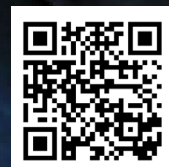


ECONOMIA & NEGÓCIOS



**OS 16 ANOS DE
COMPROMISSO DO MOZA
BANCO COM MOÇAMBIQUE**

Ndzila
ECONOMIA & NEGÓCIO



8ª edição

SUMÁRIO

01

**NOTAS DO GESTOR DE
CONTEÚDOS**

04

**OS 16 ANOS DE COMPROMISSO
DO MOZA BANCO COM
MOÇAMBIQUE**

06

ANÁLISE ECONÓMICA

09

LEGAL ALERT

11

LOGÍSTICA E TRANSPORTES

16

TURISMO

18

XIX CASP 2024

22

ENERGIA

24

CAFÉ EMPREENDEDOR

33

**AS 30 MULHERES MAIS
INFLUENTES NA COMARP,
EM MOÇAMBIQUE**

ESTRATÉGIAS PARA AVALIAR E AUMENTAR O IMPACTO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NAS ORGANIZAÇÕES

Por: Simão Djedje - Consultor de Comunicação e Relações Públicas

Um dos desafios mais significativos no trabalho de relações públicas é manter um olho nos impactos a longo prazo do trabalho de RP. Pode ser muito fácil cair num padrão de apenas prestar atenção aos sucessos imediatos e a curto prazo de uma entrevista bem colocada ou ao triunfo de um produto ou esforço que é um sucesso viral.

Em parte, é um desafio porque, a menos que se proponha seguir objectivos a longo prazo, as suas ferramentas de medição podem não estar preparadas para captar todos os dados de que necessita. A isto juntam-se outros factores, como a alteração de objectivos, a mudança de prioridades da liderança e um panorama dos meios de comunicação que é muito diferente do que era há uma década.

Então, como é que se avalia o impacto a longo prazo dos esforços de RP? O primeiro passo é não fazer do perfeito o inimigo do bom - ou seja, se estiver à procura de uma correspondência perfeita entre os esforços passados e os programas actuais, está a prepa-

rar-se para a frustração. O que se deve procurar são alinhamentos gerais e ligações lógicas. Por exemplo, as mensagens de RP de uma empresa mudam ao longo do tempo, por isso, em vez de procurar mensagens-chave actuais numa cobertura recebida há cinco anos, procure ver quais são os pontos comuns nas mensagens que ressoam ao longo do tempo.

Como criar referências utilizando dados mais antigos

Se já mede e monitoriza há algum tempo e tem acesso aos seus dados mais antigos, pode utilizar essas informações mais antigas para estabelecer pontos de referência.

Essencialmente, estará a trabalhar de trás para a frente, com base nas informações que

tem disponíveis. Por exemplo, se os dados mais antigos tiverem sentimento associado e ainda estiver a monitorizar o sentimento, pode utilizar os dados de sentimento mais antigos disponíveis como base de referência.

Um desafio na utilização de dados mais antigos para estabelecer pontos de referência é que os problemas que possam ter afectado o volume ou o sentimento podem perder-se no tempo.

Reveja rapidamente os gráficos mensais de volume e sentimento para o ano completo que vai utilizar como base de referência, apenas para se certificar de que está a utilizar dados que são razoavelmente "típicos" para a organização.

Trabalhar com conjunto de dados que mudaram ao longo do tempo

Quer se trate de novas funcionalidades adicionadas à sua ferramenta de monitorização, ou simplesmente das mudanças nas redes sociais que ocorrem quando uma nova plataforma arranca, os seus conjuntos de dados irão mudar.

Estas alterações podem dificultar a elaboração de gráficos e análises. Existem duas formas bastante simples de lidar com conjuntos de dados alterados. Em primeiro lugar, pode adicionar notas indicando quando e quais são as alterações ou, em segundo lugar, pode separar a sua análise em

“antes” e “depois”. Desde que haja uma indicação clara na análise sobre quando e como o conjunto de dados mudou, a análise não deve ser afectada negativamente.

A utilização da monitorização para determinar os impactos a longo prazo do trabalho de RP apresentará sempre alguns desafios de continuidade. As publicações fecham, as plataformas dos meios de comunicação social sobem e descem e a indústria das notícias tem estado sob uma pressão significativa durante anos, resultando num panorama mediático muito alterado.

Mudança de prioridades, mudança de objectivos

Com as ferramentas de monitorização e análise mais sofisticadas ao dispor dos profissionais de RP, é mais fácil do que nunca acompanhar uma vasta gama de métricas. Combinado com uma abordagem mais metódica à medição - tal como a correspondência dos esforços de RP com os objectivos empresariais - os comunicadores estão a ganhar uma maior compreensão de como o trabalho de relações públicas tem um impacto directo no resultado final.

Os objectivos comerciais e as mensagens de RP podem mudar ao longo do tempo, ajustando-se a factores internos e externos. Como é que isto afecta a capacidade de um profissional de RP avaliar o impacto a longo prazo das RP nestas áreas de foco? A resposta está na análise dos objectivos atingidos, em vez do impacto de mensagens específicas.

Ao monitorizar para medir o impacto de mensagens específicas ou para atingir objectivos comerciais específicos, os profissionais de RP estão a estabelecer a ligação entre os seus esforços e os resultados explícitos. Ao analisar os dados durante um período de tempo mais longo, a questão não é saber se existe ou não uma ligação. Em vez disso, é necessário analisar a frequência (com que frequência existe uma ligação entre os esforços de RP e os resultados) e a taxa de mudança (como mudanças no sentimento, ou se houve um aumento ou diminuição na inclusão de factores como mensagens-chave ou menções de porta-vozes específicos, por exemplo).

Avaliar o impacto a longo prazo das RP é analisar as tendências da taxa de sucesso ao longo do tempo para atingir os objectivos e garantir a cobertura com a inclusão de mensagens-chave. Assim, mesmo que os objectivos e as mensagens mudem ao longo do tempo, essa mudança não deve afectar negativamente a sua capacidade de avaliar o seu sucesso global.





Preparar-se para o sucesso no futuro

A maior parte da discussão acima foi concebida para ajudar os profissionais de RP a extrair conhecimentos dos dados que já recolheram. Em parte, isso deve-se ao facto de a monitorização e a análise já existirem há algum tempo e as organizações serem normalmente muito boas a utilizar a informação recolhida para planear e avaliar os sucessos a curto prazo. É menos provável que pensem em utilizar dados mais antigos, o que é uma pena, porque há valor neles se soubermos onde procurar!

No entanto, se estiver a desenvolver um novo programa de monitorização e análise e souber que vai querer analisar a informação a um, três e cinco anos, pode facilitar esse trabalho configurando-o correctamente.

Pense no que pretende mostrar em cada fase do relatório. Se estiver a tentar melhorar a sua reputação, a análise do sentimento será uma métrica importante. Se o seu objectivo é obter mais cobertura nos meios de comunicação prioritários, certifique-se de que tem uma lista real dessas publicações - é melhor medir em função de uma lista do que de um sentimento abstrato de importância. Crie as suas linhas de base, pois é mais fácil mostrar o que mudou se tiver um ponto de partida fixo.

Considerações finais

Quer esteja a iniciar um novo programa e possa definir parâmetros que mostrem o que está a funcionar, quer esteja a analisar os dados já recolhidos, a monitorização dos meios de comunicação pode ajudar uma organização a determinar os impactos a longo prazo dos esforços de RP.

Fazer este tipo de análise profunda ao longo do tempo pode oferecer informações sobre quais as táticas de comunicação que têm poder de permanência. Isto, por sua vez, permite que uma organização tome decisões inteligentes e faça investimentos sensatos em RP, que podem ter um impacto duradouro.

A portrait of João Figueiredo, a middle-aged man with short grey hair and black-rimmed glasses. He is wearing a dark blue suit jacket over a light blue shirt and a striped tie. His hands are clasped together in front of him, and he is resting his chin on them. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a solid red color with a faint, stylized geometric pattern.

JOÃO FIGUEIREDO

Os 16 Anos de Compromisso do **Moza Banco** com Moçambique

O Presidente do Conselho de Administração (PCA) do Moza Banco, João Figueiredo, em entrevista à Revista Ndzila, faz uma análise profunda da trajetória do Moza Banco nos últimos 16 anos. Desde a sua fundação, o banco tem enfrentado inúmeros desafios e aproveitado diversas oportunidades, sempre com um compromisso inabalável com o desenvolvimento económico de Moçambique.

Ao longo desses anos, o Moza Banco tem desempenhado um papel crucial no fortalecimento do sistema financeiro do país, enfrentando adversidades globais e nacionais com resiliência e determinação. Figueiredo destaca o empenho em apoiar pequenas e médias empresas, promover a inclusão financeira nas zonas rurais e colaborar com parceiros como a Fundação Dom Cabral para capacitar empreendedores locais.

Com um olhar atento para o futuro, o Moza Banco continua a inovar e a expandir seus serviços, reafirmando seu compromisso com um crescimento económico sustentável e inclusivo em Moçambique.

Revista Ndzila: Como descreve os 16 anos de trajetória do Moza Banco?

João Figueiredo: São 16 anos de desafios, oportunidades, muita luta e dedicação, desde a época dos fundadores do banco até à nova administração que hoje está no Moza Banco. Este percurso contou com o grande empenho dos nossos acionistas, colaboradores, parceiros e autoridades.

Durante esses 16 anos, servimos a economia moçambicana, participando activamente do sistema financeiro e colaborando no fortalecimento do nosso sector. No entanto, tanto a nível nacional quanto internacional, a conjuntura não tem

sido das mais favoráveis. A nível global, enfrentamos dois grandes fenómenos recentes: a pandemia de Covid-19 e suas consequências, e as guerras no Médio Oriente e na Ucrânia, cujas repercussões ultrapassam as fronteiras dos conflitos, impactando o mundo inteiro.

No contexto nacional, nossa economia também vive momentos de grande dificuldade. Precisamos concentrar nossos esforços naquilo que é essencial para nós. O Moza Banco está comprometido em impulsionar o desenvolvimento das pequenas e médias empresas, que são a base de qualquer economia em crescimento. Nesse sentido, celebramos recentemente um acordo com a Fundação Dom Cabral para capacitar aos nossos pequenos empresários, um dos principais pilares do desenvolvimento.

Além disso, o Moza Banco quer destacar a importância de apoiar as pequenas e médias empresas e alertar a sociedade sobre o desenvolvimento multisectorial necessário para o nosso progresso. O setor da energia, com a chegada do gás, é frequentemente mencionado, mas acreditamos que nosso modelo económico deve apoiar diversos sectores, incluindo turismo e agronegócio. Precisamos incluir as populações das zonas rurais no nosso desenvolvimento, pois crescimento económico não significa necessariamente inclusão social ou desenvolvimento sustentável.

Este é um grito de alerta para continuar apoiando o desenvolvimento global e sectorial, promovendo uma cadeia de valor dentro do país, reduzindo importações e aumentando exportações. Um exemplo é a questão agrícola e a necessidade de distritos que ainda não possuem bancos, agências ou ATMs.

Com 16 anos de Moza Banco, nosso projecto e plano, tanto a curto quanto a longo prazo, visam alcançar essas populações e distritos que, apesar de terem potencial económico, ainda não são adequadamente assistidos pelo sector bancário. Queremos que todos os stakeholders colaborem neste esforço, cumprindo suas responsabilidades para que possamos continuar a bancarizar o país e levar serviços financeiros às zonas mais remotas.

O crescimento global previsto pelo Banco Mundial para este ano pode não nos afectar directamente, mas temos que focar na nossa economia nacional. Precisamos depender menos de doações e mais da nossa própria produção. Temos recursos suficientes e potencial para sermos autossustentáveis, como nossa vasta costa de 2.700 km e terras aráveis. Precisamos concentrar esforços no desenvolvimento económico que desejamos, criando mais empregos e formalizando a economia informal.

O Moza Banco tem um lema: “Fazer Acontecer”. Estamos comprometidos em entender as necessidades dos nossos clientes e fornecer produtos e serviços que atendam a essas necessidades, criando uma relação forte e sustentável com eles. A nossa maior ambição é ser o melhor banco em qualidade, não necessariamente o maior em quantidade.

O projecto com a Fundação Dom Cabral é um exemplo do nosso compromisso contínuo com a formação dos pequenos empresários. Queremos

que esse programa dure enquanto houver necessidade de capacitação. Continuaremos a investir no desenvolvimento dos nossos clientes, contribuindo para uma economia mais robusta e inclusiva.

RN: Como o Moza Banco se posiciona em relação à bancarização do país e à expansão dos serviços bancários para as áreas mais remotas? Este é um projecto que deve ser assumido em nível nacional?

JF: Nós, enquanto agentes da economia e do sistema financeiro, precisamos trabalhar em conjunto com o Estado. O Moza Banco abraçou o projecto do Estado no programa “Um Distrito, Um Banco”. No entanto, este programa enfrenta atrasos em seu orçamento e ritmo de implementação, e não por responsabilidade dos bancos. Os bancos estão a cumprir seu papel, mas é essencial que todos os stakeholders colaborem. O sistema financeiro não pode ser o único responsável, o Estado também precisa participar activamente.

Compreendemos que o Estado enfrenta várias dificuldades, mas este é um sacrifício que deve ser compartilhado. Não basta apenas os bancos se esforçarem para chegar às zonas rurais, todos os envolvidos devem estar comprometidos. Apesar dos desafios, os bancos já abriram muitos balcões em áreas rurais.

Mesmo em momentos de grande dificuldade, como em 2016, quando o Moza Banco enfrentou uma crise, conseguimos abrir dois balcões em zonas rurais. Hoje, felizmente, superamos aquela fase difícil, mas continuamos comprometidos com o programa “Um Distrito, Um Banco”. Fomos um dos bancos que mais aderiram a este programa, mas é crucial que todos os responsáveis estejam alinhados e cumpram suas obrigações.

RN: De acordo com esta leitura do Banco Mundial, que impacto se pode esperar na economia e de uma forma directa na vida dos moçambicanos?

JF: O crescimento a nível mundial não nos afectará se não soubermos concentrar e focar na nossa economia nacional. Precisamos viver com o apoio dos nossos parceiros, mas devemos nos concentrar na produção nacional. Se não o fizermos, continuaremos dependentes de doações e ajuda externa, e isso não é o que dese-

jamos. Queremos deixar para nossos filhos e futuras gerações um país sustentável, capaz de se sustentar por si mesmo.

Temos recursos suficientes para alcançar essa independência. Temos, por exemplo, a possibilidade de usar nossos portos para facilitar o comércio com países do interior, como a Tanzânia. Precisamos nos concentrar nessas vantagens e não deixar o tema da economia mundial nos distrair.

Devemos reunir esforços e definir um modelo de desenvolvimento

económico que atenda às nossas necessidades. Quais são os sectores em que devemos investir para desenvolver o país? Precisamos criar mais postos de trabalho e formalizar a economia informal, integrando mais pessoas na economia produtiva e real.

É crucial que nos concentremos na nossa economia e nos unamos para atingir esses objectivos. Somente assim poderemos construir um futuro mais próspero e sustentável para todos os moçambicanos.

RN: Em relação ao Memorando de Entendimento assinado entre o Moza e a FDC para a viabilização de um programa educacional denominado “Pra Frente” através do qual as Pequenas e Médias Empresas nacionais, beneficiarão de formações e capacitações em matérias de empreendedorismo e gestão. Qual é a estratégia para garantir que os critérios de selecção dos participantes atendam adequadamente às necessidades e diversidade dos pequenos empresários em diferentes regiões do país?

JF: O programa é administrado online e oferece pacotes de cursos que cobrem diversas áreas. Nosso objectivo é envolver pequenos empresários, microempresários, e oferecer-lhes a oportunidade de participar desses cursos. Eles aprenderão conceitos básicos que os ajudarão a se defender melhor e a se prepararem para a gestão de seus negócios.

O protocolo que adoptamos envolve a identificação de empresários, microempresários, pequenas e médias empresas, empreendedores e mulheres empresárias que se beneficiarão do programa. Vamos trazê-los para o programa e fornecer a formação necessária, para que fiquem melhor preparados para a vida empresarial.

A selecção dos participantes é feita com base em vários critérios. Para o primeiro grupo, buscamos cobrir diversos sectores de actividade e representantes de todas as províncias do país. Para a segunda turma, escolhemos focar exclusivamente em mulheres empreendedoras.

No futuro, novos critérios serão definidos para seleccionar os participantes.

RN: Qual tem sido o maior ganho proporcionado pelo Moza Banco para a economia ao longo de seus 16 anos de existência, e quais são os principais desafios que a instituição enfrenta actualmente em sua contribuição para o desenvolvimento económico?

JF: O maior ganho para a economia, nesses 16 anos, é o papel que o Moza Banco desempenha como entidade financiadora e parceira dos seus clientes. Construímos dia a dia uma relação de entendimento, buscando compreender suas necessidades e oferecendo produtos, instrumentos e serviços que realmente atendam a essas demandas. Nossa maior ambição é nos inspirarmos nas necessidades dos clientes e entregarmos produtos e serviços que atendam a essas necessidades.

No nosso DNA, somos um banco relacional, o que significa que queremos criar uma relação com o cliente, entendê-lo e, a partir disso, desenvolver os produtos e serviços adequados.

Acreditamos que há condições para continuar com este programa se todos os stakeholders estiverem na mesma página. Recentemente, o Banco Mundial previu um crescimento da economia mundial de 2,4% para 2,6% este ano. No entanto, devemos focar em nossa própria economia e trabalhar juntos para promover um desenvolvimento inclusivo e sustentável.

CARLA LOUVEIRA

Reconhece o Sucesso das Estratégias de Aceleração Económica

Durante a CASP 2024, a Vice-Ministra da Economia e Finanças de Moçambique, Carla Louveira em representação do Ministro do mesmo sector, afirmou que as medidas de aceleração económicas implementadas em 2022 para colocar o sector privado como o centro da transformação económica do país, estão a resultar e seus resultados já visíveis.

Segundo a Vice-Ministra nos últimos anos, a economia moçambicana tem enfrentado uma série de desafios, desde a suspensão do apoio externo até os impactos devastadores da pandemia de Covid-19 e desastres naturais frequentes, como ciclones e inundações. Esses factores contribuíram para uma desaceleração significativa do crescimento económico, que caiu de uma média de 7,3% para 2,8% ao ano, porém com as novas medidas, projecções indicam um crescimento económico de 6% para o biénio 2023-2025.

O pacote de medidas de aceleração económica inclui 20 iniciativas baseadas nas contribuições do sector privado. As principais acções incluem reformas fiscais, implementação de uma alíquota reduzida do IVA de 1% e isenções para sectores estratégicos como agricultura e aquacultura. A redução do IPC de 22% para 10% também faz parte das medidas para esses sectores.

Para os recursos minerais,

a contratação de empresas especializadas para quantificação e especificação dos recursos naturais, além do estabelecimento de preços de referência para assegurar a arrecadação de receitas.

Redução da burocracia através da digitalização de serviços, facilitando a entrada de investimentos e aumentando a eficiência dos processos logísticos, também faz parte. No desenvolvimento de infra-estruturas a construção e modernização de corredores logísticos, além de estímulos para a produção local de bens requeridos em escala pelo Estado, estão em curso.

