamaria?

Eu não reclamaria de nada. Na verdade, a serenata ainda é algo novo para o nosso mercado e na perspectiva que eu trago.

Então, ainda é algo que está a ser introduzido e fundamentado. Não há que reclamar, apenas trabalhar mais para melhorar o mercado das serenatas e internacionalizá-lo.

Há uma outra área que está inserida ou pensa em investir?

Ainda não. Mas já está tudo encaminhado para que 'Áquila Serenatas' seja uma empresa. Para além de Beira, já estou a auxiliar pessoas a fazerem serenatas. Então penso que poderia criar uma agência para que, mesmo na minha ausência, as pessoas pudessem continuar a trabalhar.

Planos, projectos e sonhos?

No próximo ano, gostaria de começar a gravar as minhas músicas e lançar vídeos para firmar o nome. Nunca se sabe qual é o prazo das serenatas. Mas, a carreira é contínua. Então, temos pretensão de trabalhar numa EP e gravarmos alguns vídeos.

Qual é o conselho que deixa para jovens que pretendem ingressar no negócio das serenatas?

Primeiro, acreditar em ti. Acreditar que nada é impossível e, acima de tudo, dar o primeiro passo. Há pessoas que me contactam para perguntar: como é que eu faço para começar? Eu digo-lhes que a

primeira serenata que fizerem não deve ser pelo dinheiro. Não te preocupes com o quanto te vão pagar e não tenhas o espírito de que queres ganhar dinheiro com serenatas. No início tens de ser muito acessível, mesmo que seja para fazer de graça. Faz se for para entrares no mercado. Divulga o teu trabalho. Há quem irá ver e gostar e há quem não irá. Trabalha na tua imagem, dedica-te e boa sorte.

Há uma época exacta do ano em que há mais solicitação do seu trabalho?

Eu constato que o mês mais aderido é o de Fevereiro, principalmente na data 14. No mês de Junho, na cidade de Beira, não há dias que fico em casa. Trabalho de 1 a 31. Aqui em Maputo, os meses Maio e Setembro também têm sido muito preenchidos.

O que podemos esperar para os restantes meses e como se pode contactar a Áquila?

Estamos a trabalhar e vamos continuar a trabalhar, a dar o nosso melhor nas serenatas e fazer de tudo para que as pessoas se sintam amadas. Para aderir às serenatas é só visitar a nossa página do Facebook e Instagram: Aquilaserenatas.mz. No perfil, há um contacto através do qual nos podem contactar.

Flor de café



No seu alpendre rústico, preenchido de sofás de palha, orgulhosamente "Made in Moz", o Flor de Café oferece o local ideal para um pequeno-almoço refrescante e calmo em qualquer dia da semana ou, por outra, um copo descontraído com os amigos e os primos no fim de uma longa tarde de trabalho. Com um menu simples, porém diversificado e acessível, o Flor de Café serve desde saladas, massas e hambúrgueres à pratos do dia como feijoada, atum na brasa e strogonoff de frango. Mais do que alimentar o físico, o Flor de Café é o sítio a visitar para todo bom amante de arte, que poderá se deliciar na sua Galeria com rotação de exposições de artes plásticas e também com livros de escritores nacionais sempre à venda!



Depois de decorrer a prospecção, uma das primeiras fases para a exploração de recursos naturais, chegou, no primeiro mês do ano corrente, a Moçambique, na província de Cabo Delgado, a primeira plataforma flutuante do mundo destinada à extracção de gás natural liquefeito em águas profundas. A plataforma foi construída durante três anos na Coreia do Sul, com capacidade de produção de 3.4 milhões de toneladas de gás por ano, para ser implementado numa profundidade de 2,000 metros, ao largo de Moçambique, na área da Bacia do Rovuma, durante 25 anos.

A chegada desta plataforma gera, nos moçambicanos, expectativas e debates sobre o futuro do país.

Numa conversa com Michael Sambo, economista e investigador do Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE), falámos sobre o impacto económico da implementação deste projecto na economia nacional. O economista acredita que a materialização do projecto vai gerar ganhos e proveitos para Moçambique. Os benefícios serão registados na balança de pagamento que, por sua vez, se vai reflectir no Produto Interno Bruto (PIB) de Moçambique, dando um grande salto na economia nacional e internacional. Mas, para além das receitas e dos impostos que serão gerados por esse investimento, mais empresas, postos de trabalhos e fornecedores de serviços surgirão.

ANÁLISE ECONÓMICA

“OS QUE ESTÃO A INVESTIR NÃO ESTÃO PREOCUPADOS COM O CONSUMO DOMÉSTICO DO GÁS”.

MICHAEL SAMBO - PESQUISADOR DO IESE

O projecto conta com um investimento de aproximadamente 7 biliões de dólares norte-americanos e vai produzir e liquefazer 34,5 milhões de toneladas de gás natural por ano, usando os recursos provenientes do reservatório coralsul.

O economista afiança que, com um investimento equivalente a toda produção global de Moçambique, no ano de 2020, “O PIB vai crescer significativamente, mesmo sem produção e exportação. Só com a entrada deste valor, seja em capital físico ou financeiro, já registamos esse crescimento”.