Como apoio ao sector privado, foi estabelecido de um fundo de garantia para apoiar empresas em seu financiamento junto às instituições bancárias. Apesar dos avanços, a Vice-Ministra reconheceu que ainda há desafios a serem superados, como a redução da pobreza multidimensional e o fortalecimento da economia contra choques externos.

A Estratégia Nacional de Desenvolvimento económico, que está em fase de conclusão, visa abordar esses desafios através da transformação económica e social, capitalizando o capital humano do país.

Na última intervenção, a Vice-Ministra da Economia e Comércio de Moçambique abordou diversas estratégias e medidas destinadas a promover o crescimento económico e reduzir a pobreza no país.

Carla Louveira destacou a importância de criar condições favoráveis para o desenvolvimento económico, destacando a meta de crescimento de 6% nos próximos anos. “Entendemos que, no implementar deste propósito, que ainda nos chama o seu tempo, esse grande direito vai ser alcançado”, afirmou.

A intervenção também tocou na questão da redução da pobreza, com ênfase na necessidade de transmitir uma tendência de crescimento económico sustentável.

“

A Vice-Ministra destacou que a Estratégia Nacional de Desenvolvimento Económico está em fase de conclusão e contemplará a transformação económica e social, visando a capitalização do capital humano e a redução da pobreza de consumo.



ANÁLISE ECONÓMICA

GOVERNO MOÇAMBICANO CRIOU MAIS DE 30 MIL EMPREGOS EM 2023 PARA NACIONAIS

O Ministro da Indústria e Comércio de Moçambique, Sílvio Augusto Moreno, anunciou recentemente um marco significativo no crescimento económico do país, destacando um investimento estatal de 5,3 bilhões de dólares que resultou na criação de 30.674 empregos para cidadãos nacionais. Este aumento notável reflecte um progresso substancial em comparação com o ano de 2022, que registrou um investimento de 4,8 bilhões de dólares.

Durante a sua passagem pelo painel sobre investimentos e negócios em ambiente de medidas d aceleração económica, na CASP 2024, Moreno sublinhou a aprovação da Lei de Finanças nº 17 em 2023, sucedendo a legislação anterior de 2022, como um factor crucial para este desenvolvimento.

O ministro revelou que, em 2023, aproximadamente 50 novos projectos foram iniciados, superando os

números do ano anterior e demonstrando o crescente dinamismo económico do país.

“Os números mostram que a economia está em expansão, com um aumento significativo nos investimentos e uma redução na geração de trabalho informal. Isso é um indicativo claro de que o país está a progredir e a continuidade desse crescimento é essencial para atrair mais investimentos”, afirmou Moreno.

Um dos sectores que se destacou em 2023 foi o turismo, embora tenha havido uma ligeira diminuição em relação ao ano anterior, com uma queda de 42,3% para 7% em algumas áreas. Apesar disso, Moreno enfatizou que o comércio moçambicano está a mostrar sinais de robustez e vitalidade, reflectindo uma sociedade que compreende a importância de um sector económico diversificado e resiliente.

O ministro também mencionou as medidas adaptativas implementadas para enfrentar os desafios de um ambiente de negócios globalizado, enfatizando a necessidade de atenção contínua às mudanças e inovações que impactam a economia moçambicana. “Nos próximos meses, continuaremos a focar no comércio ambientalmente sustentável, garantindo que todas as nossas iniciativas sejam alinhadas com práticas ecológicas”, acrescentou Moreno.

O ministro apelou aos cidadãos e ao sector privado para se prepararem e colaborarem com o governo nas iniciativas de divulgação e implementação de novas políticas económicas. “O governo está comprometido em criar plataformas para a comunicação eficaz das novas medidas, garantindo que todos tenham a oportunidade de participar no crescimento económico do país”, concluiu.

Com um investimento de 5,3 bilhões de dólares e a criação de milhares de empregos, Moçambique está a demonstrar um progresso económico impressionante, sinalizando um futuro promissor para a nação e seus cidadãos.

Urge Elevar o Poder de Compra dos Moçambicanos

**PAULO
OLIVEIRA**

Vice-Presidente da Câmara
de Comércio
Moçambique-Portugal

O Vice-Presidente da Câmara de Comércio Moçambique-Portugal, Paulo Oliveira, é da opinião que os moçambicanos precisam de mais poder de compra para que a economia possa mover-se da melhor forma possível e gerar riqueza.

Porém, antes disso, acredita que precisa-se aproveitar as boas relações que Moçambique e Portugal têm para a transferência de conhecimento e produção local, como forma de não focar somente na exportação, mas em aproveitar em primeira mão os recursos.

Na visão do vice a produção local pode mitigar os custos elevados de transporte e logística, além de fomentar o desenvolvimento económico regional. Oliveira destacou que essa estratégia pode criar um ciclo virtuoso de crescimento económico, beneficiando tanto Moçambique quanto Portugal.

Falando sobre a relação entre os dois países, tem uma visão optimista sobre as relações económicas entre os empresá-

rios dos dois países, frisando as oportunidades e os desafios enfrentados.

Contando com alegria sobre o assunto, contou que ao participar de um Fórum Económico em Portugal notou a importância de equilibrar os investimentos bilaterais para promover o desenvolvimento económico mútuo.

Oliveira destacou que as relações entre os empresários moçambicanos e portugueses estão em um bom momento. “As relações estão óptimas. No final do mês passado, estivemos em Portugal para o Fórum Económico organizado pela CTA, onde fomos muito bem acolhidos. Este mês, realizamos uma sessão bilateral entre Portugal e Moçambique, onde discutimos várias experiências de empresários dos dois países,” afirmou Oliveira.

A Câmara de Comércio Moçambique-Portugal tem trabalhado para abrir portas e facilitar o desenvolvimento das empresas em ambos os países. “Queremos que o peso da balança fique igual, tanto nos investimentos

das empresas portuguesas em Moçambique quanto das empresas moçambicanas em Portugal. Nosso papel é criar oportunidades para que as nossas empresas se desenvolvam e aproveitem o melhor de ambos os mercados,” acrescentou.

No entanto, Oliveira reconheceu os desafios significativos que têm impactado as transacções económicas. “Não podemos olhar para os dois países de forma isolada. Enfrentamos problemas climáticos como o ciclone Idai, Kenneth e mais recentemente o Filipe. Além disso, a pandemia da Covid-19 e os conflitos internacionais, como a guerra entre Ucrânia e Rússia, alteraram profundamente o panorama económico global,” explicou.

Esses eventos têm aumentado os custos de produtos e logística, dificultando as transacções económicas. “Os produtos subiram muito de preço, e os custos de transporte dobraram ou triplicaram em relação a cinco ou seis anos atrás. Isso arrefece muito as transacções económicas entre países,” observou Paulo Oliveira.

Novo Quadro Legal para o investimento estrangeiro:

Principais Inovações e Perspectivas

Luís Magaço Jr., CEO da Austral Consultoria e Presidente da ACIS

Apresentou durante a CASP 2024 as principais inovações do novo quadro legal para o investimento estrangeiro em Moçambique. Durante a sua intervenção, ressaltou a necessidade de se actualizar a Lei do Investimento Privado, que estava em vigor há cerca de 30 anos, para se adequar ao contexto actual e responder aos desafios de promoção de investimento e exportações, alinhando-se com as medidas económicas adoptadas pelo governo em 2022.

Magaço destacou o ambiente favorável de negócios em Moçambique, ressaltando a boa governança, estabilidade política e grandes oportunidades de investimento em diversos sectores, especialmente aqueles considerados prioritários pelo governo.

Num outro desenvolvimento, referiu-se sobre os incentivos fiscais atractivos, tanto fiscais quanto aduaneiros, e abordou as perspectivas macroeconómicas, incluindo a taxa de crescimento e inflação.

Em relação ao quadro legal de investimentos, Magaço mencionou a Lei do Investimento Privado, o Código de Benefícios Fiscais, a Lei do Trabalho, a Lei do Petróleo, a Lei de Minas, a Lei da Terra, a Lei das Parcerias Público-Privadas e a Lei do Ambiente.

**“
Ele ressaltou que
essas legislações
são para a realização
de investimentos em
Moçambique.**

Uma das principais inovações da nova Lei do Investimento Privado foi a adopção de dois regimes: o de mero registo e o de autorização, visando simplificar os procedimentos e agilizar os investimentos no país. Magaço também destacou a importância da responsabilidade social dos investidores, especialmente em relação ao reassentamento de populações afectadas por projectos de grande porte.

Outras inovações incluíram a classificação das operações de investimento quanto à origem e tipo, bem como a consagração de novos mecanismos de resolução de litígios entre o Estado e o investidor. Ele sublinhou as garantias ao investimento, como a protecção jurídica da propriedade e a transferência de fundos para o exterior.

Magaço detalhou os incentivos fiscais previstos na legislação, tanto para investimentos em zonas económicas especiais quanto no regime geral, e mencionou os benefícios adicionais decorrentes do pacote de medidas de aceleração económica. Ele também destacou a importância da legislação para melhorar o ambiente de negócios em Moçambique e convidou os empresários a participarem da FACIM, uma oportunidade para promover parcerias e negócios no país.

Novo Código Comercial

Flexibilidade e Transparência para Impulsionar Investimentos

José Caldeira, renomado advogado moçambicano e sócio fundador da Sal & Caldeira Advogados, Lda, comentou sobre as principais mudanças e objectivos do novo Código Comercial de Moçambique. O objectivo principal foi conferir mais flexibilidade às empresas, facilitando suas associações estratégicas e tornando o quadro jurídico mais atraente para investidores. A harmonização dos sistemas jurídico anglo-saxónico e romano, aproveitando o melhor de ambos, foi um aspecto importante da reforma.

Além disso, o código actual visa combater o branqueamento de capitais e o financiamento ao terrorismo, eliminando as acções ao portador e exigindo que todas as acções sejam nominativas. Também foram regulamentados aspectos antes negligenciados, como a figura do administrador de facto e as responsabilidades dos administradores.

O novo código aborda as relações de grupo entre sociedades, essenciais para empresas multinacionais envolvidas em

grandes projectos, e introduz a obrigatoriedade da identificação do beneficiário efectivo, aumentando a transparência.

O código também introduziu novos tipos de sociedades comerciais, mantendo algumas estruturas tradicionais, mas acrescentando opções mais adequadas para pequenas e médias empresas, como as sociedades por acções simplificadas. Outras inovações incluem a consagração do secretário da sociedade, a administração e fiscalização aprimoradas, e a introdução do fiscal único.

Caldeira destacou a necessidade de legislação complementar para ajustar custos de publicação e sistemas de contabilidade à nova realidade do código. Também mencionou que muitas instituições públicas ainda não estão plenamente capacitadas para implementar as mudanças significativas do novo código. Por fim, observou que a implementação de assinaturas eletrónicas ainda precisa ser bem consagrada na legislação moçambicana.



Implementação

de Conteúdo Local e Preço de Referência para Minerais

Durante a Conferência Anual do Sector Privado – 2024, na sua intervenção, o Ministro da Indústria e Comércio, Silvino Moreno, destacou o esforço para aprovar o conteúdo local, uma medida essencial para garantir a participação de empresas nacionais em grandes projectos.

Essa medida é crucial não apenas para o sector de obras públicas, mas também está reflectida na nova lei das Pequenas e Médias Empresas (PMEs), que inclui disposições específicas sobre a preferência por empresas locais. O desafio para o governo é a implementação eficaz do sistema de controle dessa participação.

Para assegurar que as empresas cumpram as exigências de conteúdo local, a Inspeção Geral de Finanças vai verificar anualmente se as grandes empresas estão contratando parte de seus serviços e bens localmente, conforme estipulado pela lei. Este controle será detalhado no regulamento que está em desenvolvimento. As mudanças na lei têm implicações significativas para os empreiteiros, que precisam se adaptar a essa nova forma de controle.

Silvino, também mencionou a implementação do preço de referência para minerais, uma medida que visa aumentar as receitas do sector. A expectativa é que, com essa referência, cerca de 60% das receitas dependam de preços justos e regulamentados. Na prática, isso já está sendo aplicado em áreas como o grafite, onde empresas que exportavam produtos de mesma qualidade agora se beneficiam de preços regulados na ordem de 600 a 700 dólares.

Esta abordagem reflete um compromisso do governo com a melhoria das receitas nacionais e o fortalecimento das PMEs, assegurando que uma parte significativa dos serviços e bens contratados em grandes projectos venha de fornecedores locais. Nos próximos dias, haverá oportunidades adicionais para discutir e esclarecer detalhes dessa implementação.



Desenvolvimento da infraestrutura de transporte em Moçambique:

Desafios Persistentes e Avanços Recentes

Ambrósio Sítio - Secretário Permanente do Ministério dos Transportes e Comunicações

O Ministério dos Transportes e Comunicações de Moçambique, em colaboração com o Ministério da Indústria e Comércio, está implementar uma série de estratégias para fortalecer a infraestrutura logística do país. Com uma abordagem dinâmica e orientada pela competitividade, estas acções visam não apenas atender às demandas internas, mas também posicionar Moçambique como um centro logístico regional.

Em 2009, foi aprovada uma estratégia de desenvolvimento de transportes, que foi aprimorada nos anos subsequentes para acompanhar o dinamismo da logística global e as novas características das commodities emergentes. Esta estratégia é sustentada por dois pilares fundamentais: a construção de infraestrutura nacional e regional, e a garantia de que estas infraestruturas sejam competitivas e eficientes.

Entre as prioridades estabelecidas para 2022, destacam-se a mobilidade, a segurança, a acessibilidade, a conectividade e as reformas das entidades públicas. A acessibilidade é particularmente relevante para o desenvolvimento de infraestruturas e a competitividade dos corredores logísticos, como os de Ma-

puto, Nacala e Beira. No sul do país, o porto de Maputo teve sua concessão estendida para incentivar um investimento de aproximadamente 2 bilhões de dólares nos próximos 25 anos. A linha ferroviária de Ressano Garcia está sendo duplicada em capacidade, com a construção de uma segunda linha entre Moamba e Secogena, e planos para estender até Ressano Garcia.

A linha de Limpopo, com capacidade superior à demanda atual, está sendo conectada ao Zimbábue para maximizar seu potencial. O porto da Beira, reconhecido pelo Banco Mundial como competitivo, continua a expandir suas operações. A linha férrea de Machipanda foi reabilitada e modernizada, concluída com um investimento de cerca de 200 milhões de dólares.

A linha férrea de Sena, com capacidade de 20 milhões de toneladas por ano, atende principalmente ao transporte de carvão de Tete para Beira. Já a linha férrea de Nacala foi modernizada para suportar uma demanda de 22 milhões de toneladas anuais, das quais 18 milhões são de carvão e 4 milhões de outras cargas.

Além das melhorias na infraestrutura ferroviária e portuária, o Ministério está focado na eficiência e competitividade da indústria. Dentro do pacote de medidas de aceleração económica, medidas foram implementadas para simplificar procedimentos nos postos transfronteiriços, promover o transshipment, reduzir taxas no sector aéreo e desenvolver actividades complementares.

Nos postos fronteiriços, a eliminação de processos manuais de emissão de documentos e a digitalização têm acelerado o despacho de caminhões. Um acordo para a ligação direta de comboios com a África do Sul e Eswatini, e o funcionamento 24 horas nas fronteiras de Ressano Garcia e Machipanda, contribuíram para a redução do tempo de espera de caminhões, de cerca de três horas para menos de uma hora, permitindo um aumento significativo no número de operadores.

Com a fluidez e competitividade garantidas, o número de caminhões aumentou de 800 para mais de 1.500 por dia. Esta demanda crescente exigiu a construção de um parque em Pessene, uma extensão do porto de Maputo, para melhor gerenciamento logístico.

Além disso, houve uma redução nos custos logísticos de cada caminhão em cerca de 750 meticais. A frequência de comboios de carga ferroviária com a África do Sul aumentou de 15 para 21 semanais, e com Eswatini de 2 para 7, consolidando a preferência pelo transporte

ferroviário em detrimento do rodoviário.

No que diz respeito ao transshipment, foi aprovado um decreto que permite a entrada obrigatória no primeiro porto e a não obrigatoriedade da prestação de garantia no porto de entrada para transferências marítimas de carga internacional. Esta medida flexibiliza o processo para navios que escalavam em Durban, permitindo agora que utilizem o porto de Maputo e redistribuam suas cargas pela região sul de Moçambique.

No sector aéreo, esforços estão sendo feitos para harmonizar as taxas de aterragem e estacionamento de aeronaves. A isenção de algumas taxas dentro dos aeroportos está sendo promovida para incentivar o transporte de carga agrícola fresca em regiões como Chimoio, Lichinga e Pemba.

Projectos complementares incluem a melhoria de procedimentos com a criação da linha verde para o ferrocromo no quilómetro 4, facilitando a saída expedita de caminhões. No corredor de Nacala, em parceria com o Banco Mundial, está em

desenvolvimento um projecto para a construção de 352 quilómetros de estradas alimentadoras, integrando o porto, estradas e ferrovias, além de fronteiras competitivas. As cinco fronteiras principais – Milage, Zobue, Calo, Cassacatiza e Ponta de Ouro – estão sendo desenvolvidas como paradas únicas, onde os operadores param apenas uma vez para processos de saída e entrada.

As fronteiras de Ressano Garcia e Machipanda, por exemplo, estão sendo transformadas em fronteiras de parada única em colaboração com o sector público e privado, simplificando significativamente o fluxo de mercadorias.

Em termos de considerações finais, é crucial a criação de instituições de gestão de corredores para promover, desenvolver e integrar os corredores logísticos de forma estratégica. A gestão coordenada das fronteiras é essencial para garantir eficácia e competitividade, prevenindo decisões isoladas que poderiam comprometer a eficiência global do sistema.

Essas iniciativas demonstram o compromisso do Ministério dos Transportes e Comunicações em transformar Moçambique em um hub logístico regional, aproveitando sua posição estratégica para fomentar o desenvolvimento económico sustentável.



LOGÍSTICA E TRANSPORTES

Integração Continental e Competitividade Logística:

O Papel Crucial do Capital Humano em Moçambique

Fonte: Alcides Cintura, Presidente do Conselho Empresarial de Manica

Um dos principais problemas que afecta o escoamento de recursos por via terrestre, com a devida flexibilidade e segurança, é a sua eficiência em algumas actividades nos corredores logísticos nacionais. Por exemplo, o congestionamento, como nos casos de Maputo, Matola e Machipanda, ou ainda a tendência de desvio de carga, como a carga da Beira e de Nacala para Dar-es-Salaam e para Walvisbay na Tanzânia e na Namíbia, respectivamente.

No âmbito da globalização, integração económica regional, continental e internacional, a inter-conectividade entre os países depende, também, da construção e manutenção de uma rede integrada de infra-estruturas ro-

doviárias, ferrovias e portuárias.

Para se aumentar a competitividade, de modo que os corredores logísticos nacionais possam ser mais atractivos na região e no continente, Alcides Cintura, Presidente do Conselho Empresarial de Manica, destacou que, em primeiro lugar, antes de infra-estruturas, antes de grandes investimentos, é necessário focar muito no capital humano.

Este é um grande problema, segundo apontou Cintura. Muitas das vezes fala-se de investimento, mas não se presta atenção a quem é que vai fazer com que a burocracia não exista; a quem é que vai fazer com que os processos sejam muito mais facilitados, incluindo, também, com língua inglesa.

Afinal, Moçambique está a avançar para a integração continental e este é um aspecto crítico e fundamental para que o País continue a dar um salto e consiga fazer com que haja mais atracção de investimento ao nível do País, sob ponto de vista do corredor logístico, explicou Cintura.

“Chimoio ainda não tem um aeródromo com capacidade de receber cargueiros.

Cintura avaliou, concretamente, o Corredor de Machipanda, e explicou que há, nesta linha, vários municípios por onde atravessa o corredor: Município de Dondo, Município de Gondola, Município de Chimoio, Município de Manica, por onde os camiões têm que passar. É justamente nesses pontos onde as pessoas vivem, portan-

to, uma das coisas que pode acontecer no futuro é que o Governo desenhe uma estratégia clara, para que haja, por exemplo, um desvio da rota, por forma que os camiões não transitem por meio das vilas. Isto representa um grande risco, principalmente se estivermos a transportar combustíveis e outros materiais perigosos.

Em caso de um acidente, podemos ter uma fatalidade, alertou o Presidente do Conselho Empresarial de Manica.

Abordando sobre a integração continental, Alcides Cintura sugeriu que Moçambique e os outros países da zona intercontinental harmonizassem os regulamentos. Da última viagem que realizou com a S. Excia. Ministro da Indústria e Comércio, visitaram a fronteira de Machipanda com a fronteira de Zimbabwe, e constatarem longas filas de camiões em congestionamento, a uma distância de até 8 km até à fronteira.

A melhor solução, para Alcides Cintura, seria que toda a carga fosse colocada na linha férrea. Por fim, salientou que se deve impulsionar o nosso aeródromo. Chimoio ainda não tem um aeródromo com capacidade de receber cargueiros, o que iria facilitar muito o escoamento da produção local para fora do País. “Impulsionar o escoamento por um cargueiro pode resolver muito a questão da exportação de mercadoria, sobretudo da nossa produção interna e, também, daquilo que sai do interland para fora do País” concluiu Cintura.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA AS INFRA-ESTRUTURAS DE TRANSPORTE EM MOÇAMBIQUE:

A PERSPECTIVA DE BLEMING NEKATI DO BAD

Fonte: Bleming Nekati,

Chefe de Operações do Sector Privado do Banco Africano de Desenvolvimento - BAD na África Austral

Bleming Nekati é Chefe de Operações do Sector Privado do Banco Africano de Desenvolvimento - BAD na África Austral. Tem mais de 24 anos de experiência na banca de investimentos, financiamento de projectos e operações de comércio, transferência de tecnologia e inovação, financiamento à cadeia de valor agrícola e assessoria financeira.

No BAD, liderou, com sucesso, a avaliação, estruturação e aprovação de mais de 30 transações num valor de mais de 3 biliões de dólares norte-americanos.

Na sua intervenção no painel orientado sob o tema “Opções para Impulsionar a Competitividade e Investimento nos Corredores Logísticos Nacionais”, realizado nos meados de Maio do ano em curso, em Maputo, Nekati abordou sobre as acções que tem desenvolvido no financiamento ao Governo moçambicano para o aprimoramento das infra-estruturas de transporte. Nekati destacou que a BAD já investiu um total de 1.2 biliões de dólares norte-amer-

icanos naquele sector, na região de Nampula e Zambézia.

Segundo Nekati, este investimento visa melhorar as vias de acesso rural e as estradas nacionais N1 e N10. Quanto ao investimento nas vias de acesso rurais, Nekati explicou que o grosso da população moçambicana vive em zonas rurais, ao mesmo tempo em que constituem potenciais compradores. Logo, o investimento nessas vias de acesso vai trazer os moradores rurais para a cadeia de compra de bens e serviços, o que vai incrementar a economia local e regional.

Está em curso um Projecto no corredor de Nacala, para melhorar a conectividade entre Moçambique e Malawi e incrementar o comércio regional.

Já em relação à melhoria das estradas N1 e N10, o representante do BAD aproveitou para informar que está em curso um Programa de Reabilitação da N1, numa extensão de 500 Km, por ser uma

estrada-chave que conecta o sul e o norte de Moçambique e permite o escoamento de bens, pessoas e serviços. Posteriormente, a reabilitação irá estender 1000 Km, e por assim em diante.

De seguida, Nekati partilhou a existência de um projecto recém-aprovado, a ser implementado na zona norte de Moçambique, nas Províncias de Cabo Delgado, Niassa, Nampula, com o objectivo de melhorar a conectividade de resiliência climática. Por fim, mencionou que está em curso um Projecto no corredor de Nacala, cujo objectivo é melhorar, igualmente, a conectividade entre Moçambique e Malawi e incrementar o comércio regional.

Bleming Nekati destacou a importância de se criar condições de melhoria das vias de acesso conectando Cabo Delgado, Nampula e Niassa, pois nestas regiões existe muita produtividade no ramo da agricultura e da pesca. Assim, a melhoria das vias de acesso permitirá uma flexível troca comercial entre compradores e produtores ou comercializadores destas e nestas três regiões nortenhas.

“Apenas 27 % das estradas estão pavimentadas”

O Chefe de Operações do Sector Privado do BAD na África Austral, Bleming Nekati, concluiu sua intervenção salientando que as estradas são uma

ferramenta-chave para estabelecer conectividade comercial, e as condições dessa ferramenta, em Moçambique, são fracas. Apenas 27% – ou perto disso – do total das estradas é que estão pavimentadas. É neste sentido que a sua instituição e os parceiros têm cooperado com o Governo moçambicano, no planeamento, desenvolvimento, preservação e manutenção das estradas. Por fim, tomando em consideração que Moçambique tem sido vítima dos desastres naturais, Nekati salientou a importância de se estabelecer estradas nacionais alternativas, por forma a se evitar atrasos de escoamento na cadeia de suprimentos.



Opções para impulsionar a competitividade e investimento nos Corredores Logísticos

Salimo Abdula - PCA da Intelec Holdings, S.A.

Falando sobre as opções para impulsionar a competitividade e investimento nos corredores logísticos, Salimo Abdula referiu a necessidade de Moçambique se tornar mais competitivo e reduzir os custos de viabilização desses corredores. Ele iniciou agradecendo o convite para participar na conferência anual do setor privado e saudando todas as autoridades presentes. Destacou a importância do tema, considerado fundamental para a aceleração dos negócios no setor empresarial nacional.

Abdula ressaltou a localização geográfica estratégica de Moçambique para a promoção do comércio nacional e internacional, apoiada por uma infraestrutura integrada de transporte e logística, incluindo portos, estradas, ferrovias e oleodutos. No entanto, ele apontou os desafios enfrentados pelo empresariado, como a deficiente rede de infraestrutura e a excessiva burocracia, agravada pela corrupção nos serviços públicos.

Para viabilizar os corredores logísticos, é necessário combater esses problemas, e embora o governo tenha feito avanços, melhorias adicionais são essenciais na infraestrutura, redução da burocracia e

desenvolvimento do capital humano. Abdula sublinhou os altos custos de transporte e a falta de flexibilidade no manejo de cargas como obstáculos significativos, destacando a importância de inovações nos mecanismos de entrada e saída de carga e a realização constante de benchmarking para melhorar as práticas de negócios e reduzir custos.

Ele destacou a extensa costa marítima de Moçambique como uma “estrada natural” que ainda não está sendo plenamente aproveitada para o comércio, tanto doméstico quanto internacional. Abdula apelou ao governo para investir em infraestrutura moderna e de qualidade para impulsionar os negócios e fortalecer a economia nacional.

A conferência oferece uma plataforma para compartilhar experiências empresariais, explorar sinergias e buscar soluções conjuntas para minimizar os entraves ao desenvolvimento do país. Abdula convidou os empresários a contribuírem activamente com ideias para melhorar o ambiente de negócios e apelou ao governo para priorizar investimentos em projectos ligados ao desenvolvimento económico e social.

Ele concluiu expressando optimismo de que, durante os debates, poderiam contribuir ainda mais para a evolução dos projectos cruciais para o desenvolvimento de Moçambique, mencionando a importância de infraestruturas como as fronteiras únicas de Ressano Garcia e Machipanda para o desenvolvimento social e económico.

A Digitalização é Essencial para o Crescimento das Empresas Moçambicanas

Noor Momade, Presidente do Conselho de Administração da Cotur, uma das maiores agências de viagens que ligam Moçambique e Portugal, recentemente discutiu com a revista Ndzila sobre como o país pode aprender com Portugal no que diz respeito à digitalização dos serviços de turismo.

Durante a entrevista destacou as vantagens de adoptar tecnologias digitais e as estratégias de marketing digital para empresas moçambicanas que buscam aproveitar a crescente onda tecnológica global.

Segundo Momade, a presença física da Cotur em Portugal e a capacidade de penetrar naquele mercado são frutos do investimento robusto da empresa em marketing digital e informatização. Destacou também que o marketing digital não é apenas uma tendência na Europa, mas uma necessidade global, incluindo em Moçambique.

“Na era em que vivemos, investir no marketing digital é essencial. O futuro é o marketing digital e as redes sociais,” afirmou Momade. “Somos grandes porque o nosso departamento de Marketing trabalha muito” - Noor Momade

A digitalização dos serviços de turismo permite que as empresas promovam seus produtos e serviços de maneira mais eficiente e alcancem um público mais amplo e diversificado. Noor Momade enfatizou que a Cotur tem um departamento de marketing muito dinâmico e forte, focado em aproveitar as tecnologias digitais e as redes sociais para disseminar informações em tempo real sobre a empresa, suas capacidades e ofertas. “Através das redes sociais, conseguimos comunicar de forma rápida e eficaz com os nossos clientes, promovendo quem somos,

de onde viemos e o que podemos fazer de melhor,” explicou Momade.

O PCA destacou que antes, a empresa dependia de spots na televisão, mas hoje, as redes sociais oferecem uma plataforma mais rápida e acessível para atingir o público-alvo, algo que deve ser aproveitado pelas empresas.

Na visão de Noor as empresas moçambicanas podem aprender e tirar proveito da digitalização observando exemplos bem-sucedidos, como o de Portugal. A digitalização oferece várias vantagens, incluindo a redução de custos operacionais, maior eficiência, melhor atendimento ao cliente e a capacidade de alcançar novos mercados internacionais. Momade destacou que a digitalização permite que as empresas moçambicanas se posicionem competitivamente no mercado global, promovendo seus serviços de forma mais abrangente e eficaz.

Além disso, as redes sociais têm-se tornado uma ferramenta poderosa para as empresas. Plataformas como WhatsApp, LinkedIn e Instagram permitem uma comunicação directa e personalizada com os clientes, facilitando a promoção de serviços e ofertas. “Hoje, a rede social é uma ferramenta indispensável. Mesmo nas áreas mais remotas, as pessoas têm acesso a smartphones e internet, o que amplia significativamente o alcance das campanhas de marketing,” destacou o PCA da Cotur.



A recente isenção de vistos para 29 países, uma medida do pacote de aceleração económica, também foi tema de discussão. Noor Momade ressaltou o impacto positivo dessa medida no sector de turismo. Ele explicou que a isenção de vistos facilitou a entrada de turistas em Moçambique, removendo um dos maiores obstáculos que muitos enfrentavam, o que agradou aos negócios entre estes dois países.

“Antes, o visto era um grande entrave. Muitos turistas desistiam de vir para Moçambique devido à complexidade e ao custo de obter um visto. Com a isenção de vistos, o cenário mudou completamente. Agora, os turistas têm mais facilidade e segurança para planejar suas viagens para Moçambique,” afirmou Momade.

Embora a isenção de vistos tenha sido um avanço significativo, Noor Momade destacou que ainda há desafios a serem enfrentados, durante a conversa, mencionou a necessidade de melhorar a infra-estrutura de transporte, especialmente os voos domésticos.

“Precisamos de mais voos domésticos, com melhores preços, mais frequências e rotas. Isso é crucial para fomentar o turismo doméstico,” disse, comparando o preço dos voos dentro de moçambique que chegam a custar 45 mil meticaís, enquanto para Portugal, custa cerca de 25 mil, o que mostra que é mais barato viajar internacionalmente do que dentro do país, o que desincentiva o turismo doméstico

Momade também sugeriu que a introdução de mais companhias aéreas no mercado doméstico poderia reduzir os custos das passagens e tornar o turismo interno mais acessível.

Impacto da isenção de vistos na relação Portugal-Moçambique



XIX CASP 2024:

Promove parcerias e negócios avaliados em cerca de \$1,2 mil milhões

Empresários nacionais e estrangeiros reuniram-se desde quarta-feira, em Maputo, na 19ª Conferência Anual do Sector Privado (CASP), onde são discutidos projectos num valor superior a 1,1 mil milhões de euros.

De acordo com a Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA), que organiza a conferência em conjunto com o Governo moçambicano, o objectivo é reflectir “sobre os progressos e desafios do Pacote de Medidas de Aceleração Económica (PAE)” e “debater” as condições do ambiente de negócios para “tornar o país mais competitivo”, contando com a presença de 80 empresários estrangeiros.

Sob o lema “Investimento e Negócios no Ambiente das Medidas de Aceleração Económica: Desafios e Oportunidades”, a XIX CASP acolhe mais de 4.000 participantes presenciais e 20.000 virtuais ao longo de três dias, entre empresários e investidores nacionais e estrangeiros, instituições financeiras, parceiros de cooperação, instituições multilaterais e membros do Governo.

“Estão confirmados mais de 40 oradores nacionais e estrangeiros e delegações de

mais de 12 países, como Maurícias, África do Sul, Angola, Brasil, Portugal, Holanda, França, Itália, Zimbabué, entre outros”, refere a mesma informação, acrescentando que nas salas de negócios “serão discutidos projectos de vários sectores”, avaliados em cerca de 1,2 mil milhões de dólares (1,112 milhões de euros).

Ainda neste contexto, estão envolvidas mais de dez instituições financeiras e de desenvolvimento nacionais e internacionais, nomeadamente o Banco Africano de Desenvolvimento (BAD), que vai promover a linha de financiamento do Programa Compacto Lusófono, o Trade Development Bank (TDB), o African Export-Import Bank (Afreximbank), a YW Capital, o Development Bank of Southern Africa (DBSA), o Fundo Empresarial da Cooperação Portuguesa (FECOP) e a International Islamic Trade Finance Corporation (ITFC).

Outrossim, instituições financeiras, vão apresentando vários programas e facil-

idades de financiamento, desde 250 mil dólares a 10 milhões de dólares.

Um aspecto muito interessante é que, durante a conferência acontece um “Market Place”, um fórum para “facilitar encontros entre produtores e potenciais compradores” para promover “negociações directas com as indústrias consumidoras de matérias-primas”.

Durante a CASP decorrem sessões bilaterais “dedicadas ao diálogo e à promoção de parcerias e negócios com países estratégicos de Moçambique”, para a captação de investimento, nomeadamente com o Brasil, Portugal, França (com uma delegação de 14 empresas do sector energético) e União Europeia.

Uma das novidades desta edição do CASP é a feira dedicada ao mercado imobiliário com vista a estimular este sector (...) sobre a incorporação de materiais locais no sector da construção.

XIX CASP:

Seis empresas nacionais foram reconhecidas por sua e xcelência na qualidade de produtos e serviços

Durante a recente XIX Conferência Anual do Sector Privado, seis empresas nacionais foram reconhecidas por sua excelência na qualidade de produtos e serviços, destacando-se como líderes em seus respectivos campos de actuação.

O prémio Empresa do Ano foi concedido à Brithol Michcoma Moçambique, uma renomada empresa nacional que se destaca na prestação de serviços de tecnologia de impressão, packaging, desenvolvimento de soluções de segurança electrónica e comunicações, com mais de 31 anos de experiência no mercado.

Na mesma categoria, a CBE também foi reconhecida pelos seus anos de dedicação ao desenvolvimento de actividades de recrutamento e selecção de mão-de-obra qualificada, atendendo às diversas necessidades empresariais, desde pequenas empresas até megaprojectos.

Para a categoria Serviço do Ano, o prémio foi concedido à Test Top, uma grande firma privada moçambicana especializada na concepção, forneci-

mento, instalação e manutenção de sistemas eléctricos. Enquanto isso, a TECNEL, uma média empresa com mais de 24 anos de experiência, foi igualmente reconhecida nesta categoria, destacando-se por seu trabalho no ramo de Energia.

No segmento Produto do Ano, o CED-SIF, única entidade pública premiada, foi reconhecido por seus serviços de modernização de processos e sistemas de informação, bem como de gestão de finanças públicas, entre outras actividades. A empresa BAHARAM também foi premiada nesta categoria, em reconhecimento à qualidade de seus produtos.

A CTA teve seu destaque na premiação pela Certificação e Qualidade dos Serviços Prestados e Produtos Exportados, evidenciando seu compromisso com os padrões de excelência.



Priorizamos uma consultoria de gestão de capital humano focada na humanização dos processos

Fonte: Vicente Siteo – Director executivo da SDO Moçambique

Vicente Siteo é um nome que ganha cada vez mais destaque no mercado de consultoria de negócio e capital humano. Com um percurso invejável, assume actualmente a função de Director Executivo da SDO Moçambique. Em uma entrevista ao profile, Siteo compartilha ao detalhe, a visão da SDO e os desafios do sector em Moçambique.

1. A SDO é uma empresa moçambicana com 15 anos de actuação no ramo da consultoria de gestão de negócios e de capital humano. Considerando esse percurso significativo, como descreve a vossa missão e visão?

Nossa visão é clara: trazer uma consultoria de gestão do capital humano focada na humanização dos processos. A Humanização é nossa palavra-chave. Queremos e pretendemos mostrar às empresas que é viável fazer uma gestão de negócios e do capital humano com processos humanizados, desde o recrutamento até o rompimento com a empresa. Nosso objectivo é humanizar cada etapa, incluindo a recepção e indução dos colaboradores e o próprio processo de desligamento. Em resumo, nossa visão é a humanização dos processos de gestão do capital humano.

2. Ao longo dos anos, temos testemunhado o surgimento de diversas empresas de consultoria no país. Como destacaria o vosso diferencial em relação à concorrência?

Todos os dias surgem novas empresas, sejam individuais ou em grupos, algumas grandes e estruturadas, que de alguma forma se tornam nossos concorrentes. A diferença que nos destaca, mais uma vez, é nossa a nos-

sa abordagem metodológica. Não subestimamos nenhum trabalho. Cada cliente é tratado com singularidade. Honramos os compromissos que assumimos e somos conscientes. Cumprimos prazos e sempre entregamos qualidade superior à esperada pelo cliente. Acredito que a personalização do serviço, a qualidade e, acima de tudo, o facto de recorrermos a consultores que são, em sua maioria nacionais, pessoas que conhecem a cultura e as necessidades das empresas e colaboradores, nos diferencia. Portanto, considero que ter consultores internos é uma grande vantagem.

3. Observando a ampla gama de serviços e produtos oferecidos pela SDO, é notável o foco em formações corporativas. Quais têm sido os impactos dessas formações nos resultados das empresas?

Nós não adoptamos uma abordagem padronizada em relação à formação. Cada programa de formação é antecedido por um diagnóstico, no qual visitamos o cliente para entender suas problemáticas actuais, dificuldades, desafios e barreiras em um determinado tema. A partir disso, elaboramos uma solução sob medida para atender exactamente a esses problemas. É por isso que o resultado e o impacto de nossas formações é inquestionável.