Segundo revelou, a exploração anual dos recursos não dita a melhoria da vida dos moçambicanos. Mas assegura que o governo terá uma grande responsabilidade em criar condições para potenciar as indústrias nacionais e gerar desenvolvimento; encaixar divisas em áreas estruturantes para o desenvolvimento da economia nacional.

“Com este projecto, serão gerados 34,5 milhões de dólares, numa fase preliminar, e 110 milhões de dólares, no auge, daí que o governo tem grande responsabilidade, de tal forma que até houve um debate que apresentava a proposta segundo a qual o governo deveria criar um fundo soberano.

Nas redes sociais também houve debates. Há pessoas que defendiam que a chegada da plataforma flutuante não vai baixar o preço do gás consumido a nível nacional. Como exemplo, citou-se o caso da Barragem de Cahora Bassa.

O nosso entrevistado explicou que o projecto foi criado para explorar gás para exportação. Em vista, estão os mercados dos países mais desenvolvidos. “Os que estão a investir não estão preocupados com o consumo doméstico do gás”, o que corresponde a uma fasquia insignificante para a melhoria do preço. **O governo precisaria abdicar de uma parte das receitas que cobra em espécie e receber em gás, de forma a redistribuir na economia nacional a preços reduzidos. “Grande parte do gás que usamos é moçambicano, mas não comprado em Moçambique, e sim na África do Sul, pois é lá onde é transformado” revelou Michael Sambo.**



Sobre o investimento que está a ser feito em zona de guerra, é difícil chegar a uma conclusão, porque não se sabe as motivações que levaram ao seu surgimento, comentou o economista. Mas avançou que o facto de “a província mais pobre do país ter-se tornado na salvação da economia nacional”, os ânimos podem ter sido levantados para pedir ou reclamar algo que até então não se sabia.

Segundo Sambo, há quem relaciona as dívidas ocultas ao projecto”. Apesar de tudo, a província de Cabo Delgado vai registar algum desenvolvimento em muitos ramos da economia ligados ao projecto. O empreendimento vai promover, também, a troca de experiência entre as empresas nacionais e internacionais; o desenvolvimento de infra-estruturas em outras áreas de necessidade pública, gerando novos postos de trabalho. “Mas isso são possibilidades, são expectativas, as empresas internacionais têm padrões específicos que, às vezes, as empresas nacionais não têm, daí que, na fase de prospecção, se devia ter investido neste tipo de conhecimento”.

Michael Sambo propõe que sejam criadas, para além de um fundo soberano, linhas de crédito para empresas e empreendedores nacionais em áreas estruturantes, como na indústria metalomecânica, que pode ter impacto em todas as outras áreas existentes.

Sobre impacto da diferença de percentagens entre os investidores, em que a Empresa Nacional de Hidrocarbonetos detém 10 % das participações enquanto a joint Venture, co-propriedade da ExxonMobil, e CNPC (China) detém 70 % de interesse participativo no contrato de concessão. Segundo explicou o entrevistado, as percentagens são ditadas pelo volume de investimento durante a fase da prospecção e não só. Entretanto, para além dos 10 %, há receitas que devem ser traduzidas em despesas públicas e que vão gerar desenvolvimento e melhoraria da qualidade de vida dos moçambicanos. “Com uma plataforma dessa magnitude e por conta do volume de investimento, a taxa de câmbio será positiva e a nossa moeda será ainda mais valorizada a nível internacional, comparada ao dólar”.



NOTAS ECONÓMICAS

ECONOMIA NACIONAL CRESCEU 2,16 % EM 2021, SEGUNDO INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

Segundo o relatório divulgado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), a indústria extractiva, hotelaria e restauração foram os sectores que mais cresceram no ano passado, depois do abrandamento económico de 1,23 % registado em 2020, devido a COVID-19.

Sobre o relatório Contas Nacionais do INE, a economia de Moçambique deu um salto de 2,16 % em 2021, conforme previa o Governo, de Outubro a Dezembro. O sector primário foi o que mais contribuiu. Em 2021, a economia nacional começou com um crescimento tímido de 0,12 % no primeiro trimestre; melhorou para 1,96 % no segundo; seguiu com 3,36 % no terceiro e 3,32 % no quarto e último trimestre.

O relatório fala também sobre a actividade económica no quarto trimestre de 2021, que é atribuída, em primeiro lugar, ao sector primário, que cresceu em 4,61 %, com maior destaque para o ramo da Indústria de Extracção Mineira, com uma variação de 6,86 %, seguido pelo ramo da Agricultura, Pecuária, Caça, Silvicultura, Exploração Florestal, com registo de 4,11 %.

No quarto trimestre de 2021, os ramos da Agricultura, Pecuária, Caça, Silvicultura, Exploração Florestal e Actividades relacionadas tiveram maior participação na economia, com o peso conjunto, no PIB, de 18,67 %, seguidos pelo ramo de Comércio e Serviços de Reparação, com 10,60 %.

Para o presente ano, as perspectivas do Executivo, segundo as projecções do Plano Económico e Social e Orçamento do Estado, apontam para um crescimento económico de 2,9 %, apesar das incertezas ligadas a desastres naturais, COVID-19 e instabilidade militar no Norte e Centro do país.