Temos testemunhado clientes, por exemplo, em programas de vendas, onde não apenas oferecemos treinamento em sala de aula, mas também sessões de mentoria, coaching, acompanhamento e monitoramento. Como resultado das formações, esses clientes aumentam significativamente seu volume de vendas.

No caso de formações em técnicas de comunicação ou trabalho em equipe, muitas vezes nos deparamos com clientes cujas relações interpessoais e comunicação são problemáticas, com muitos ruídos no processo. Após nossa intervenção, embora não seja uma intervenção única, mas sim um programa contínuo, notamos que as equipes se tornam mais coesas, as pessoas se conhecem melhor e há uma interação não apenas profissional, mas também pessoal. Portanto, o impacto da formação é visível.

4. Em relação à demanda, quais tipos de formações têm sido mais solicitadas?

Os temas mais procurados em termos de formação, em primeiro lugar, são os relacionados à liderança, especificamente para formar líderes intermediários, não os líderes de alto escalão, mas aqueles que estão na linha de frente e gerenciam equipes diretamente, especialmente equipes operacionais.

Muitas vezes, essas pessoas são promovidas para esses cargos de

supervisão, coordenação ou chefia de área devido ao seu desempenho técnico, operacional ou de vendas, mas quando chegam a esse nível, enfrentam desafios diferentes, principalmente relacionados à gestão e às expectativas. Portanto, a maior parte da demanda por formação em nossa empresa está relacionada à gestão de equipes.

Outro tema de destaque é a formação em vendas, mas esta, é direcionada a um número maior de pessoas, pois muitas organizações reconhecem que não apenas os profissionais de vendas na linha de frente precisam dessas habilidades, mas todos os membros da equipe devem ter alguma capacidade de venda. O terceiro tema é o da comunicação, como mencionei anteriormente.

5. No segundo tópico da nossa entrevista, gostaria de discutir o processo de recrutamento e seleção. Considerando isso, quais competências e habilidades têm sido mais valorizadas pelos departamentos de recursos humanos ao avaliar candidatos para vagas de emprego?

Obrigado por esta pergunta. Gosto muito de abordar essas questões, embora seja um assunto delicado, pois é uma das nossas áreas de destaque. É importante ressaltar que cada vaga tem suas próprias necessidades e requisitos específicos. No entanto, existem competências transversais, ou seja, habilidades que são comuns a

várias vagas ou à maioria delas. A primeira dessas competências é a habilidade digital, que envolve lidar com tecnologias da informação no ambiente de trabalho. Infelizmente, muitos jovens não possuem essa competência. Embora possam estar familiarizados com redes sociais como WhatsApp, Facebook, TikTok e Instagram, muitas vezes têm baixa habilidade no uso de aplicativos de trabalho, como o Primavera, SAP, MS Project, Excel e PowerPoint.

Essa deficiência é mais evidente entre as mulheres, o que nos leva a levantar a bandeira da empregabilidade feminina. Outra competência crucial é a capacidade de aprendizado. Muitos jovens saem da universidade com a sensação de que já sabem tudo, mas, na prática, percebem que precisam continuar aprendendo e se adaptando.

O terceiro aspecto é o trabalho em equipe. É essencial saber colaborar, ouvir, expressar opiniões de forma respeitosa e entender que o sucesso não vem do trabalho individual, mas sim do esforço coletivo. Infelizmente, muitos jovens apresentam dificuldades nessa área, seja por falta de experiência em grupos de estudo ou por não saber se comunicar e colaborar efetivamente em equipe.

6. Como a SDO lida com o feedback para candidatos reprovados? Considerando que muitos enfrentam desafios semelhantes, como a empresa aborda essa questão?





Todos os candidatos recebem feedback desde o início da candidatura até o final do processo. Informamos quando uma vaga é encerrada e que não avançaremos com sua candidatura. No entanto, devido ao grande volume de candidatos - cerca de 1200 para cada vaga - não conseguimos fornecer feedback individual detalhado, pois seria muito demorado.

No entanto, com vista a fornecer informações detalhadas, as lacunas nos processos de recrutamento e responder aos problemas comuns, realizamos eventos gratuitos chamados SDO Talks, onde os candidatos podem obter orientação sobre temas relacionados ao emprego e recrutamento. Também incentivamos os jovens a procurarem um mentor, pois um mentor pode analisar seu CV e candidaturas e oferecer orientação personalizada sobre como melhorar suas chances.

7. Quais são os principais desafios enfrentados pelas empresas de consultoria em gestão de negócios e capital humano? Pode mencionar algumas situações específicas.

Um dos principais desafios que enfrentamos é a questão da empregabilidade feminina. Muitas vezes, recebemos pedidos de clientes para encontrar mulheres para determinadas áreas, no entanto, essas mulheres acabam por reprovar nos exames de selecção, o que é preocupante e merece atenção.

O segundo desafio que podemos destacar é a falta de investimento em formação, especialmente por parte de pequenas e médias empresas, que veem a formação como uma despe-

sa desnecessária. Muitas delas ainda não compreendem o valor de ter colaboradores bem treinados, tanto em termos de motivação quanto de competência.

Além disso, enfrentamos desafios relacionados ao processo de procurement, onde muitas vezes o critério de selecção é baseado apenas no preço mais baixo, o que não é adequado para serviços de consultoria de capital humano. É necessário avaliar não apenas o custo, mas também a qualidade técnica, a equipe de implementação e a metodologia proposta.

Outro desafio nesse contexto é a falta de conhecimento por parte dos profissionais de procurement sobre as empresas de consultoria de capital humano disponíveis no mercado. Por vezes, ficamos de fora de concursos públicos, o que levanta dúvidas sobre o reconhecimento da nossa experiência. Esses são alguns dos desafios que enfrentamos no dia-a-dia.

8. Quais são as expectativas da SDO para o ano de 2024 em termos de crescimento e influência no sector de consultoria?

Como parte das comemorações dos nossos 15 anos neste mês de Junho, reafirmamos nosso compromisso de continuar a servir nossos clientes com excelência.

Para 2024, esperamos fortalecer ainda mais nossa posição como no sector de consultoria, expandindo nossa oferta de serviços para outras regiões do país. Por outro lado, queremos fortalecer o nosso investimento na inovação e na qualidade, buscando não apenas crescer, mas também influenciar positivamente o cenário da consultoria.

“Programa Energia para Todos”

alcança a meta de 530.000 novas ligações

Marcelina Mataveia, Directora Nacional de Energia

Moçambique marcou um momento histórico durante a 10ª edição da Conferência Exposição de Energia e Mineração de Moçambique (MMEC) 2024, realizada no Centro Internacional de Conferências Joaquim Chissano, em Maputo. Durante o evento, foi anunciada a aprovação da Estratégia de Transição Energética, aprovada pelo Conselho de Ministros em novembro de 2023 e lançada na COP28 em Dubai.

De acordo com Marcelina Mataveia, Directora Nacional de Energia, a Estratégia de Transição Energética visa a promover o desenvolvimento nacional, fortalecer a posição de Moçambique como polo energético regional e contribuir para a transição energética global.

Com três objectivos principais, a estratégia delineia os pilares para a criação de um sistema energético moderno, baseado em fontes renováveis, o desenvolvimento da energia verde, a garantia do acesso universal a energias modernas e a adopção de energias limpas no sector de transporte.

“Com a implementação do, conseguimos realizar mais de 300.000 novas ligações. Estamos com uma taxa média de desenvolvimento de 5%. O que significa que em 2022 tivemos o alcance de 450.000 novas ligações. Foi uma meta histórica que foi alcançada, o que antes fazíamos até 150.000 novas ligações.

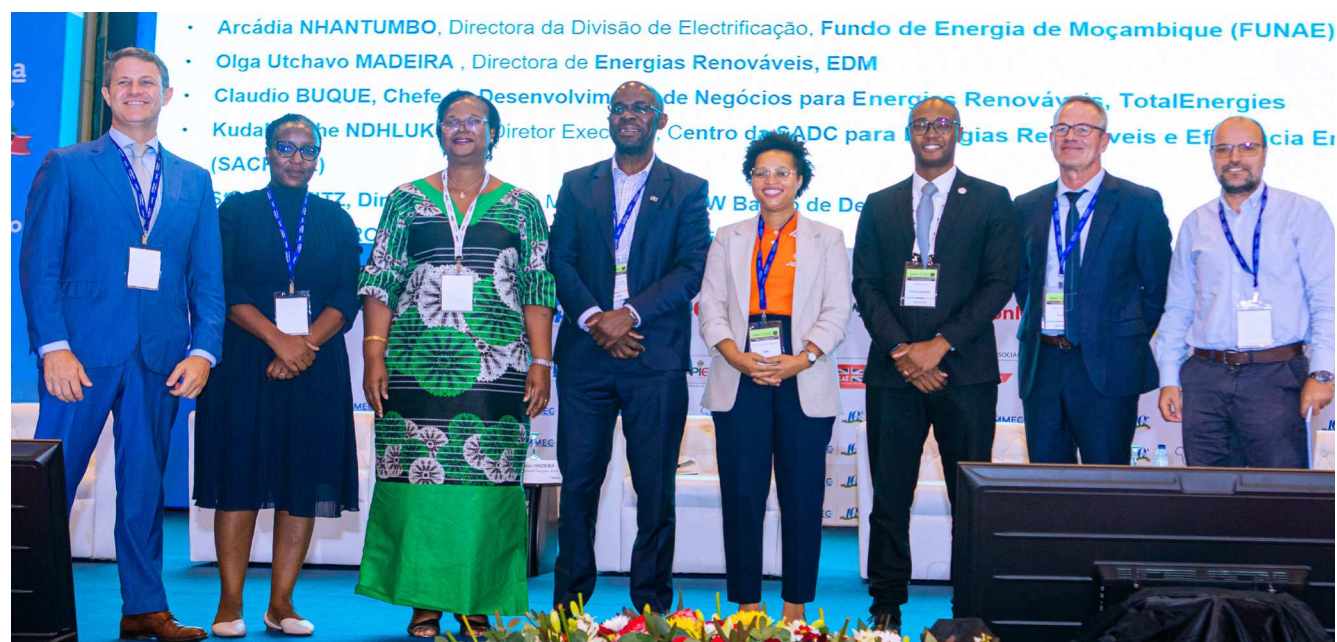
Importa salientar, que no ano passado, fomos capazes de alcançar 530.000 novas ligações. E neste preciso momento, estamos com a taxa de acesso de 54.7%”, referiu.

Ainda na sua intervenção no painel subordinado ao tema: Alcançar Acesso Universal – Energias Renováveis Que Alimentam Taxas de Eletrificação Nacional Mais Elevadas, Marcelina, representante do governo, destacou os avanços significativos já alcançados com o Programa de Energia para Todos, que aumentou o número de novas ligações elétricas de forma expressiva.

Paralelamente, foram mencionadas as reformas legais para facilitar investimentos no sector e programas de incentivo, como o programa BRILHO, que apoia o sector privado na geração de energia.

Com uma meta ambiciosa de alcançar 64,5% de taxa de acesso fora da rede até o final de 2024, Moçambique demonstra seu compromisso com o desenvolvimento energético sustentável e a melhoria do acesso à energia para sua população. A conferência reforçou a importância da colaboração regional e internacional para alcançar esses objectivos e promover o crescimento económico e social do país.





EDM: O País está bem posicionado para desempenhar um papel significativo na transição global para uma matriz energética mais sustentável

Olga Utchavo, Directora de Energias Renováveis da Electricidade de Moçambique (EDM)

Ainda no contexto da 10ª edição da Conferência e Exposição de Energia e Mineração de Moçambique (MMEC) 2024, Olga Utchavo, Directora de Energias Renováveis da Electricidade de Moçambique (EDM), revelou planos estratégicos da empresa para expandir significativamente a capacidade de energia renovável no país.

Uma das metas declaradas por Utchavo é o fornecimento de cerca de 20% da demanda regional de energia até 2020, equivalente a aproximadamente 1.200 megawatts de projectos de energias renováveis, incluindo solar e eólica, tanto a nível nacional quanto internacional.

Para alcançar esses objectivos, a EDM tem uma série de projectos em curso, previstos para atingir a maturidade de desenvolvimento até 2030. No entanto, Utchavo destacou um desafio crucial que precisa ser enfrentado: a necessidade de infraestrutura de transmissão adequada para garantir a evacuação eficiente dessa energia gerada.

“A EDM está aberta a parcerias público-privadas para impulsionar o desenvolvimento e a implementação desses ambiciosos projectos de energias

renováveis. Com o compromisso da EDM e o potencial abundante de recursos renováveis em Moçambique, o país está bem posicionado para desempenhar um papel significativo na transição global para uma matriz energética mais sustentável”, disse Olga Utchavo.

Entre os projectos em destaque está a Central Termoelétrica Flutuante de Nacala, na província de Nampula, um empreendimento estruturado pelo governo moçambicano e pela EDM, com capacidade para gerar 100 megawatts de energia.

Refira-se que, vários projectos de transmissão fazem parte dos planos da EDM para garantir a estabilidade da rede elétrica e facilitar a integração regional com países como Malawi, Tanzânia e Zâmbia.



FUNAE abrange cerca de 2 milhões de bairros solares residenciais

Arcádia Nhantumbo, Directora da Divisão de Eletrificação do Fundo Nacional de Energia (FUNAE)

Arcádia Nhantumbo, Directora da Divisão de Eletrificação do Fundo Nacional de Energia (FUNAE), descreveu os progressos realizados no sector de energia durante a 10ª edição da Conferência e Exposição de Energia e Mineração de Moçambique (MMEC) 2024.

Nhantumbo, reconhece a importância dos bairros solares residenciais como uma iniciativa significativa para proporcionar acesso à eletricidade para milhares de pessoas. Por outro lado, defende que esta é uma área na qual o sector privado desempenha um papel crucial e expressou o convite cada vez maior para que o sector privado se envolva.

Com esse trabalho, o FUNAE já finalizou uma estratégia abrangente para o desenvolvimento de bairros solares residenciais, com

cerca de 2 milhões de bairros solares residenciais em operação.

“Este é um marco significativo que reflecte o compromisso contínuo do governo em fornecer acesso à eletricidade para comunidades em todo o país”.

Arcádia Nhantumbo, explicou que a transição para fontes de energia mais limpas, é parte dos

esforços para melhorar o acesso à energia de saúde. Dai que há necessidade de desenvolver programas e estratégias específicas que possam contribuir para essa transição, com um foco especial em energias renováveis.

Ao encorajar uma maior adopção de energias renováveis, Nhantumbo reiterou o compromisso do FUNAE em trabalhar em parceria com outras agências e partes interessadas para alcançar esse objectivo colectivo de acesso à energia limpa e sustentável para todos.



CAFÉ EMPREENDEDOR

António Mondlane e a Revolução Tecnológica com o Primeiro Computador Moçambicano

Em um mundo onde a criação de um novo computador pode parecer rotineira, a concepção de um computador por um moçambicano, voltado para o mercado local, coloca seu criador em uma posição comparável à de Charles Babbage, o pai dos computadores. Este feito é tão notável quanto o lançamento de um satélite ou o primeiro voo à lua.

António Mondlane é o nome por trás desta inovação. Ele não apenas desenvolveu o primeiro computador moçambicano, mas também gravou seu nome na história da eletrônica em Moçambique. Este projecto não é apenas uma inovação tecnológica, mas também uma manifestação de seus sonhos, paixões e um desejo profundo de transformar a realidade de seu país.

A trajetória de António na tecnologia começou de maneira muito humilde. Desde criança, ele era fascinado por jogos e, com recursos limitados, montou sua própria consola, algo impressionante para a época. Essa paixão o acompanhou ao longo dos anos, evoluindo para o interesse em vender e, eventualmente, montar computadores.

“Quando olhava para os outros computadores e o preço a que eram vendidos, eu não concordava. Pagava mais por menos. Por isso, desenvolvi o

meu”, conta António, destacando sua insatisfação com o mercado existente e sua determinação em criar algo melhor.

“Sempre parece impossível até que seja feito” - António Mondlane

António investiu anos de sua vida desmontando e estudando computadores, compreendendo cada componente e seu funcionamento. Esse esforço culminou na criação do All-in-One Celeste, um computador que não apenas atende às necessidades tecnológicas de Moçambique, mas também carrega um profundo significado pessoal.

O nome “Celeste” homenageia sua mãe, uma figura fundamental que lhe incutiu valores e o incentivou a seguir seus sonhos.

O lançamento do All-in-One Celeste pela empresa moçambicana de tecnologia Menor Electronics representa um avanço significativo. Este computador integra as últimas tendências em tecnologia, incluindo Inteligência Artificial, que promete tornar seu uso mais dinâmico e eficiente.



Equipado com uma tela tátil de 24 polegadas e uma espessura de apenas 3 milímetros, o dispositivo combina design moderno com funcionalidade. Além disso, sua construção utiliza plástico especial e alumínio, materiais que garantem resistência e durabilidade, mantendo o brilho celestial que o nome sugere.

Um dos grandes desafios em Moçambique é o custo da energia. António abordou esse problema desenvolvendo uma tecnologia de baixo consumo energético para o All-in-One Celeste, tornando-o um investimento inteligente e sustentável para os consumidores. “A ideia é que nosso produto seja acessível e eficiente, ajudando a poupar recursos valiosos”, afirma António, destacando a importância de adaptar a tecnologia à realidade local.

Actualmente, a montagem do computador é realizada na China, devido à flexibilidade e às capacidades de produção. No entanto, António não esconde seu desejo de ver todo o processo realizado em Moçambique. “Meu sonho é que cada parte deste computador seja feita aqui, no nosso país. Estamos trabalhando para que isso se torne realidade”, diz ele. Esse desejo reflecte seu compromisso com o desenvolvimento local e sua visão de um futuro onde

Moçambique se destaca no mapa da inovação tecnológica.

O processo de criação do All-in-One Celeste não foi fácil. António passou mais de uma década juntando moedas para investir cada metical na realização deste sonho. “Foram anos juntando moedas para que isso se tornasse realidade. Trabalhei de forma independente, sem grandes financiamentos, porque queria manter o controle total sobre minha criação”, relembra.

Mesmo com a montagem completa há quatro anos, António esperou o momento certo para o lançamento. “2024 mostrou-se o ano ideal. Era o momento perfeito para introduzir algo novo e revolucionário no mercado”, explica.


Cada unidade do All-in-One Celeste leva até três dias para ser montada, utilizando componentes de alta qualidade provenientes da Indonésia e da China, líderes mundiais na produção de materiais tecnológicos. Essa atenção aos detalhes garante que o produto final não apenas atenda, mas supere as expectativas dos usuários.

“Quero apostar naquilo que é nosso, já neguei oportunidades para trabalhar fora” – António Mondlane

António Mondlane não pretende parar por aqui. Ele está focado em trazer mais inovações para Moçambique, sempre com o objectivo de valorizar e promover o que é local. “Quero apostar naquilo que é nosso. Já recusei oportunidades de trabalhar no exterior porque acredito no potencial do meu país e quero fazer a diferença aqui”, afirma. Mondlane está convencido de que ninguém conhece melhor as necessidades e os desafios de Moçambique do que os próprios moçambicanos.

Com o All-in-One Celeste, António espera contribuir significativamente para o mercado tecnológico nacional e inspirar futuras gerações. “Acredito que minha invenção pode fazer uma grande diferença e mostrar ao mundo que Moçambique tem talento e capacidade para inovar”, diz com convicção.

O All-in-One Celeste é mais do que um computador, é um símbolo de perseverança, inovação e um sonho realizado. António Mondlane provou que, com determinação e paixão, é possível transformar a realidade e abrir novas fronteiras para seu país. Esta criação não apenas coloca Moçambique no mapa da tecnologia, mas também serve como inspiração para todos que acreditam que o impossível é apenas uma questão de tempo e dedicação.

A man with a beard and mustache, wearing a dark suit, light blue shirt, and pink tie, stands with his arms crossed in front of a large white wall. On the wall is the word 'access' in large, blue, 3D block letters. Above the wall, a portion of an orange building is visible against a blue sky with light clouds.

access

ACCESS BANK

Disponibiliza linha de crédito de \$50 Milhões
para potenciar o Conteúdo Local

MARCO ABALROADO

*Administrador Delegado
do ACESS Bank*

*A Revista Ndzila esteve à
conversa com Marco Abalroado,
Administrador Delegado do ACESS
Bank, a margem da assinatura
de memorando, entre ACESS
Bank e Associação de Conteúdo
Local de Moçambique (ACLM), que
preconiza a conjugação de esforços
e sinergias para a facilitação
do acesso ao financiamento da
PME's nas cadeias de valor das
oportunidades dos megaprojectos
do sector energético e da indústria
extractiva de petróleo & gás para
o empoderamento do conteúdo
local e promoção de crescimento
económico sustentável do país
através de capacitação financeira
da comunidade empresarial, com
foco especial nas regiões de Cabo
Delgado e Inhambane.*



Revista Ndzila: Como se concretiza na prática a assinatura do memorando de entendimento entre a Associação de Conteúdo Local de Moçambique (ACLM) e o Access Bank, que visa disponibilizar uma linha de financiamento para Pequenas e Médias Empresas (PMEs) no âmbito do conteúdo local em Moçambique?
RN: Em termos financeiros, qual será o montante total de crédito que será disponibilizado às empresas por intermédio do acordo?

MA: Nós temos um pacote de pequenas e médias empresas, que no seu todo está a volta dos 50 milhões de dólares. Óbvio que nós gostávamos de emprestar 50 milhões de dólares de uma só vez, mas isso não é possível.

Este pacote vai ser usado ao abrigo de acordos tripartidos, em que temos as grandes empresas também a tomar uma responsabilidade sobre o risco das pequenas e médias, mas acreditamos que, assim que conseguirmos criar a consciência da importância das empresas se formalizarem, a importância de terem contas organizadas e de terem o mínimo necessário para responder a estes projectos, que a linha vai começar a ser utilizada de uma forma muito forte. Como foi referido, muitas vezes não há capital que é necessário para dar um impulso as PME e dinamizarem as suas actividades e o que nós estamos a tentar fazer é criar produtos e serviços que estão talhados para estas empresas, e que consigamos criar um acesso mais facilitado ao crédito e uma capacitação das próprias empresas ao mesmo tempo.

De realçar que estamos muito focados, obviamente, em Cabo Delgado e em Pemba, nos megaprojectos do Oil & Gas, mas o objectivo é criarmos a capacidade para que as pequenas e médias empresas possam responder ao mercado. E como é que criamos?

Marco Abalroado: Obviamente que o primeiro passo, é darmos as condições necessárias para as empresas que possam ter acesso ao crédito, de maneira que possam crescer e responder a muitos destes projectos que temos hoje em dia. Portanto, o primeiro passo foi este, é existir um acordo formal para não só capacitar as empresas do ponto de vista de inclusão financeira, mas também perceberem como é que funciona o mercado financeiro, e o que é necessário para terem acesso ao crédito, para terem acesso a depósitos, e com base nisso criar as bases para começarmos a capacitar as nossas empresas, nomeadamente as pequenas e médias, para estarem preparadas para responder aos mais variados projectos, neste caso, específicos.

RN: Dada a situação de terrorismo que afecta a Província de Cabo Delgado, como a população local poderá se identificar e acessar os benefícios oferecidos por este programa?

MA: Vamos ver, isso não é só o Access Bank, são todas as instituições financeiras, acho que é da nossa responsabilidade, enquanto instituições financeiras, tentarmos criar o máximo de apoio possível às populações para resolver os problemas do dia-a-dia, sejam as pequenas e médias, as grandes ou as particulares. Também a responsabilidade dos bancos ultrapassa só a parte financeira da resposta que temos de dar.

Portanto, aquilo que nós temos de criar, obviamente, é de conseguir perceber quais são os produtos necessários, quais são as necessidades reais da população e depois criar produtos e serviços que nos permitam fazer isso. Estamos, sim, a partir de uma situação difícil, portanto, o ponto de partida muitas vezes é bastante mais baixo que noutras províncias que temos no país e temos de ter isso em consciência. Temos de perceber que há uma curva de crescimento, e nós temos de criar produtos que permitam às pequenas e médias empresas, mas também aos particulares, que permitem participar neste ciclo de vida que quer os particulares, quer as empresas têm no futuro próximo.

E penso que, não estamos numa situação muito fácil, já foi mais difícil, e acho que o Governo tem feito bastante para estabilizar, e estamos cada vez mais zonas estáveis na província de Cabo Delgado, mas acredito que também com a dinamização da economia vamos criar uma estabilidade adicional.

As duas coisas estão muitas vezes, parece que não estão ligadas, mas estão muitas vezes ligadas.

RN: Considerando os encargos fiscais que frequentemente sufocam as PMEs, quais são as exigências e regulamentações que serão implementadas para permitir a entrada das PMEs nesta linha de crédito?

Na verdade as barreiras de entrada não são propriamente os encargos fiscais. É a formalização. Por exemplo, se eu tiver uma empresa que não tem contabilidade organizada, que não está registada, quando se aproxima de um banco e pede crédito, eu não tenho a base necessária para entender quanto é que posso emprestar e se a empresa tem ou não capacidade de reembolso.

Porque muitas vezes, sem literacia financeira, as próprias pessoas também não percebem quanto é que podem pagar por mês e quanto é que podem pedir. O trabalho aqui é um bocadinho feito a dois níveis. Uma numa perspectiva de literacia financeira.

A segunda, é que é importante as pessoas entenderem como é que funciona um crédito, qual é a prestação mensal que vão pagar, qual é a capacidade que podem pagar com base naquilo que recebem.

E depois uma ligeira variação, como eu tentei explicar resumidamente, em relação à maior parte dos produtos bancários. Os produtos bancários normalmente necessitam de uma garantia.

Estes produtos que desenhámos especificamente, não há uma garantia real associada. Portanto aquilo que nós fazemos é analisar o cash flow, as entradas e saídas de dinheiro nas contas dos clientes.

Uma vez mais é fundamental esta formalização. O dinheiro tem de pelo menos passar no sistema financeiro e nas contas para que nós consigamos perceber exactamente quanto é que essas empresas gastam.

E a partir daí, obviamente dependendo dos montantes a emprestar, nós definimos qual é que é o montante que conseguimos emprestar a cada uma destas empresas.

RN: Em relação aos montantes disponíveis, qual é a estimativa do valor máximo que cada empresa poderá acessar através deste pacote de crédito?

MA: Depende da formalização e se existe garantias. Começamos com o que podemos chamar quase microcrédito e depois até aos montantes que forem necessários.

A única coisa que varia obviamente dentro deste produto é a necessidade de garantias ou garantias reais associadas, para montantes mais baixos não são necessários, mas obviamente assim que vamos evoluir, passamos dos 500 mil meticais para os 2 milhões, para os 10 milhões, para os 20 milhões, obviamente que esse nível de garantias é necessário.

Outra parte que também é importante referir, é também a importância da cadeia de valor. Temos produtos pré-aprovados dentro da cadeia de valor do Oil & Gas, em que já sabemos como é que funciona o ciclo. Como sabem, somos o maior banco da maior economia da África que tem uma competência muito forte no Oil & Gas, é um sector que dominamos bastante e vamos aproveitar um pouco isso e do conhecimento que temos para alavancar as nossas empresas como já fizemos noutros países.

RN: Quantas PME espera-se que sejam abrangidas e até quando este pacote estará disponível para as PMEs aproveitarem?

MA: Eu espero que o maior número de PMEs possível e se não está propriamente do nosso lado, está do lado das PMEs e está do lado também de nós como sociedade transmitirmos este conhecimento e aquilo que é necessário. Não vamos conseguir ter PMEs capacitadas aos 50 mil ou 100 mil, mas se olharmos, e eu estava a ouvir o número das 42 mil, eu acredito que não são 42 mil, se calhar temos à volta de 700, 800 mil pequenas e médias ou micros pequenas e médias.

Mas se olharmos, são efectivamente pequenas e médias empresas, muitas têm um colaborador, dois colaboradores, três colaboradores, portanto é uma questão de formalização. Não temos um objectivo específico no número, temos um objectivo no máximo possível. Eu ficaria feliz se durante os próximos dois anos conseguíssemos chegar a 10 mil, 20 mil PMEs, que acho que já tínhamos prestado um serviço bastante grande ao país e digo isto não só em nome do Access, mas em nome de todo o sistema financeiro. Acho que é fundamental o sistema financeiro começar a olhar para as PMEs como a força e a motriz de desenvolvimento do nosso país, porque isso é realmente o que acontece. Se nós conseguirmos ter um sector forte de pequenas e médias empresas temos garantidamente uma economia forte.





ELTHON CHEMANE

Presidente da ACLM

***A parceria entre ACLM e o Access Bank
vai promover o desenvolvimento económico sustentável
e a produção de bens e serviços de origem local***

Revista Ndzila: Esta assinatura do memorando de entendimento entre a Associação de Conteúdo Local de Moçambique (ACLM) e o Access Bank, que visa disponibilizar uma linha de financiamento para Pequenas e Médias Empresas (PMEs) no âmbito do conteúdo local em Moçambique, qual é a responsabilidade da ACLM neste programa?

Com base no nosso conhecimento e experiência, o nosso objectivo é fazer com que os bancos aproximem a oferta da demanda. Embora os bancos comerciais tenham interesse e vontade de apoiar pequenas

e médias empresas (PMEs), eles frequentemente desconhecem os riscos específicos de fazer negócios na indústria de Petróleo & Gás. Apesar de possuírem uma base teórica, falta-lhes a compreensão prática da realidade dessas empresas em Moçambique.

Elthon Chemane: A ACLM, além de ser uma organização sem fins lucrativos, funciona como uma ferramenta essencial para apoiar o sector privado em diversas vertentes, incluindo megaprojectos de investimento, operadores, agentes económicos, instituições bancárias e outros sectores.

A ACLM colabora estreitamente com o Access Bank, uma instituição que possui uma vasta experiência internacional em apoiar ecossistemas de diversas cadeias de valor e oportunidades na indústria extractiva. Através dessa parceria, a ACLM actua para gerir tecnicamente a assimetria de informação entre as empresas com potencial de obter contratos e os bancos. Trabalhamos para flexibilizar os processos, garantindo que os bancos liberem os recursos financeiros necessários desde o início dos procedimentos burocráticos até a sua disponibilização.

Dada a dinâmica da indústria de Petróleo & Gás e o atraso no arranque dos projectos em Moçambique, é crucial que os bancos compreendam a necessidade de flexibilidade e apoio proativo. Quando os projectos forem iniciados, será necessário agir com rapidez. Portanto, os bancos precisam posicionar-se ao lado das empresas, em vez de manter uma abordagem tradicional de banca comercial, para garantir o sucesso neste sector.

Em resumo, a ACLM não só apoia o sector privado, mas também facilita a conexão entre empresas locais e instituições financeiras, promovendo um ambiente mais adaptado às necessidades específicas da indústria de Petróleo & Gás em Moçambique.

RN: E como é que está o país neste momento em termos de introdução ao conteúdo local aos megaprojectos?

EC: O termo “conteúdo local” tornou-se uma expressão atraente e amplamente utilizada, mas carece de definições precisas, resultando em muitas perspectivas divergentes. Além disso, a discussão sobre o conteúdo local tornou-se politizada, embora devesse ser um tema técnico decidido em um nível político.

Essa politização gera narrativas confusas que dificultam a compreensão clara do conceito pelas empresas, prejudicando sua capacidade de entender e actuar na indústria.



A falta de clareza e a politização do conteúdo local resultam em um cenário onde há muitas críticas, mas poucas soluções concretas. Essa situação cria um desafio significativo para o sector privado, que luta para entender como operar eficazmente dentro da indústria e como alinhar suas práticas com os requisitos de conteúdo local.

RN: A concentração de recursos e atenção nos megaprojectos da indústria de Oil & Gas pode trazer uma série de riscos que precisam ser geridos cuidadosamente para assegurar um desenvolvimento sustentável e inclusivo. Quais os riscos que podem advir desta concentração das massas nos grandes projectos?

EC: Moçambique enfrenta diversos desafios e oportunidades no sector de petróleo e gás, cuja instabilidade é uma característica intrínseca. O cenário global, com oscilações diárias nos preços do barril de petróleo, torna a indústria altamente volátil e sujeita a riscos internacionais que nenhum governo tem controle absoluto.

É fundamental reconhecer que, embora o sector de energia ofereça ganhos significativos, não podemos depender exclusivamente dele para impulsionar o crescimento económico. É necessário adoptar uma abordagem diversificada, investindo em outros sectores, como agricultura e turismo, para garantir um desenvolvimento equilibrado e sustentável.

Além de ser uma fonte de receita, a indústria de petróleo e gás deve ser vista como um meio de captar e reinvestir valor agregado em outros segmentos da economia. Ignorar essa necessidade de diversificação pode resultar em consequências adversas a longo prazo, uma vez que os recursos minerais são finitos e eventualmente se esgotarão.

Portanto, é imperativo que Moçambique adopte uma abordagem estratégica, priorizando não apenas o crescimento económico, mas também o bem-estar e a qualidade de vida de seus cidadãos. Somente assim poderemos garantir um crescimento económico sólido e sustentável que beneficie toda a população moçambicana.

RN: Com esta linha de financiamento disponível, a Associação de Conteúdo Local de Moçambique (ACLM) como pretende implementar estratégias para identificar e preparar Pequenas e Médias Empresas (PMEs) de forma a capacitá-las a participar e beneficiar desta linha de crédito?

EC: Um passo crucial para impulsionar o crescimento económico em torno dos megaprojectos é focar nas empresas moçambicanas que estão na linha de frente para aproveitar as oportunidades surgidas nessa indústria em expansão.

Embora seja do interesse apoiar a maioria das empresas moçambicanas, inicialmente direcionaremos nossos esforços para aquelas que estão mais próximas das oportunidades, aquelas que, teoricamente, são elegíveis para se beneficiar delas.

Nosso objectivo imediato é colaborar com as empresas que já têm contratos e ordens de compra garantidas, pois compreendemos que ter uma oportunidade é apenas o primeiro passo - a execução eficaz é fundamental.

Assumimos o compromisso de orientar e capacitar essas empresas para que possam não apenas garantir as oportunidades que se apresentam, mas também executá-las com excelência.

Nossa missão é ser um parceiro activo no sucesso dessas empresas, fornecendo o suporte necessário para que alcancem seu pleno potencial e contribuam significativamente para o crescimento e desenvolvimento económico de Moçambique.

Através dessa abordagem estratégica, estamos prontos para catalisar o crescimento empresarial e promover um ambiente de negócios vibrante e sustentável em torno dos megaprojectos em nosso país.

MozParks

PRESENTS ITS OPERATION MODEL FOR INDUSTRIAL PARKS AT THE
INVESTMENT ROUND TABLE IN MAPUTO

The Cabo Delgado Province hosted a series of events from May 22 to 24 in Maputo, showcasing investment opportunities and promoting economic development in the Cabo Delgado region. These events featured high-level meetings and a comprehensive round table discussion focused on the role of the extractive industry in stabilizing and boosting the local economy.

The round table was led by Valige Tauabo, Governor of Cabo Delgado Province. Joining him were Silvino Moreno, Minister of Industry and Commerce, and Moisés Paulino, National Director of Hydrocarbons and Fuels at the Ministry of Mineral Resources and Energy, as well as representatives of other stakeholders.

“Cabo Delgado is a region rich in mineral resources and has a significant development potential, but we need support from our partners to help us develop the economy, create more jobs and ensure a better future for the people of Cabo Delgado and all of Mozambique,” stated Governor Tauabo.

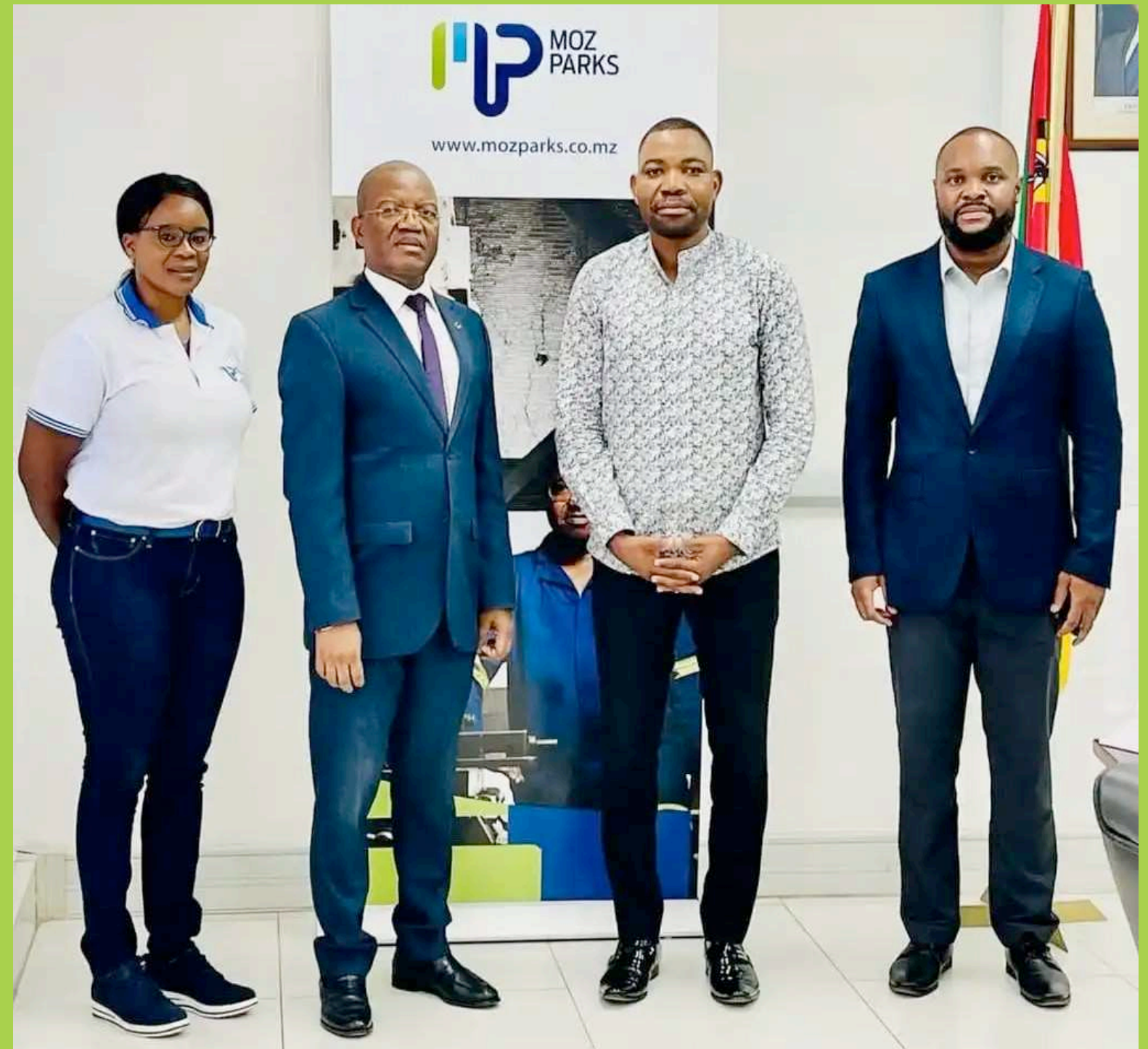
Minister Moreno highlighted that the extractive industries in Mozambique require a structured supply chain to support the country’s industrialization process.