CIDADE DE MAPUTO TEVE COBRANÇAS POSITIVAS EM RECEITAS FISCAIS, SEGUNDO A AUTORIDADE TRIBUTÁRIA

FONTE: O PAÍS

A Autoridade Tributária anunciou, em Maputo, o início do funcionamento do Centro de Risco, uma iniciativa que se enquadra no âmbito da promoção da integridade, que vai marcar a operacionalização do Gabinete de Gestão de Risco Institucional, criado em 2020, onde partilhou dados fiscais sobre o ano de 2021.

Segundo a presidente do órgão, Amélia Muendane, durante o ano de 2021, a Cidade de Maputo cobrou cerca de MZN 174,8 mil milhões, da meta global de 265,6 mil milhões de meticais, o que representa um contributo de 65,83 % em termos globais. Os impostos sobre o comércio externo arrecadaram, em meticais, 74,8 mil milhões correspondentes a 102,4 %, enquanto os impostos provenientes das transacções internas tiveram uma realização de 105,6 %, ao cobrar cerca de 203,3 mil milhões de meticais.

Para 2022, a AT projecta uma meta de cobrança de cerca de MZN 293,9 mil milhões, dos quais pouco mais de 77,3 mil milhões de meticais deverão ser cobrados por funcionários aduaneiros, desafiando cada vez mais a capacidade criativa das Alfândegas.

Neste ano será implementado o sistema de gestão de reclamações e denúncias, que vai contribuir para a facilitação da interação entre o Gabinete de Controlo Interno e o Público em geral, de modo a assegurar o melhor registo e atendimento dos denunciantes.

“Através do Aeroporto Internacional de Maputo, observa-se um elevado fluxo de mercadorias e bagagens, cujo risco varia em função da sua natureza e origem, visto que, sendo uma fronteira aérea, liga o país a uma diversidade de Estados cujo perfil de risco comercial apresenta similarmente variações distintas”, referiu Muendane.

A título de exemplo, Amélia Muendane diz que as mercadorias provenientes da Ásia são geralmente vulneráveis ao risco de contrafacção, subfacturação, subvalorização, má classificação pautal, em função da sua natureza, enquanto o movimento aduaneiro de produtos originários da América latina apresenta o risco decorrente dos elevados índices de narcotráfico, tráfico de moeda, para além do comércio informal de vestuário e bijutarias.

Por sua vez, a Fronteira Internacional de Encomendas Postais apresentou o risco associado à introdução de mercadorias proibidas e metais preciosos tramitados ilegalmente. A Fronteira Multimodal de Mercadorias recebe, actualmente, um volume de mercadorias provenientes da fronteira rodoviária de Goba, que apresenta um risco associado ao transbordo ilegal ao longo da trajectória, sobretudo com a supressão do acompanhamento fiscal.



INFLAÇÃO MOÇAMBICANA REGISTRARÁ SUBIDAS ESTE ANO

Fonte: DW ÁFRICA

Segundo a consultora internacional Oxford Economics África, prevê para Moçambique uma inflação de 7,3 % este ano, depois de os preços terem subido 7,8 % em Janeiro, o valor mais alto desde 2017.

Em Moçambique, a taxa anual de inflação subiu mais em Janeiro, alcançando o nível mais elevado desde Outubro de 2017, principalmente devido ao recente ajustamento no preço dos combustíveis e à contínua inflação dos bens alimentares. A Oxford Economics África escreve em seu relatório que "a inflação no índice de preços dos consumidores aumentou 1,1 pontos, para 7,8 % em Janeiro, quando, em Dezembro, teve um aumento homólogo de 6,7 %"

A inflação registou um aumento de 5,7 % em 2021, uma forte subida face aos 3,1 % registados em 2020, num contexto de pressões inflacionárias provenientes das subidas dos preços do petróleo e perturbações na cadeia de distribuição, que se intensificaram desde o primeiro semestre do ano passado.

A Oxford Economics África prevê, deste modo, "que a inflação e o preços dos transportes potenciaram a taxa média para 7,3 % em 2022, face à média de 5,7 % em 2021", o que faz com que os analistas projectem que o banco central aumente a taxa em 75 pontos este ano, 50 dos quais já no segundo trimestre.

A inflação registou um aumento de 5,7 % em 2021, uma forte subida face aos 3,1 % registados em 2020, num contexto de pressões inflacionárias provenientes das subidas dos preços do petróleo e perturbações na cadeia de distribuição, que se intensificaram desde o primeiro semestre do ano passado.

A Oxford Economics África prevê, deste modo, "que a inflação e o preços dos transportes potenciaram a taxa média para 7,3 % em 2022, face à média de 5,7 % em 2021", o que faz com que os analistas projectem que o banco central aumente a taxa em 75 pontos este ano, 50 dos quais já no segundo trimestre.



PRESIDENTE DA REPÚBLICA APELA PARA O PERDÃO TOTAL DA DÍVIDA DURANTE A CIMEIRA DA UNIÃO AFRICANA

O Presidente da República de Moçambique, Filipe Nyusi, durante o fórum sobre a saúde, promovido pelo Conselho Cooperativo Europeu, à margem da VI cimeira da UE-África, que decorreu em Bruxelas, apelou para os países desenvolvidos reconsiderarem a questão da dívida à África, perdendo na totalidade.