Moisés Paulino, the National Director of Hydrocarbons and Fuels noted region’s richness in energy and mineral resources: “Cabo Delgado is rich in mineral resources, includ-

ing solid minerals, ruby, gold, graphite, and gas. These resources can help drive the socio-economic development of the region,” noted Paulino.

Onorio Manuel, the General Director of MozParks, highlighted the development opportunities in the Cabo Delgado region and presented the model and advantages of Cabo Delgado Parks, a network of industrial parks in the Montepuez, Balama, Ancuabe, and Palma districts, along with a logistics base in Pemba. This network, operated by MozParks, aims to accelerate economic development, promote youth employment, and develop the green economy. In collaboration with the MozYouth Foundation, a range of programs has already been developed.

“MozParks operates two industrial parks in the country. Our parks function around anchor companies that attract other projects, working together to develop the region by creating new jobs and supporting SMEs.



This is a proven model, and our mission is to continue developing other regions of Mozambique based on this model. But, in order to do that, it is important to bring and keep the suppliers in Cabo Delgado where operations are happening.” said Manuel.



The parks in Cabo Delgado will offer diverse facilities, including agro-processing, construction, logistics, renewable energy, SME support, training, security, certification assistance, conservation, NGO spaces, cold storage, commercial areas, a food court, sports facilities, and residences to foster a holistic and sustainable business environment.

Geert Klok, President of the Chamber of Mines of Mozambique, called the Cabo Delgado Parks initiative a win-win for all stakeholders. "Local economic development can benefit all stakeholders. Industrial parks situated near anchor industries such as mining can provide employment for host communities and opportunities for local entrepreneurs," stated Klok.

Representatives of multina-

tional companies operating in Cabo Delgado, such as Twigg Exploration and Mining, ExxonMobil, TotalEnergies Mozambique, and ENI Rovuma Basin, also participated in the roundtable and expressed their support in shaping Mozambique's economic landscape.

Arne Gibbs, the General Director of ExxonMobil in Mozambique, welcomed the Cabo Delgado Parks initiative and expressed company's interest in supporting the development of economy in Cabo Delgado, noting the benefits for all stakeholders involved. General Director of TotalEnergies in Mozambique, Maxime Rabilloud, and Technical Director of ENI Rovuma Basin, Ivan Codognotto, both expressed their interest in this initiative and commitment to the development of the northern part of the country. Supporting local communi-

ties by providing job opportunities and training is of crucial importance in driving economic growth.

A significant highlight of the roundtable was the official launch of the Cabo Delgado Parks website, a new platform dedicated to promoting and facilitating investment in the region's industrial parks. The website was inaugurated by the Governor of Cabo Delgado Province and Minister Moreno, marking the beginning of the round table.

This new digital platform aims to enhance transparency, provide up-to-date information on investment opportunities, and support the strategic development of industrial parks in Cabo Delgado. The launch marks a pivotal step in the province's efforts to attract global investors and drive sustainable economic growth.

About MozParks

MozParks is a developer and operator of Sustainable Economic Zones, established as a public-private partnership between the Mozambican Government Agency for Investment and Export Promotion (APIEX) and Swiss-Mozambican investors. As the only industrial park operator in Mozambique, MozParks manages parks in Beluluane and Nampula, with plans for expansion into Cabo Delgado province. To date, MozParks has attracted over 50 companies from 18 countries, securing over USD 3 billion in investments at the Beluluane park in Maputo province.

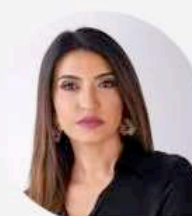


TOP30

MULHERES MAIS INFLUENTES NA COMUNICAÇÃO, MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS



Açucena Paul



Ana Zara Fateally



Belarmina Nuvunga



Bordina Muala



Christine Ramela



Stelia Neto



Cláudia Chirindza



Cláudia Manjate



Elsa Matula



Eugénia Chissano



Felicia Nhama



Ulce Cuco



Filipa Neves



Inês Pereira



Jónia Presado



Lara Popat Dias



Latoya Adriano Martins



Alima Suaji



Laura Andrade



Lizete Manguenze



Marlina Chambule



Matilde Muocha



Razina Uludag



Eunice Andrade



Neclencia Dos Santos



Patricia Aquarelli



Selma Inocência



Sheila Ibrahim



Sheila Miquidade



Sónia Mogne

SHEILA IBRAHIMO

A Versátil voz do empoderamento e inovação

Sheila Ibrahim é uma figura multifacetada que transcende o título de especialista em comunicação e marketing digital. Com uma sólida formação universitária em Engenharia e Gestão de Recursos Petrolíferos e um mestrado em Direcção Comercial e Marketing, Sheila se destaca em diversas áreas de actuação, sendo apresentadora de TV, directora de conteúdos, activista social e influenciadora digital.

Com mais de 11 anos de experiência na indústria do entretenimento e comunicação, Sheila tornou-se uma voz influente e respeitada em questões de género, empreendedorismo e empoderamento feminino. À frente do programa de sucesso “No Chat com Sheila Ibrahim” na TVM, transmitido em horário nobre, ela cativa uma ampla audiência ao abordar temas relevantes e inspiradores. Suas colaborações com organizações como a UN WOMEN e embaixadas de diversos países elevaram seu status a celebridade e influenciadora social.

O compromisso de Sheila com o empoderamento feminino é evidente em suas acções como presidente do Pelouro de Empreendedorismo na ANJE (Associação Nacional de Jovens Empresários) e fundadora do movimento “Mulheres Levantam Mulheres”, iniciativas que visam desenvolver e capacitar mulheres empreendedoras. Sua trajectória como empresária de sucesso também inclui a representação de diversas marcas renomadas e a fundação da SI Cosmetics, uma marca de produtos cosméticos que reflecte sua visão e versatilidade empreendedora.

Além de sua actuação no entretenimento e empreendedorismo, Sheila é uma comunicadora nata com competências destacadas em liderança, estratégia e marketing. Seu trabalho é uma inspiração contínua para aqueles que a seguem e para a comunidade em geral, mostrando que com determinação e paixão, é possível transformar e influenciar positivamente a sociedade.





AÇUCENA PAUL

Profissional preocupada com a sociedade

Açucena Paul é uma figura destacada no campo da Comunicação e Sustentabilidade, com uma carreira que abrange várias indústrias e uma forte paixão por conectar e inspirar pessoas. Recentemente, sua trajetória e realizações têm ganhado destaque, mostrando seu impacto significativo no desenvolvimento social e corporativo.

Açucena Paul fundou duas empresas, Feedback, focada em Comunicação e Estratégia, e ECP-Sustentabilidade e Desenvolvimento. Ambas visam melhorar a cultura organizacional e promover práticas sustentáveis nas empresas. Com uma carreira de 18 anos em indústrias como Petróleo e Gás, Mineração e Telecomunicações, ela acumulou vasta experiência e respeito como líder de Comunicação e RSE/Sustentabilidade.

Nascida em uma vila rural no centro de Moçambique, Açucena teve a oportunidade de estudar na capital e no exterior, enriquecendo sua experiência pessoal e profissional. Formada em Comunicação com especialização em Jornalismo pela Universidade de São Paulo, Brasil, e Mestre em Sustentabilidade, Auditoria e Contabilidade Social pela Universidad de Barcelona, Espanha, ela combina conhecimento teórico com práticas inovadoras.

Açucena foi recentemente premiada no X Prêmio Lusófonos da Criatividade 2022-2023 por um programa de rádio de literacia financeira emitido em línguas locais em Moçambique. Este reconhecimento destaca seu compromisso com a inclusão financeira e a transformação social através da comunicação.

Nas suas redes sociais enfatiza a importância de sonhar alto, estar preparado para oportunidades e colocar sua essência em tudo o que faz. Açucena continua a inspirar e apoiar outras mulheres empreendedoras em Moçambique, promovendo a inovação, soluções criativas e diálogos significativos.

Compromisso com a Sustentabilidade
Como Managing Partner da ECP-Sustentabilidade e Desenvolvimento, Açucena se dedica a aumentar o compromisso das empresas com a sustentabilidade, alinhado aos princípios ESG e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Sua visão é integrar práticas sociais e ambientais nas operações empresariais, criando valor tangível para a sociedade.

Açucena Paul é um exemplo de liderança e inovação, com uma carreira dedicada a conectar, engajar e transformar comunidades através da comunicação eficaz e sustentável. Sua história é uma inspiração para todos que buscam fazer a diferença no mundo corporativo e social.

ANA ZARA FATEALLY

A líder da inovação no BCI

Na vanguarda do marketing e da inovação no sector bancário moçambicano, Ana Zara Fateally tem-se destacado como uma figura central no Banco Comercial e de Investimentos (BCI). Com uma trajetória impressionante, Ana Zara, que actualmente ocupa a posição de Directora Central de Marketing no BCI, desempenha um papel crucial na modernização e expansão dos serviços bancários no país.

Ana Zara Fateally começou sua jornada no mundo corporativo em Portugal, onde ocupou diversas posições no Banco BPI, incluindo Responsável de Clientes Particulares e Técnica de Recursos Humanos. Sua experiência na gestão de equipas e no atendimento ao cliente moldou suas habilidades de liderança e visão estratégica.

Em 2017, ela assumiu o cargo de Directora do Gabinete de Relações Públicas e Responsabilidade Social no BCI, onde liderou iniciativas importantes, incluindo projetos de responsabilidade social durante a pandemia de COVID-19. Em 2019, Ana Zara foi promovida a Directora Central de Private Banking, onde continuou a demonstrar sua capacidade de gerir e inovar em ambientes complexos e desafiadores.

Desde Julho de 2023, Ana Zara é a Directora de Marketing do BCI, uma posição que lhe permite combinar sua paixão por inovação com seu compromisso com a comunidade. Sob sua liderança, o BCI lançou campanhas significativas, como

a promoção dos canais de pagamento “Daki”, que facilitam o pagamento de serviços escolares de maneira rápida e conveniente.

Ana Zara também tem sido uma defensora activa de projectos culturais e sociais, como evidenciado por sua promoção da série “Gente Daqui” no YouTube, que destaca as curiosidades e belezas locais, fortalecendo a conexão entre o banco e a comunidade.

Ana Zara Fateally é formada em Psicologia Clínica pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, onde também obteve um mestrado em Terapias Cognitivo Comportamentais. Suas qualificações académicas são complementadas por diversas certificações em áreas como Programação Neuro Linguística e Inteligência Emocional, que enriquecem sua abordagem holística e centrada no ser humano na gestão e marketing.

Reconhecida por sua influência e capacidade de comunicação, Ana Zara foi oradora na FME CE CPLP (Federação das Mulheres Empresárias e Empreendedoras da CE CPLP) em 2019. Sua habilidade de conectar-se com diversas audiências e sua visão estratégica têm sido fundamentais para seu sucesso e impacto positivo no sector bancário.

Com mais de 1.382 seguidores no LinkedIn e um vasto leque de conexões profissionais, Ana Zara Fateally continua a inspirar e liderar com inovação e dedicação.





BELARMINA NUVUNGA

A Chave do sucesso na comunicação do Standard Bank Moçambique

Belarmina Nuvunga, actual Brand & Marketing Manager no Standard Bank Moçambique, destaca-se como uma das mais influentes profissionais de marketing do país. Com uma trajectória impressionante que abrange mais de 15 anos, Belarmina acumula experiência em áreas críticas como pesquisa de mercado, análise de demanda, iniciativas de branding e métricas de desempenho. Sua habilidade em liderar equipas multifuncionais de alto desempenho, e em desenvolver estratégias de marketing eficazes tem sido fundamental para o aumento das vendas, reconhecimento da marca e lealdade dos clientes no banco.

Desde Março de 2021, Belarmina ocupa o cargo de Marketing Manager no Standard Bank Moçambique, onde implementou campanhas inovadoras que reforçaram a presença da marca no mercado e aumentaram o engajamento dos clientes. Sob sua liderança, a equipa de marketing do banco não apenas cumpriu, mas superou várias metas, elevando a instituição a novos patamares de sucesso.

Além de suas responsabilidades no Standard Bank, Belarmina também atua como Presidente do clube Toastmasters Kula, uma organização dedicada ao desenvolvimento

de habilidades de comunicação e liderança. Em seu papel no Toastmasters, ela promoveu o crescimento profissional e pessoal dos membros, garantindo que o clube alcançasse reconhecimento internacional e cumprisse seus objectivos educacionais. “É uma experiência verdadeiramente gratificante liderar um movimento de crescimento em uma organização tão prestigiada,” compartilha Belarmina, reflectindo sobre sua jornada de liderança.

Belarmina possui um MBA em Marketing Digital e Estratégias Digitais pela Escola Conquer e está actualmente cursando um Mestrado em Direcção Comercial e Marketing na ENEB - Escola de Negócios Europeia de Barcelona. Sua formação académica robusta complementa sua vasta experiência prática, tornando-a uma profissional versátil e bem-preparada para enfrentar os desafios dinâmicos do mercado.

Com mais de 3.000 seguidores no LinkedIn e uma rede de conexões robusta, Belarmina é vista como uma autoridade em marketing e branding. Ela é reconhecida por sua capacidade de criar valor para os clientes e suas comunidades, e por fortalecer as competências técnicas e comportamentais dos negócios que apoia.

BORDINA MUALA

Da TV à Gestão de Crises nas Empresas

Bordina Muala, uma profissional renomada na área de comunicação em Moçambique, continua a se destacar como especialista em Media Training e Gestão Estratégica de Comunicação de Crise. Com uma carreira que abrange mais de 16 anos, Muala tem deixado sua marca no Banco de Moçambique e em várias outras instituições de comunicação.

Nascida e criada em Moçambique, Bordina Muala começou sua carreira no Ministério dos Antigos Combatentes como administrativa. Sua paixão pela comunicação surgiu durante suas aulas de tradução, onde a análise de textos jornalísticos a cativou. Essa paixão levou-a a buscar uma oportunidade no grupo SOICO, onde começou como editora de conteúdos jornalísticos e rapidamente ascendeu a posições de liderança, incluindo a de pivot do telejornal e directora de programas.

Após oito anos na SOICO TV, Muala decidiu seguir novos desafios e, em 2013, ingressou no Banco de Moçambique como técnica de comunicação. Lá, ela desempenhou um papel crucial na estruturação do Gabinete de Comunicação e Imagem, contribuindo significativamente para a comunicação interna e externa do banco. Suas habilidades e dedicação ajudaram a criar um gabinete autónomo, aprovar a Política de Comunicação do Banco e integrar o Gabinete ao Comité de Política Monetária.

Além de seu trabalho no Banco de

Moçambique, Muala também foi presidente do MISA Moçambique, onde liderou a criação e submissão da primeira Lei de Acesso à Informação do país. Sua dedicação à liberdade de imprensa e ao fortalecimento do papel dos jornalistas tem sido uma constante em sua carreira.

Formada em Tradução e Interpretação de Francês para Português pela Universidade Eduardo Mondlane e com um mestrado em Saúde Pública, Bordina Muala possui uma sólida base educacional que complementa sua vasta experiência prática. Ela também possui certificações em Comunicação Aplicada e Relações Públicas pela International School of Communication e em Relatórios Financeiros pelo Fundo Monetário Internacional.

Muala é conhecida por sua crença na criação de oportunidades através do foco e da preparação, uma filosofia que aprendeu com seu pai e que foi reforçada pelas palavras de Oprah Winfrey: “Sorte é estar pronto quando a oportunidade vem.” Sua carreira é um testemunho dessa crença, demonstrando como a determinação e a paixão podem transformar sonhos em realidade.

Actualmente, como assessora de comunicação e imagem do Banco de Moçambique, Bordina Muala continua a impactar positivamente o sector de comunicação em Moçambique, sempre aberta a novas trocas de experiências e oportunidades de networking.





CHRISTINE RAMELA

Entre as 30 mulheres mais Influentes em Comunicação e Marketing em Moçambique

Christine Ramela, actual Gerente de Responsabilidade Social Corporativa no Millennium bim, foi recentemente reconhecida como uma das 30 mulheres mais influentes nas áreas de comunicação, relações públicas e marketing em Moçambique. Este prémio é um testemunho do seu trabalho árduo, dedicação e paixão pela comunicação, áreas nas quais ela se destaca com maestria.

Com mais de 15 anos de experiência no sector, Christine começou sua carreira como executiva de contas na DDB Moçambique, onde rapidamente subiu de posição, assumindo o cargo de Directora de Atendimento ao Cliente. Sua trajectória profissional inclui posições de destaque como Country Head of Marketing and Corporate Communications no BancABC e Directora de Comunicações no Millennium bim, antes de assumir a actual função de Gerente de Responsabilidade Social Corporativa.

Christine é conhecida por sua habilidade em gestão de marketing, relações públicas, estratégia digital e eventos, e por sua capacidade de liderar equipas com interesses semelhantes em organizações que valorizam seus funcionários. Sua liderança no desen-

volvimento de estratégias de comunicação eficazes tem contribuído significativamente para o fortalecimento da imagem corporativa e engajamento comunitário das instituições onde trabalhou.

Em uma publicação recente no LinkedIn, Christine expressou sua gratidão por este reconhecimento, destacando o apoio contínuo de mentores, colegas, amigos e familiares. Ela ressaltou a importância de criar um espaço inclusivo e diversificado no sector de comunicação, onde todas as vozes são ouvidas e valorizadas. “Nada é mais gratificante do que fazer parte de uma equipa com interesses semelhantes e de uma organização que valoriza seus colaboradores”, afirmou Christine.

Além de seu sucesso profissional, Christine tem sido uma voz activa em painéis e conferências, compartilhando suas experiências e incentivando outras mulheres a se destacarem na indústria. Ela recentemente participou de um painel na Universidade Eduardo Mondlane, onde discutiu a importância da inclusão e do empoderamento feminino no mercado de trabalho.

CLÁUDIA CHIRINDZA

A mulher nos bastidores da comunicação do FNB

Cláudia Chirindza, Diretora de Marketing e Comunicações do FNB Moçambique, está ganhando destaque por sua liderança e inovação no sector bancário. Com uma carreira marcada por mais de 15 anos de experiência em marketing estratégico, revitalização de marcas e comunicação corporativa, Cláudia tem sido uma força motriz na transformação das estratégias globais em iniciativas locais bem-sucedidas.