O Presidente da República justificou o pedido no facto segundo o qual os países africanos tornaram-se muito frágeis devido à pandemia de covid-19, cujo impacto foi evidente no sector da saúde.

Destacando o caso de Moçambique, Nyusi contou que o governo moçambicano conseguiu reduzir a mortalidade infantil, as mortes por cancro da mama e da próstata, bem como por tuberculose. Actualmente, reforça a formação para a resposta aos principais desafios do sector.

O evento consistia também na troca de experiências com outros países neste domínio, de tal forma que Moçambique apresentou o seu plano de vacinação contra a covid-19, que já permitiu a imunização de pouco mais de 30% de um universo de 30 milhões de habitantes.

Segundo disse o presidente no encontro, em breve começará a vacinação de maiores de 15 anos, contando com a solidariedade de outros países.

Explicando a sua posição quanto a "Nova era nas relações entre a UE-África, através da diplomacia da saúde", Filipe Nyusi acredita na aproximação crescente entre os dois blocos, isto desde a primeira cimeira realizada no Cairo, no ano de 2000, mas admite ser necessário que a parceria saia da retórica para a acção e que as partes tratem-se de igual para igual, na base de respeito mútuo, mesmo havendo divergências.

PRODUÇÃO DE CARNE AUMENTA NO PAÍS

Segundo notas avançadas pelo Governo, prevê-se um aumento de cerca de 17 % na produção de carnes bovina, suína, caprina, ovina e de frango, em relação ao ano passado.

O maior aumento para este ano será registado na produção do frango, com cerca de 19 %, alcançando-se, no total de 157.238 toneladas contra 132.001 toneladas do ano passado.

A carne bovina deverá atingir 18.800 toneladas contra 18.438 toneladas, o que corresponde a uma variação de dois por cento. A suína será de 3.619 toneladas contra 3.519 toneladas do ano passado, uma variação de três por cento.

Quanto à carne caprina, serão produzidas 3.205 toneladas contra 2.991 toneladas, uma variação de cerca de sete por cento.

No geral, o Governo espera, como resultado das acções de prevenção e controlo das principais doenças de animais e de acções de manejo sanitário e reprodutivo, um crescimento dos efectivos pecuários em relação ao ano passado, de cerca de três por cento para bovinos,



dois por cento para suínos, três por cento para pequenos ruminantes e quatro por cento para galinha landim.

Segundo as projecções avançadas pelo Governo, para este ano cerca de 17 por cento da produção de carnes bovina, suína, caprina, ovina e de frango, em relação ao ano passado.

O maior aumento para este ano será registado na produção do frango (cerca de 19 por cento), alcançando-se no total 157 238 toneladas contra 132 001 toneladas do ano passado, enquanto que a carne bovina deverá atingir 18.800 toneladas contra 18.438 toneladas, o que corresponde a uma variação de dois por cento. A suína será de 3619 toneladas contra 3519 toneladas do ano passado, uma variação de três por cento.

Quanto a caprina serão produzidas 3205 toneladas contra 2991 toneladas, uma variação de cerca de sete por cento.

No geral, o Governo espera como resultado das acções de prevenção e controlo das principais doenças animais e de acções de manejo sanitário e reprodutivo, está previsto um crescimento dos efectivos pecuários em relação ao ano passado de cerca de três por cento para bovinos, dois por cento para suínos, três por cento para pequenos ruminantes e quatro por cento para galinha landim.

O FUTURO DO RECRUTAMENTO ESTÁ A CHEGAR!

RECRUTAMOS AS PESSOAS CERTAS PARA SUA EMPRESA.



Entre em contacto>>>

+258 87 92 42 111
info@raiseup.co.mz
www.raiseup.co.mz





STARTUP GROWTH

WELELA - A PLATAFORMA QUE PROMETE DINAMIZAR O MERCADO DIGITAL

O mundo digital vem conquistando espaço a vários domínios da sociedade. Hoje, quase todas as tarefas exigem o uso das plataformas digitais. Neste sentido, para percebermos melhor sobre o posicionamento digital e a história por trás da criação da plataforma Welela, conversamos com Shaida Seni, economista e fundadora da plataforma Welela.

Fale-nos um pouco sobre o seu papel e jornada na Welela. Quais são as inovações que essa plataforma propõe?

Para mim, a Welela é mais do que um negócio ou uma empresa; é uma vida, um percurso e uma experiência reveladora. A Welela começou como um serviço dentro duma outra empresa. Nós queríamos apoiar outras micro-empresas a crescer e a aumentar o seu alcance no mercado, para que pudessem sair do seu Networking óveo. Normalmente, quando se trata de um micro-negócio, o networking coincide com o do dono do negócio e, habitualmente, são pessoas muito próximas.

Na altura, a Welela era Practiva, irmã da Welela. Começámos a explorar um pouco mais as possibilidades da internet e criámos algumas facilidades nas redes sociais, como se fosse um serviço adicional da Practiva. Mas, vimos que existia um apetite especial por parte das pessoas que se beneficiavam desse serviço. De seguida, decidimos designar de Welela, porque era virado para a mulher empreendedora.

No início do processo, resolvemos retirar Welela da Practiva e apresentá-la como um produto satélite, que tivesse sua imagem corporativa, como forma de transformá-la numa plataforma multi-vendedores de pequenas e médias empresas. O resultado foi positivo.



A Welela surpreendeu-nos com o alcance e a ligação que tinha com o mercado. Depois tivemos que pensar e repensar. O conceito de plataforma multi-vendedores já existia no mundo e nós queríamos uma Welela moçambicana, que respeitava o nosso contexto e limitações, **não queríamos trazer uma plataforma apenas de nível mundial, mas de padrão mundial para funcionar a nível local, com todos esses requisitos.**

A primeira inovação que nós trouxemos é a flexibilidade da plataforma. Nós definimos os parâmetros de tal forma que qualquer um, empreendedor, empresário ou startup, em meia dúzia de cliques, pudesse montar a sua loja, sem se preocupar com a segurança, as actualizações e com a optimização dos motores de busca, porque isso já tínhamos dentro do nosso pacote de oferta e que fosse uma transição gradual e extremamente barata para que fosse acessível. Nós achamos que usar a tecnologia, usar o digital é uma questão de direitos humanos; precisa estar acessível para todos. Tal como o direito a ler e a escrever, a literacia digital é extremamente importante na nossa era.

Outra inovação é a capacidade de termos estruturas para o fácil uso e a facilidade com que fazemos a contagem das visitas para criarmos o funil de vendas. Agora estamos a introduzir outras inovações com outras funcionalidades, como o pagamento online, principalmente na estrutura interna, para mantermos a flexibilidade entre o lojista e o mercado.

Estamos a trabalhar, também, em uma estrutura interna para as pessoas que estão a migrar para o digital passem para um novo patamar, usando a sua imagem corporativa, o seu Marketing Digital para alcançar um novo e maior patamar.

Como os moçambicanos estão a receber esta plataforma?

Fico muito surpreendida e orgulhosa com a capacidade com que os jovens moçambicanos adoptam e utilizam as tecnologias de informação. Acho que, com essa facilidade, podemos alavancar cada vez mais o nosso negócio e sociedade.

Muitas empresas integram mulheres na faixa dos 40 a 50 anos, que também usam a plataforma digital, sem receios de experimentar coisas novas, o que é muito bom. Não devemos ter medo de novas experiências, de correr riscos, porque é isso que nos faz alavancar, inovar. Não há novos resultados com a prática dos mesmos hábitos.

O mercado vê a Welela com bons olhos. Tive uma grande surpresa quando invadimos o mercado angolano, numa situação em que o nosso plano de desenvolvimento previa começar a internacionalizar a marca partir de 2023. Desde o nosso surgimento, queríamos nos focar no mercado nacional e uma das primeiras metas que tínhamos era chegar a todas as províncias do país. Este resultado foi alcançado em fins de 2020, quando passamos a marca de duas mil lojas digitais de micro, pequenas e médias empresas. Actualmente, estamos com mais de quatro mil e quinhentas lojas operacionais.

A economia digital está a revolucionar a forma como fazemos os negócios. Igualmente, está a apostar na criação de oportunidades de crescimento e prosperidade a nível global. Pode sublinhar algumas vantagens económicas e sociais do empreendedorismo digital?

Há um enorme alargamento do mercado e isso é muito bom para a economia nacional. Nós precisamos alcançar outros mercados, porque o nosso é um mercado relativamente pequeno e limitado. Quanto maior for o empreendimento, mais há uma pressão em crescer. O mundo digital permite-nos explorar e alcançar um mercado mais extensivo. A Welela já está nessa fase. Estamos a conseguir alcançar outros mercados. Essa abordagem é estratégica e representa uma grande vantagem económica para o empreendedorismo no geral.

Na sua opinião, como olhar para a maturidade do ambiente corporativo nas áreas de Marketing e Vendas?

Essa é realmente uma questão específica e bem técnica. Penso que o nosso empresariado ainda está em crescimento, mesmo a nossa história pode ser considerada relativamente jovem, mas por ser jovem, tem alguns detalhes interessantes.

Um deles é ter a mente aberta para usar outras dimensões. Acredito que estamos num bom passo de adoptar as novas tecnologias nas diversas matérias. O Marketing e Vendas parecem-me ser os mais fáceis de colher. As empresas tornaram-se mais sensíveis às opiniões do mercado, exactamente pelo uso das tecnologias. As pessoas têm mais acesso à informação e tornou-se fácil usar os canais digitais para fazer a comunicação. O mercado responde directamente à empresa.

Quando nós queremos fazer uma transformação digital brusca, sair do 8 para 80, isso torna o desafio complicado, mas nas áreas de Marketing e Venda, a transformação digital pode ser feita de uma forma gradual. Essa é a proposta da Welela. Não precisa começar com o seu website de vendas, cheio de funcionalidades, com uma série de possibilidades digitais. Pelo contrário, começar com algo simples. Quanto mais simples e extintiva for, mais vai mostrar um excelente uso e experiência pelo utilizador e mais vai evitar a insegurança. O grande problema de uso de ferramentas digitais é a insegurança por parte de quem utiliza.