Recentemente, Cláudia liderou a assinatura de um Memorando de Entendimento entre o FNB Moçambique e a Vodacom, voltado para oferecer soluções bancárias e de financiamento à base de fornecedores elegíveis da Vodacom.

Esta parceria estratégica visa disponibilizar soluções de financiamento de curto prazo, capacitando os fornecedores a cumprir com êxito suas encomendas e contratos adjudicados pela Vodacom. “Esta colaboração é um passo significativo para promover a inovação financeira e fortalecer a economia local”, afirmou Cláudia.

Cláudia Chirindza iniciou sua trajetória profissional na FCB Publicita como Executiva de Contas e passou por diversas posições de liderança na Vodacom Moçambique, onde foi Chefe Executiva do Departamento de Marketing e Comunicações. Sua passagem por essas empresas a preparou para enfrentar os desafios do mercado competitivo de Moçambique, sempre com uma abordagem estratégica e inovadora.

Cláudia é reconhecida por sua capacidade analítica e visão crítica na avaliação de projetos, o que, combinado com sua paixão por criar e entregar valor aos clientes e comunidades, a posiciona como uma referência no campo do marketing e comunicação. No FNB Moçambique, ela não apenas lidera estratégias de marketing integradas, mas também supervisiona a divisão de Pesquisa Econômica e de Mercado, contribuindo para a elaboração de estratégias informadas e eficazes.





CLÁUDIA MANJATE

Pioneira na Comunicação Corporativa e Advocacia Social em Moçambique

Cláudia Manjate, reconhecida como uma das 30 mulheres mais influentes em Comunicação, Marketing e Relações Públicas em Moçambique, continua a destacar-se no cenário corporativo e social. Actuando como Gerente de Relações Públicas e Comunicação da Olam Agri, Cláudia tem desempenhado um papel crucial na construção de relações sólidas entre o sector privado e o governo, além de liderar campanhas de advocacia e comunicação que beneficiam a sociedade moçambicana.

Recentemente, Cláudia contribuiu significativamente para o lançamento da Estratégia de Comunicação, Advocacia e Mobilização de Recursos 2024-2029 do Programa Nacional para a Fortificação de Alimentos. Como membro da Comissão Nacional de Fortificação de Alimentos, representando a FASOREL do Grupo Olam, Cláudia ajudou a desenvolver uma abordagem estratégica para combater a desnutrição crónica em Moçambique.

Além de sua actuação na Olam Agri, Cláudia é fundadora da SHAPE - Estética & Saúde, onde sua paixão pela transformação mental, física e de saúde das pessoas se traduz em

serviços de estética inovadores. Ela acredita que a estética não é apenas um trabalho, mas uma vocação que pode mudar vidas de maneira profunda.

Outro projecto de destaque é a campanha “Descobertas - Uma Jornada para a Auto-estima”, idealizada e liderada por Cláudia. Voltada para adolescentes e jovens entre 14 e 24 anos, a campanha oferece palestras e rodas de conversa que abordam temas como auto-estima, sonhos e a importância de se manter uma perspectiva positiva na vida. “Através do Descobertas, buscamos equipar os jovens com as ferramentas necessárias para enfrentar os desafios da vida com confiança”, afirmou Cláudia.

Com uma carreira que inclui passagens por organizações internacionais como Malaria Consortium e WWF, além de empresas da indústria extractiva como Rio Tinto e Sasol, Cláudia acumulou vasta experiência em gestão de programas de advocacia e comunicação. Sua habilidade em gerenciar a imagem corporativa e proteger a reputação das empresas tem sido uma marca registrada de seu trabalho.

EUGÉNIA CHISSANO

O Génio da Comunicação

Eugénia Chissano, uma das TOP30 Mulheres mais influentes em Comunicação, Marketing e Relações Públicas de Moçambique, continua a moldar o cenário corporativo e social do país. Com uma carreira sólida e impactante, actualmente desempenha um papel essencial como Especialista em Relações Públicas e Comunicação na HEINEKEN Moçambique, além de estar envolvida em diversos projectos de responsabilidade social.

Reconhecida pelo COMARP Forum na primeira edição da premiação das 30 Mulheres Mais Influentes, Eugénia Chissano é uma figura de destaque, não apenas pela excelência profissional, mas também pelo seu comprometimento com a promoção da inclusão e diversidade. “Este prêmio representa uma celebração do trabalho árduo e do compromisso com a excelência que tenho investido ao longo da minha carreira”, declarou Eugénia em uma publicação recente nas redes sociais.

Na HEINEKEN Moçambique, Eugénia lidera iniciativas que reforçam a conexão entre a empresa e a comunidade. Recentemente, ela coordenou a celebração do Dia da África 2024 pela Heineken Africa, promovendo a diversidade e a unidade do continente. “Comemorar este dia especial com um espírito vibrante e inclusivo reflete as sorrisos amigáveis e a diversidade da nossa região”, afirmou.

Além de suas funções na HEINEKEN, Eugénia é membro do Conselho de Administração da APIBA Moçambique, onde contribui para o fortalecimento das redes de negócios e para o desenvolvimento de estratégias de engajamento de stakeholders. Sua habilidade em identificar oportunidades de campanhas e eventos, além de assegurar a distribuição eficaz de conteúdos, tem sido crucial para o sucesso das iniciativas que lidera.

A carreira de Eugénia inclui passagens por empresas renomadas como Vale Moçambique SA, Moza Banco e Banco Austral/Barclays, onde acumulou vasta experiência em comunicação estratégica e responsabilidade corporativa. Em todas essas posições, ela se destacou por sua capacidade de criar alianças significativas e preencher lacunas estratégicas na comunicação corporativa.

Eugénia também se dedica ao mentoring, ajudando a próxima geração de profissionais a navegar pelos desafios do sector de comunicação e relações públicas.

Com uma trajectória marcada pela dedicação e pelo impacto positivo, Eugénia Chissano continua a ser uma líder influente e uma inspiração no sector de comunicação corporativa em Moçambique.





FELÍCIA NHAMA

Um exemplo a seguir de Liderança em Comunicação Corporativa

Felícia Nhama, especialista renomada em Comunicação Corporativa e Responsabilidade Social, continua a ser uma força motriz na Tmcel - Moçambique Telecom S.A., onde exerce sua função como Coordenadora de Comunicação Corporativa e Responsabilidade Social há quase duas décadas. Com uma carreira destacada, Felícia é uma referência na gestão de projectos sociais e desenvolvimento comunitário no país.

Com 276 seguidores no LinkedIn, Felícia tem sido fundamental na construção da imagem corporativa da Tmcel, garantindo a boa visibilidade e a sólida reputação da empresa. Sua expertise abrange Relações Públicas, Comunicação e Imagem, Relações com o Governo, Assessoria de Imprensa e Desenvolvimento Comunitário, entre outras áreas.

Felícia é mestre em Cooperação e Desenvolvimento pela Universidade Eduardo Mondlane e possui uma pós-graduação em Ensino de Língua e Literatura Portuguesa pela mesma instituição. Sua formação académica robusta complementa sua vasta experiência prática, tornando-a uma líder completa no campo da comunicação corporativa.

Recentemente, Felícia liderou a organização de eventos corporativos significativos, incluindo cerimónias inaugurais e visitas ministeriais, além de coordenar a assinatura de acordos institucionais. "A comunicação eficaz com clientes internos e externos é essencial para manter a reputação da empresa e promover um ambiente de trabalho colaborativo", afirmou Felícia em uma de suas publicações.

Em sua trajetória, Felícia também tem se destacado na implementação e coordenação de actividades ambientais, desenvolvendo estratégias para mitigar os impactos ambientais nas áreas de actuação da Tmcel. Seu papel na Tmcel vai além das tarefas operacionais. Felícia é uma defensora ativa da responsabilidade social corporativa, desenvolvendo campanhas internas que reforçam o compromisso da empresa com a comunidade moçambicana. Ela monitoriza os riscos corporativos e assegura que a marca Tmcel se mantenha forte e bem percebida pelo público.

Felícia Nhama também é conhecida por sua habilidade em criar parcerias público-privadas eficazes, promovendo o desenvolvimento sustentável e a cooperação entre diferentes sectores. Seu trabalho tem impacto directo no fortalecimento das comunidades locais, evidenciando seu compromisso com a transformação social positiva. Em suas interações nas redes sociais, Felícia frequentemente reconhece e celebra as iniciativas de seus colegas e parceiros, reflectindo seu espírito de colaboração e gratidão.

Com um legado de quase 20 anos na Tmcel, Felícia Nhama permanece como um exemplo inspirador de liderança em comunicação corporativa e responsabilidade social em Moçambique. Sua dedicação e paixão continuam a influenciar positivamente tanto sua empresa quanto a sociedade em geral, consolidando seu papel como uma das profissionais mais respeitadas do país.

ULCE CUCO

A profissional de ouro na comunicação da Sasol

Ulce Cuco, uma das mais influentes especialistas em Comunicação e Branding de Moçambique, continua a elevar os padrões na Sasol, onde trabalha desde Dezembro de 2022. Com uma carreira rica e diversificada, Ulce tem-se destacado como uma líder inovadora e comprometida no sector de energia e mineração.

Com mais de 1.300 seguidores no LinkedIn e mais de 500 conexões, Ulce recentemente foi reconhecida como uma das TOP 30 mulheres mais influentes nas áreas de Comunicação, Marketing e Relações Públicas em Moçambique. Em uma de suas publicações, ela expressou a honra de fazer parte desse grupo selecto, estendendo o reconhecimento a todas as mulheres que, com paixão e entusiasmo, equilibram seus múltiplos papéis na sociedade sem descuidar de suas carreiras profissionais.

Ulce tem demonstrado suas habilidades excepcionais ao estruturar a participação da Sasol na décima edição da MMEC (Mozambique Mining and Energy Conference), um evento estratégico que reúne os principais atores do setor de mineração e energia.

Antes de ingressar na Sasol, Ulce trabalhou como Especialista em Comunicação na Ken-

mare Resources Plc, onde desempenhou um papel crucial na efectividade das estratégias de comunicação interna e externa da empresa. Ela também foi responsável pela criação e gestão de conteúdo para mídias sociais, newsletters e eventos corporativos, além de implementar projectos de melhoria de segurança nas comunidades locais.

Ulce possui um bacharelado em Comunicação e Turismo pela Universidade Eduardo Mondlane e tem ampla experiência académica, tendo leccionado na Universidade São Tomás de Moçambique. Sua formação robusta é complementada por várias certificações profissionais, incluindo avaliação de padrões de acomodação e introdução ao HCCP - ISO 22000.

Com uma abordagem proactiva e apaixonada, Ulce continua a inspirar e influenciar positivamente o sector de comunicação corporativa em Moçambique. Seu trabalho na Sasol e em outras organizações exemplifica seu compromisso com a inovação, a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável, consolidando seu lugar como uma das profissionais mais respeitadas do país.





FILIPA NEVES

*Directora de Marketing da Heineken
Moçambique*

Com mais de 11 anos de experiência em marketing estratégico e gestão de marcas internacionais, Filipa traz uma vasta experiência e paixão pela inovação e diversidade para a equipe da Heineken.

Desde que ingressou na Heineken Moçambique em Outubro de 2022 como Gerente de Marketing, Filipa tem-se destacado pela sua liderança e capacidade de impulsionar a visibilidade e o impacto das marcas da empresa no mercado local.

Antes de sua actual posição, ela desempenhou o papel de Gerente de Marca Sénior na mesma empresa, onde foi responsável por desenvolver e implementar estratégias de marca que fortaleceram a presença da Heineken em Moçambique.

Filipa também possui uma sólida trajectória académica, leccionando disciplinas de Plano de Marketing no Mestrado de Gestão de Projectos e na Pós-Grad-

uação de Gestão de Empresas no Instituto Superior de Gestão, Administração e Educação (ISG Moçambique). Sua dedicação à educação e ao desenvolvimento de novos talentos demonstra seu compromisso com o avanço do sector de marketing em Moçambique.

Além de sua carreira profissional, Filipa é uma fervorosa defensora de causas sociais. Ela actua como mentora na Girl MOVE Academy, promovendo novos modelos de referência feminina e seu efeito multiplicador através de círculos de irmandade que impactam a comunidade.

Filipa Neves continua a ser uma figura inspiradora no cenário de marketing de Moçambique, combinando sua experiência profissional com uma paixão genuína por inovação, diversidade e desenvolvimento social. Sua liderança promete levar a Heineken Moçambique a novos patamares de sucesso e reconhecimento no mercado global.

INÊS PEREIRA

Entre as 30 relíquias da comunicação em Moçambique

Inês da Ressurreição Pereira, uma renomada especialista em comunicação e conteúdo estratégico, está conquistando cada vez mais reconhecimento em sua carreira na Câmara de Comércio de Moçambique.

Com uma trajetória diversificada e uma paixão inabalável por marketing e relações públicas, Inês tem-se destacado como Analista em Cooperação Internacional, cargo que ocupa desde Outubro de 2021.

Com mais de 2.000 seguidores e uma rede extensa de conexões, Inês tem sido uma figura influente no cenário de negócios e comunicação em Moçambique. Sua actuação na Câmara de Comércio tem sido fundamental para fortalecer as relações comerciais do país, particularmente em eventos internacionais como a 3ª Conferência de Desenvolvimento Comercial Paquistão-África e a Trade Expo Indonesia. Nessas ocasiões, Inês destacou a importância da cooperação internacional e as oportunidades únicas que esses eventos oferecem para o crescimento económico de Moçambique.

Além de seu papel na Câmara de Comércio, Inês também contribuiu significativamente como consultora de comunicação e marketing digital, e como roteirista na Pereira Consultores. Sua experiência inclui passagens como copywriter na DDB Mozambique e na Profile Mozambique, onde desenvolveu habilidades excepcionais em storytelling e es-

tratégia de conteúdo.

Recentemente, Inês tem promovido activamente eventos e workshops voltados para o desenvolvimento profissional das mulheres no sector de comunicação. Em suas redes sociais, ela destacou o Workshop “Mulheres na Comunicação, Marketing e Relações Públicas”, realizado em maio, que visou inspirar e conectar profissionais talentosas da área. Ela também está envolvida na iniciativa de nomeação das TOP 30 Mulheres Mais Influentes do sector em Moçambique, incentivando a participação e reconhecimento de mulheres que fazem a diferença.

Formada em Ciências Jurídicas Económico Empresarial pela Universidade Técnica de Moçambique, Inês alia sua sólida formação académica com uma prática profissional dinâmica e inovadora. Sua habilidade em análise de negócios e relações com a mídia tem sido amplamente reconhecida, reforçando sua posição como uma líder influente e estratégica.

Inês da Ressurreição Pereira continua a inspirar e agregar valor ao sector de comunicação e marketing em Moçambique, com um compromisso contínuo com a excelência e a inovação. Sua trajetória promete ainda mais conquistas e contribuições significativas para o desenvolvimento económico e social do país.





JÓNIA PRESADO

Nem toda heroína usa capa

Jónia Presado, uma profissional experiente em marketing e comunicação com uma vasta experiência tanto no sector bancário quanto no entretenimento, foi honrada como uma das Top 50 Mulheres em Gestão na África e premiada com o Africa Silent Heroes Award e esta no Top 30 das melhores na comunicação em Moçambique.

Com uma carreira de mais de 18 anos, Jónia demonstrou habilidades excepcionais em gestão de marketing, planeamento estratégico, construção de marca e aprimoramento da experiência do cliente. Seus cargos em organizações como a MultiChoice Moçambique e BancABC permitiram-lhe mostrar sua experiência em marketing comercial, gestão de publicidade, desenvolvimento de eventos, gestão de partes interessadas e relações com a mídia, entre outras áreas.

Conhecida por sua criatividade, colaboração e inteligência emocional, Jónia tem sido fundamental para impulsionar o sucesso de várias campanhas e iniciativas de marketing. Sua capacidade de construir marcas fortes

e promover conexões significativas com clientes e partes interessadas tem sido amplamente elogiada dentro da indústria.

Jónia é mestre em Ciências em Gestão de Negócios e Marketing pela Universidade de Salford, consolidando ainda mais seu conhecimento e expertise no campo. Seu compromisso com a aprendizagem contínua, aliado à sua humildade e resiliência, a destacou como líder e inovadora na indústria.

Como Chefe de Comunicações e Relações Públicas da MultiChoice Moçambique, Jónia continua liderando campanhas e iniciativas impactantes que ressoam com o público em toda a região. Sua dedicação à excelência e paixão pelo que faz servem de inspiração para seus colegas e pares.

Por meio de sua liderança e visão, Jónia Presado está moldando o futuro do marketing na África e deixando um impacto duradouro nas comunidades que serve. Sua dedicação em capacitar os outros e impulsionar mudanças positivas a torna uma verdadeira heroína silenciosa do continente.

LARA POPAT DIAS

Reconhecida como uma das Mulheres Mais Influentes em Comunicação Moçambique

Lara Popat Dias, uma líder experiente em operações bancárias e comunicação estratégica, foi homenageada como uma das Top 30 Mulheres Mais Influentes em Comunicação, Marketing e Relações Públicas em Moçambique.

Actualmente actuando como Chefe de Operações de Clientes no Absa Bank Moçambique, Lara é reconhecida por sua excelência profissional e compromisso com a liderança humanizada.

Com mais de 22 anos de experiência no sector bancário em Moçambique e Portugal, Lara dedicou mais de uma década a funções de gestão. Ela é uma defensora de uma liderança humanizada e apoia causas relacionadas à educação e crianças, reconhecendo sua importância para o futuro da nação.

Lara destaca-se por suas habilidades interpessoais, excelência em comunicação e capacidade de mediar e resolver conflitos. Sua abordagem é centrada no cliente, priorizando relacionamentos interpessoais e gestão relacional.

Com um forte background em marketing, comunicação e relações públicas, combina-

do com amplo conhecimento em operações bancárias, Lara está dedicada a impulsionar objectivos estratégicos e promover a inovação dentro das organizações.

Lara é mestre em Gestão de Negócios e Marketing pela Universidade de Salford, reforçando ainda mais sua expertise no campo. Sua dedicação à aprendizagem contínua, aliada à sua liderança inspiradora, solidifica sua posição como uma das principais profissionais do sector.

Como Chefe de Operações de Clientes no Absa Bank Moçambique, Lara continua liderando com excelência, buscando sempre otimizar processos e oferecer serviços de alta qualidade aos clientes. Sua paixão pelo que faz e seu compromisso com a excelência servem de inspiração para seus colegas e colaboradores.

Por meio de sua liderança e visão, Lara Popat Dias está moldando o futuro do sector bancário em Moçambique e deixando um impacto positivo duradouro nas comunidades que serve. Sua dedicação em fornecer soluções inovadoras e agregar valor às operações bancárias a torna uma das profissionais mais influentes e respeitadas no país.





LATOYA MARTINS

Reconhecida como uma das Mulheres Mais Influentes em Moçambique

Latoya Adriano Martins, uma profissional multifacetada com vasta experiência em comunicação, marketing e relações públicas, foi honrada como uma das Top 30 Mulheres Mais Influentes em Comunicação, Marketing e Relações Públicas em Moçambique. Com um histórico impressionante de conquistas e contribuições significativas para diversos setores, Latoya é reconhecida como uma líder visionária e uma influência inspiradora na comunidade empresarial moçambicana.