Como desenvolver uma alma digital nas organizações com DNA e cultura analógicos?

O uso de ferramentas analógicas simplifica os processos e podem gerar resultados mais efectivos. Então, a adopção de uma alma digital resulta de um processo de educação e aculturação em mentes abertas, para acompanhar o processo evolutivo da própria sociedade. Não acredito que alguém, por sua própria vontade, queira ficar para trás, porque isso faz parte da vida como ser humano.

Considerando o nosso contexto, qual é a sua abordagem sobre o impacto do empreendedorismo digital na economia moçambicana?

Esta questão tem muitas dimensões. Já tive a oportunidade de conversar com pessoas do sector público e privado. O empreendedorismo está muito à frente em relação à capacidade de resposta das áreas de controle. Então, quando falo do impacto do empreendedorismo digital, vejo, por exemplo, a pressão com que os negócios transformam-se usando plataformas digitais. O sector financeiro é pressionado porque os pagamentos também passam a ser feitos de maneira digital e de outras formas que dinamizam o empreendedorismo.

Os bancos já não podem funcionar como antes. Papéis e cheques são meios que menos usam agora. Tudo isso resulta do impacto do empreendedorismo digital.

O sector fiscal está agora preocupado em querer saber como é que vai estar presente nessas transações digitais, porque não está previsto nos nossos códigos e formas de fazer negócios. Por isso, precisam-se apressar com ideias que realmente fazem a diferença, mas não para travar; para promover essa dinâmica e fazer com que os empreendedores contribuam para o crescimento do empreendedorismo digital.

Na área de publicidade e Marketing, hoje é quase impossível pensar em publicidade que não use os meios digitais e as tecnologias de informação.

As soluções tecnológicas fazem toda a diferença na implementação da cultura digital nas empresas. Quais são as soluções que acredita serem eficazes nesse processo?

Bom! Antes de ferramentas e soluções propriamente ditas, diria que um dos grandes desafios são as infra-estruturas que alicerçam a operações digitais. Uma internet rápida e barata faria total diferença na produtividade, qualidade e no desenvolvimento dessa cultura digital, de dia para noite. Até nos negócios, esse seria o primeiro plano.

O segundo plano integraria mais ferramentas de soluções comportadas a nível do sistema de pagamento que permitissem segurança e protecção para o consumidor. Notamos alguma insegurança nesse processo. Este foi um dos grandes investimentos que a Welela tem feito nos últimos anos, embora seja uma área que acarreta um orçamento grande como custo.



Concorda que os pequenos e médios empreendedores são cada vez mais adeptos do uso do Marketing Digital ou ainda há receio?

Acredito que esses são os mais agressivos e, ao mesmo tempo, sensíveis ao uso das ferramentas. Pelos ditames do mercado, os micros e pequenos empresários acabaram por puxar-nos a criar um micro-ecossistema, empreendedor em volta da Welela. Hoje estamos em muitos canais ao mesmo tempo. Agora contamos com 65 mil empreendedores e potenciais clientes dentro do nosso micro-ecossistema. Temos 135 grupos de WhatsApp a funcionar; um grupo com cerca de 15 mil utilizadores no Facebook, de entre outros grupos em outras plataformas. Muitas lojas operacionais.

Pensando no mercado moderno, quais sectores acredita que se podem beneficiar da cultura digital e quais estão caminhando mais rapidamente?

Nós acreditamos que todos os sectores podem ser digitais. A equipa da Welela é composta só por técnicos moçambicanos. Já tentámos fazer equipas mistas, com chineses, sul-africanos e indianos.

Notámos que nenhum deles estava a perceber o que pretendemos fazer. O desafio que colocámos à nossa equipa é que a Welela não só vai vender serviços.

Vamos criar condições para que os nossos clientes também possam vender e comprar. Por isso acredito que qualquer sector ou área pode ser digital, desde que se seja um pouco mais criativo.

Uma das áreas que caminha muito rápido é o sector financeiro, pressionado pelo mercado que vem exigindo outras formas processuais. O sector financeiro tem uma rede muito complexa que se auto-reforça. Por conta disso, acaba sofrendo muita pressão. A área de Marketing e vendas vem sofrendo muita pressão do mercado. Acredito que seja uma área que vem crescendo e potenciando-se.

Mesmo a terminar a nossa conversa, na sua vida como empreendedora de Tecnologia, que dificuldade encontra como mulher?

Ser mulher não me imputa dificuldade nenhuma. Estou neste ramo a alguns anos. Essa experiência facilita. Mas, em outra análise, se pensarmos em limitações, veremos barreiras, mas se pensarmos no contrário, veremos soluções.

Em jeito de conclusão, dizer que quem se junta a Welela encontra uma amiga, companheira digital, online; encontra connosco uma maior acessibilidade. As marcas ligadas a nós são facilmente encontradas, basta entrarem no nosso site e registarem-se.