Entre suas realizações notáveis, Latoya destaca-se como a Presidente de Comunicação e Cooperação na New Faces New Voices Moçambique, uma organização afiliada à Fundação Graça Machel Trust, desde 2024. Além disso, é membro fundador da Fintech Association Moçambique (Fintech.MZ) e membro do conselho executivo (EXCO) da ENGIE Energy Access Moçambique, onde desempenhou um papel fundamental na expansão do negócio, adquirindo 200.000 clientes entre 2019 e 2023.

Sob sua liderança, Latoya foi fundamental na superação de metas globais em uma campanha nacional de rebranding, alcançando uma conscientização de marca impressionante de 76% em apenas um ano, entre 2021 e 2022. Além disso, foi reconhecida pela USAID como a marca de Sistemas Domésticos Solares mais reconhecida em Moçambique em 2021, após iniciativas de marketing renovadas.

Latoya não apenas se destaca em suas conquistas profissionais, mas também é uma mentora e coach executiva para 30 PMEs africanas como parte do programa “Enhancing Women Entrepreneurship” na Seedstars. Sua dedicação em capacitar e orientar os outros é uma demonstração de seu compromisso em impulsionar o crescimento e o desenvolvimento em sua comunidade.

Graduada pela UNICAF com um MBA em Sistemas de Gestão de Informações e pelo Instituto Superior de Ciências e Tecnologias de Moçambique com um diploma de honra em Gestão

Financeira e de Seguros, Latoya também é uma Certified Digital Finance Practitioner e detentora de uma certificação Lean Six Sigma Green Belt.

“Estou profundamente honrada por ser reconhecida como uma das mulheres mais influentes em comunicação, marketing e relações públicas em Moçambique”, disse Latoya Adriano Martins em suas redes sociais e acrescentou que “Este reconhecimento não seria possível sem o apoio e orientação de colegas, mentores e, acima de tudo, minha família. Estou comprometida em continuar fazendo a diferença em minha comunidade e inspirar outras mulheres a alcançarem seu pleno potencial.”

Através de sua liderança inspiradora e compromisso com a excelência, Latoya Adriano Martins continua a deixar um impacto duradouro no cenário empresarial de Moçambique, solidificando seu lugar como uma das principais profissionais do país.

LIZETE MANGUELEZE

A Pioneira de Personal Branding em Moçambique

Lizete Mangueleze, renomada consultora de Personal Branding e estrategista de marcas digitais, tem sido reconhecida como uma pioneira no campo do branding pessoal em Moçambique e nos PALOP (Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa). Com uma carreira marcada por uma busca contínua por diferenciação e excelência, Lizete é uma força motriz no empoderamento de profissionais para alcançarem seus objectivos no mercado global.

Ao longo dos anos, Lizete testemunhou e estudou de perto os desafios enfrentados por profissionais durante crises económicas. Em meio a essas dificuldades, identificou um padrão comum entre aqueles que prosperaram: uma forte marca pessoal baseada em confiança, reputação e autenticidade. Essa observação a levou a mergulhar no mundo do Personal Branding, buscando ajudar outros profissionais a destacarem-se mesmo em tempos turbulentos.

Com uma formação sólida em comunicação,

marketing e antropologia, Lizete fundou a MétodoYOU, uma empresa internacionalmente reconhecida que oferece serviços exclusivos de Personal Branding em mais de 20 países. Seu programa exclusivo visa posicionar e impulsionar marcas pessoais em todo o mundo, destacando a singularidade de cada indivíduo e capacitando-os a serem reconhecidos e recomendados por seus mercados-alvo.

Além disso, Lizete investiu em sua própria educação, obtendo certificações em Brand Management, Negociação e Resolução de Conflitos, entre outras áreas relevantes. Sua abordagem holística para o Personal Branding, combinada com uma mentalidade de aprendizado contínuo, a coloca na vanguarda do setor, capacitando profissionais de diversas origens a alcançarem resultados extraordinários em suas carreiras e negócios. Como uma verdadeira defensora do potencial humano, Lizete Mangueleze continua a fazer uma diferença positiva no mundo, capacitando outros a descobrirem e maximizarem seu próprio valor no mercado global.





MARLENA CHAMBULE

*Uma líder inspiradora da
Comunicação*

Marlena Chambule, actualmente Head of HR, Communication & CSR na Galp Moçambique, tem se destacado como uma líder influente no sector de energia e além. Com mais de uma década de experiência em empresas internacionais nos sectores de Energia e Mineração, Marlena acumulou conhecimento em diversas áreas, incluindo Recursos Humanos, Comunicação, Responsabilidade Social Corporativa e Relações Públicas

Recentemente reconhecida como uma das “Top 30 Mulheres mais influentes na Comunicação, Marketing e Relações Públicas” pelo Prémio COMARP, Marlena tem sido uma voz poderosa no campo profissional. Sua liderança é evidenciada não apenas em sua posição na Galp, mas também em seu compromisso com a educação e o desenvolvimento profissional.

Como co-autora do livro “Ensinaamentos Inter e Multidisciplinares para a Aprendizagem”, Marlena demonstra seu compromisso com a disseminação do conhecimento e o fortalecimento das habilidades dos outros. Além disso, como Host do Vira a Página Podcast e palestrante pública, ela compartilha sua experiência e insights com uma ampla audiência, inspirando outros a alcançarem o sucesso em suas carreiras.

Seu envolvimento com a AIESEC, a maior organização de jovens estudantes do mundo, e sua experiência como Presidente Nacional da AIESEC em Moçambique, demonstram seu compromisso com o desenvolvimento da próxima geração de líderes globais.

Na Galp, Marlena lidera estrategicamente as áreas de Recursos Humanos, Comunicação e Impacto Social, desempenhando um papel fundamental no crescimento e sucesso da empresa. Seu compromisso com a sustentabilidade e responsabilidade corporativa é evidenciado por iniciativas como a recente ação de limpeza da praia da Costa do Sol, refletindo seu compromisso com o futuro do meio ambiente e da comunidade.

Com uma trajetória impressionante e um compromisso inabalável com a excelência, Marlena Chambule continua a ser uma figura inspiradora e uma força motriz no setor corporativo e além. Sua liderança visionária e seu compromisso com a educação e o desenvolvimento demonstram sua capacidade de fazer uma diferença significativa no mundo ao seu redor.

MATILDE MUOCHA

A mulher que dá um novo rumo as Indústrias Culturais e Criativas em Moçambique

Matilde Muocha, uma figura proeminente no campo das Indústrias Culturais e Criativas, ocupa o cargo de Diretora Geral do Instituto Nacional das Indústrias Culturais e Criativas (INICC), onde trabalha arduamente para promover o potencial das Indústrias Culturais e Criativas como catalisadoras do desenvolvimento económico e social em Moçambique. Recentemente foi destacada recentemente entre as 30 mulheres mais influentes das várias áreas da comunicação em Moçambique, um reconhecimento pelo trabalho que tem feito ao longo dos anos.

Muocha tem liderado a implementação de políticas para o desenvolvimento desses sectores no país, buscando fortalecer a economia criativa e valorizar o património cultural moçambicano.

Com uma trajectória profissional sólida e uma paixão pela história e cultura, Muocha consolidou sua experiência ao longo dos anos, desde seu trabalho como secretária executiva no Observatory of Cultural Policies in Africa até seus papéis de destaque

no Instituto Superior de Artes e Cultura e na Universidade Eduardo Mondlane.

Sua dedicação à pesquisa, gestão de património cultural e mobilização de recursos a levou a ocupar posições-chave, incluindo a de Curadora da Fortaleza de Maputo, onde contribuiu significativamente para a preservação e divulgação desse importante monumento histórico.

Recentemente lançou livro, “Fortaleza de Maputo: História e Memória”, este livro, que já está disponível em português e inglês, mergulha nas profundezas da história e arquitectura da Fortaleza de Maputo, contribuindo para a compreensão e apreciação do património cultural do país.

Seu compromisso com o desenvolvimento sustentável do sector cultural e criativo é evidente em sua actuação, tanto na formulação de políticas quanto na implementação de estratégias inovadoras para fortalecer a cadeia de valor da economia criativa no país.





RAZINA ULUDAĞ

Impulsionando a Comunicação na Technip Energies

Razina Osman Uludağ é uma figura em ascensão no cenário da comunicação corporativa em Moçambique, desempenhando um papel fundamental como Communication Lead na Technip Energies. Com uma sólida formação em Ciências Actuarias e Gestão de Riscos, Uludağ traz uma abordagem analítica e estratégica para suas responsabilidades de comunicação.

Recentemente, Uludağ teve o prazer de organizar a visita da Associação Francesa de Energia EVOLEN, acompanhada por parte de sua delegação, aos escritórios da Technip Energies em Maputo. Durante esta sessão, ela destacou o Relatório Sustentável ESG 2023 da Technip Energies, enfatizando o compromisso da empresa com um futuro mais sustentável através de seus três Pilares Estratégicos ESG. Além disso, Uludağ destacou como o escritório de Maputo contribui para esse compromisso, através de horas de voluntariado em acções dedicadas à educação e outras áreas.

Uludağ não apenas se concentra em garantir que os materiais de comunicação e activos de visibilidade sejam abordados de maneira eficaz em eventos importantes, mas tam-

bém valoriza profundamente o trabalho em equipe e reconhece o apoio de seus colegas para o sucesso dessas iniciativas.

Sua jornada profissional inclui experiência tanto em empresas multinacionais quanto locais, destacando-se como Oficial de Comunicação e Eventos anteriormente, e agora como líder de comunicação na Technip Energies.

Além de suas realizações profissionais, Uludağ também é uma defensora do aprendizado contínuo e da capacitação profissional, como evidenciado pela organização do Workshop “COMARP” em maio, oferecendo uma oportunidade para aprendizado, inspiração e networking com líderes do sector de Comunicação, Marketing e Relações Públicas.

Com um conjunto diversificado de habilidades que incluem comunicação interna, planeamento de eventos e uma forte compreensão dos princípios de comunicação corporativa, Razina Osman Uludağ continua a deixar sua marca no sector, impulsionando o sucesso da Technip Energies e contribuindo para um diálogo eficaz e impactante dentro e fora da organização.

EUNICE ANDRADE

Entre as 30 figuras influentes na comunicação em Moçambique

Com uma carreira de 21 anos na televisão moçambicana, Eunice Andrade emergiu como uma das figuras mais queridas e reconhecidas do país. Natural de Xai-Xai, província de Gaza, Andrade começou sua jornada aos 14 anos, enfrentando o desafio de ser repórter em um programa infantil na TVM. Desde então, ela tem sido uma presença constante e influente na mídia nacional.

Trajectória essa que foi reconhecida recentemente COMARP, que a atribuiu o premio de umas das mulheres que mais se destaca na comunicação em Moçambique, na áreas de Marketing e Relações Públicas.

Ao longo de sua carreira, Andrade emprestou seu carisma e talento para uma variedade de programas de televisão, incluindo "Gira Música", "Sabadão com Victor José", "Top 10", "Moçambique da Sorte" e o programa matinal "Dia a Dia", entre outros na Televisão de Moçambique. Na Tv Miramar, sua eleição incluiu programas como "Mira Shop", "Estrela Pop", "Saiba Mais" e, atualmente, o programa matinal "Belas Manhãs".

Além de sua impressionante trajectória na televisão, Andrade também acumula 8 anos de experiência em rádio. Carismática e versátil, ela também gerencia sua imagem em várias marcas da sociedade, além de actuar como mestre de cerimónias em casamentos e eventos empresariais por mais de 15 anos.

Em 2012, Andrade gerenciou a Revista Chama do Gabinete da Esposa do Presidente da República e organizou o evento de 15 anos da revista. Sua paixão pela televisão a levou a apresentar o programa "Mamas" da DDB, transmitido aos domingos na Tv Miramar, onde sua humildade conquistou um público fiel.

Andrade também se destacou como embaixadora de marcas renomadas, incluindo Tv Cabo e a marca argentina de sapatos, Paez. Estando aberta para parcerias com marcas nacionais e internacionais, Andrade oferece sua vasta experiência e conhecimento para ajudar a alcançar o público-alvo de maneiras inovadoras.





NECLENCIA DOS SANTOS

Uma Figura Influente na Comunicação e no Empreendedorismo Moçambicano

Neclencia dos Santos, uma renomada Communication Project Manager, empreendedora e jornalista, tem-se destacado como uma figura proeminente no cenário da comunicação em Moçambique.

Com uma vasta experiência e um impressionante portfólio, ela se tornou uma líder de opinião em seu campo, conquistando reconhecimento e respeito ao longo de sua carreira.

Actualmente actuando como communication and digital marketing advisor em sua própria empresa, a Neclencia Santos communication, dedica-se a desenvolver estratégias de comunicação que impulsionam o crescimento e o desenvolvimento das empresas. Sua abordagem personalizada e focada no sector garante que cada cliente receba uma estratégia ideal para suas necessidades específicas

Além de seu trabalho como consultora, Neclencia tem uma longa história na mídia moçambicana. Como directora geral da Mozeduca, uma empresa voltada para projetos educacionais, ela desempenhou um papel crucial na promoção da educação e do desenvolvimento em Moçambique. Sua dedicação e visão contribuíram significati-

vamente para o avanço do sector educacional no país.

Como jornalista e apresentadora de TV, Neclencia demonstrou sua habilidade em cativar audiências e transmitir mensagens de forma clara e impactante. Seu papel como mestre de cerimónias em eventos importantes, como o lançamento da obra “É Hora de Agir”, da autora Mody Maleiane, destaca sua capacidade de comandar eventos com elegância e profissionalismo.

Recentemente, Neclencia teve o privilégio de conduzir a gala empresarial de encerramento do ano da CTA, um evento prestigiado que contou com a presença de importantes figuras do governo e do sector empresarial. Sua contribuição para o sucesso do evento foi reconhecida e elogiada por todos os presentes.

Por meio de suas publicações nas redes sociais, Neclencia também levanta questões importantes sobre a indústria da mídia, como a relação entre apresentadores de televisão e influenciadores digitais. Sua participação activa no debate sobre o futuro da comunicação em Moçambique demonstra seu compromisso em promover práticas éticas e de alta qualidade no sector.

PATRÍCIA AQUARELLI

Uma das maiores líderes de Marketing e Comunicação

Patrícia Aquarelli, uma executiva com 20 anos de experiência em liderança, consultoria e extenso conhecimento nas áreas de marketing, publicidade, consultoria em comunicação e relações públicas, tem-se destacado como uma das principais figuras no cenário empresarial de Moçambique.

Sua trajetória impressionante e sua ampla gama de habilidades a tornaram uma referência no mercado.

Com um histórico que inclui empresas de renome como Vale do Rio Doce, Nissan, Exxon-Mobil e World Bank Mozambique, Patrícia acumulou experiência significativa em diversas áreas, desde o desenvolvimento de planos de marketing até a gestão de eventos corporativos de grande porte. Sua expertise abrange desde estratégias de marca até gestão de mídia e relacionamento com stakeholders.

Actualmente, como parceira da Superbrands Mozambique, Patrícia desempenha um papel fundamental na promoção da excelência em branding e estratégias de marca no país. Sua dedicação em ajudar as empresas a alcançarem o reconhecimento de suas marcas é evidente em seu trabalho diário, onde ela oferece consultoria estratégica e direcção para cada cliente.

Além disso, como parceira na Playground Comunicação, uma agência especializada em estratégias de comunicação integrada e branding, Patrícia lidera projectos para uma variedade de clientes, incluindo MPDC, TDM, Vodacom e Ministério do Turismo. Sua capacidade de desenvolver estratégias personalizadas e eficazes tem sido fundamental para o sucesso de seus clientes.

Patrícia também tem uma sólida formação académica, com pós-graduação em Gestão de Marketing pelo IPAM e bacharelado em Relações Públicas, Publicidade e Comunicação Aplicada pela Universidade Santo Amaro - Unisa. Sua combinação única de experiência prática e conhecimento teórico a torna uma líder respeitada e procurada no campo do marketing e da comunicação.

Com seu compromisso inabalável com a excelência e sua paixão por ajudar as empresas a atingirem seu máximo potencial, Patrícia Aquarelli continua a ser uma força motriz no mundo dos negócios em Moçambique. Sua liderança inspiradora e sua capacidade de criar impacto positivo são um testemunho de sua dedicação ao sucesso de seus clientes e à comunidade empresarial como um todo.





SELMA INOCÊNCIA

Jornalista moçambicana de reconhecimento internacional

Com uma carreira que abrange mais de 15 anos e uma paixão pela narrativa, Selma Inocência se destaca como uma das principais figuras no campo do jornalismo e da comunicação. Sua habilidade de contar histórias e compromisso com a integridade jornalística renderam-lhe reconhecimento internacional, incluindo prestigiados prêmios, como o da COMARP recentemente, onde destacou-se como as 30 mulheres mais influentes da comunicação em Moçambique.

Trabalhando na intersecção entre jornalismo, comunicação e gerenciamento de projectos, Selma traz uma combinação única de habilidades que geram resultados impactantes. Sua experiência diversificada inclui trabalhos com empresas renomadas como TV Globo Internacional, Revista Piauí e Revista Exame, assim como organizações internacionais como a United Nations University.

Além de sua carreira jornalística, Selma é uma moderadora dinâmica, criando ambientes inclusivos onde as ideias podem florescer. Seja em eventos ao vivo, painéis de discussão ou fóruns virtuais, sua abordagem de moderação é caracterizada por um equilíbrio entre diplomacia e assertividade, garantindo trocas de ideias envolventes e respeitadas.

Como gerente de projectos proactiva, Selma demonstra habilidades organizacionais e de comunicação eficazes, enfrentando desafios e cumprindo prazos com soluções inovadoras. Desde a concepção até a execução, ela prioriza a colaboração e a adaptabilidade, garantindo que os projectos não apenas sejam concluídos de maneira eficiente, mas também superem as expectativas projectadas.

Com uma formação académica sólida em Gestão da Informação e especialização em Observação Eleitoral, Selma continua a expandir seu conhecimento e influência no campo da comunicação. Seu compromisso em explorar oportunidades em meio à incerteza gerada pela Inteligência Artificial (IA) demonstra sua mentalidade progressista e sua disposição para abraçar novas tecnologias.

Selma Inocência não é apenas uma jornalista premiada, mas também uma defensora incansável do diálogo construtivo, diversidade de perspectivas e inovação. Seu impacto no mundo do jornalismo e da comunicação continua a inspirar e influenciar aqueles ao seu redor, deixando um legado duradouro no cenário global.

SHEILA MIQUIDADE

Reconhecida como uma das 30 Mulheres Mais Influentes na Área de Comunicação em Moçambique

Sheila Miquidade, renomada General Manager da Kuentxa - Communication and Humanized Leadership Academy, foi recentemente nomeada como uma das 30 mulheres mais influentes na área de comunicação em Moçambique. Este prestigioso reconhecimento foi concedido durante um evento especial realizado no país.

Com mais de 20 anos de experiência dedicados ao campo da comunicação e liderança, Sheila Miquidade tem sido uma figura proeminente na promoção da comunicação efectiva e da liderança humanizada. Como CEO