WEL
ELA

PORTAL DE EMPREGO



ANÚNCIOS DE VAGAS

A TECMIX SERVIÇOS E CONSULTORIA, LDA,
Pretende contractar para o seu quadro de
peçoal dois técnicos de informática (m/f),
para matola, em Moçambique.

FUNÇÕES

- Montar, instalar e configurar Hardware, Software de computadores com as configurações adequadas para as necessidades dos usuários;
- Projetar, implementar e fazer a manutenção de infraestruturas físicas de rede com múltiplos sistemas, configurando e gerindo serviços TCP/IP nas plataformas;
- Implantar servidores de rede em grupo, firewall e sistema de deteção de intrusos (IDS)
- Garantir o suporte da rede de computadores e sistemas de computadores;
- Ter domínio de Impressoras, Fotocopiadoras e scanners;
- Identificar e resolver falhas de hardware/software;
- Garantir a implementação, adequação, operacionalidade, disponibilidade de Tecnologias e Sistemas de Informação dos seus clientes de acordo com as normas/políticas internas instituídas e necessidades
- Contribuir para o cumprimento dos contratos de manutenção de tecnologias e sistemas de informação e assegurar a satisfação dos clientes.

DOCUMENTAÇÃO

- ✓ Carta de Apresentação
- ✓ Curriculum Vitae
- ✓ Cópias de certificados académicos e profissionais
- ✓ Referências (mínimo 2)
- ✓ Cópia do B.I.
- ✓ Cópia da Carta de Condução

REQUISITOS

- Ensino Médio Geral ou Nível Técnico Profissional;
- Experiência mínima de 3 anos na área de informática e reparação de impressoras.
- Bons conhecimentos de rede de computadores (implementação, manutenção e troubleshooting; Windows XP, Windows 7, Windows 10/11)
- Formação específica em Informática (preferencial);
- Experiência mínima de 3 anos na área de informática e reparação de impressoras.
- Bons conhecimentos de rede de computadores (implementação, manutenção e troubleshooting; Windows XP, Windows 7, Windows 10/11)
- Formação específica em Informática (preferencial);
- Capacidade de manter informações confidenciais e sensíveis do trabalho;
- Capaz de trabalhar sob pressão e cumprir prazos apertados;
- Capacidade de trabalhar sobre pressão;
- Bons conhecimentos Português e Inglês (oral e escrito);

NOTAS

- Apenas candidatos pré-selecionados serão contactados
- Envie um e-mail para: tecmix.job@gmail.com e indique o assunto "Técnico Informático".

A TECMIX Serviços e Consultoria, Lda, está
contractar para o seu quadro de pessoal um
Motorista Profissional para Matola, em
Moçambique.

FUNÇÕES

- Realizar o transporte de bens da Empresa, durante as suas actividades;
- Garantir o transporte de trabalhadores da empresa em missão de serviço e garantir a segurança de pessoas, cargas e outros bens transportados;
- Zelar pelo estado de limpeza, informar sobre alguma anomalia mecânica nestes e efectuar registos;
- Fazer o trabalho de logística do escritório;
- Manutenção e controle dos veículos;
- Respeitar os códigos de estrada vigentes no país;
- Em caso de acidente, reportar imediatamente à equipa de Recursos Humanos

REQUISITOS

- Ensino Médio Geral concluído (12ª Classe)
- Pelo menos 3 anos de experiência como motorista de uma organização;
- Carta de condução no mínimo pesada;
- Fluente na língua Portuguesa, fluência nas línguas locais será uma vantagem
- Carta de condução sem restrições;
- Disponibilidade para viajar dentro do país do projecto em particular;
- Capacidade de trabalhar sobre pressão;
- Disponibilidade para trabalhar em horários irregulares (aos fins-de-semana);
- Possuir residência no local da vaga.

DOCUMENTAÇÃO

- ✓ Carta de Apresentação
- ✓ Curriculum Vitae
- ✓ Cópias de certificados académicos e profissionais
- ✓ Referências (mínimo 2)
- ✓ Cópia do B.I.
- ✓ Cópia da Carta de Condução

NOTAS

- Apenas candidatos pré-selecionados serão contactados
- Envie um e-mail para: tecmix.job@gmail.com e indique o assunto "Técnico Informático".

A Raise Up está a recrutar para o seu
cliente, dois Consultores de Recursos
Humanos (m/f), para Maputo, em
Moçambique.

FUNÇÕES

- Responsável pelo suporte operacional de um ou vários clientes, terá como principais tarefas o recrutamento e selecção, contratação e de dar suporte e ao cliente até o
- Trabalhar em colaboração na área de vendas como forma de atrair e reter novos clientes, bem como em criar potenciais projectos/serviços na área de RH;
- Realização de entrevistas, provas de grupo, formações e aplicação / correção de testes psicotécnicos.

REQUISITOS

- Experiência profissional mínima de 2 anos como consultor;
- Bons conhecimentos de métodos e técnicas de recrutamento e selecção;
- Bons conhecimentos de métodos e técnicas de recrutamento e selecção;
- Sólido domínio dos aplicativos do MS Office (Excel, Word e PowerPoint);
- Boa capacidade de comunicação e de relacionamento;
- Muito bons conhecimentos de Inglês, falado e escrito;
- Paixão pela área e vontade de aprender;
- Curiosidade natural, dinamismo, proactividade e espírito colaborativo;
- Orientação para resultados e soluções;

BENEFÍCIOS

- A oportunidade de integrar em uma equipa jovem dinâmica e ambiciosa;

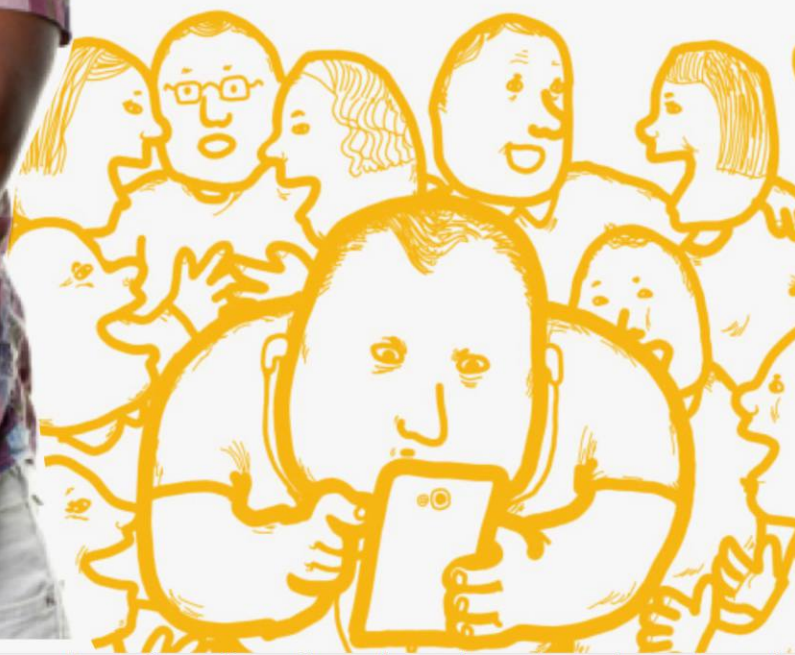
DOCUMENTAÇÃO

- ✓ Carta de Apresentação
- ✓ Curriculum Vitae
- ✓ Cópias de certificados académicos e profissionais
- ✓ Referências (mínimo 2)
- ✓ Cópia do B.I.

NOTAS

- Apenas candidatos pré-selecionados serão contactados;
- Envie-nos um e-mail: candidatura@raiseup.co.mz com os seus documentos e indique o assunto "Consultor de Recursos Humanos".

O QUE A SOCIEDADE PENSA?



01

Muitos jovens desconhecem a lei que os protege, incluindo as garantias que os mesmos asseveram. Por exemplo, a lei do direito à greve, plasmada na lei de trabalho, no artigo 194º e na Constituição da República Moçambique (CRM/18), artigo 87º, ou a lei de liberdade de expressão, consagrada no artigo 48º da CRM/18. Pode-se afirmar que os jovens não têm conhecimento por conta da fraca divulgação das mesmas ou há conformismo?

Gemilência Tivane, Estudante de Direito na UEM

Sim, podemos afirmar que há pouca divulgação por parte das entidades competentes. Por exemplo, sendo sincera, não conheço nenhuma lei que fale directamente com os jovens.

Mugodoma, Estudante de Antropologia na UEM

Existem duas vertentes. A primeira vai para as pessoas que têm monitorado esta lei. Se notarmos, o governo não tem fiscalizado nem monitorado. As leis são criadas e não aplicadas. A segunda vertente é que existe negligência por parte dos jovens. Não estamos a procurar saber o que o governo tem preparado para nós.

02

Estamos diante de uma geração conformada com o que tem, e com medo de sonhar alto, dos riscos que pode correr. O que será que está falhar?

Juliana Cumbana, Estudante de Ensino de Francês na UEM

Realmente! Estamos numa sociedade de jovens conformados com o que tem, mas é tudo culpa do medo de falhar, de tal forma que poucos seguem seus sonhos, limitando-se apenas em buscar o que já foi construído. No meu caso, queria estudar Direito, mas optei por seguir Ensino de Francês, por acreditar que ingressarei com facilidade no mercado de emprego.

Gaspar Pagarache, Estudante de Ensino de Português, na UP

É engraçado e lamentável ter uma juventude destas que têm o medo de sonhar alto num tempo em que tudo é possível se apenas acreditarmos e correremos atrás daquilo que desejamos. Portanto, o que está a falhar é o próprio medo de falhar, quando se trata de seguir os nossos sonhos.



AV DE MOÇAMBIQUE

**EXPERIMENTE
A POTÊNCIA**
DO NOSSO
COMBUSTÍVEL!



Ndzila
ECONOMIA & NEGÓCIOS

**ANUNCIE
AQUI**



MAIS DE 6 CANAIS
DE COMUNICAÇÃO



ALCANCE
+100 000 PESSOAS



LEITORES
ASSÍDUOS

+258 87 925 2463 | geral@ndzila.co.mz

Revista Ndzila | Revista Ndzila | Revista.Ndzila | www.ndzila.co.mz

A NDZILA AGRADECE AO APOIO E COLABORAÇÃO DE:

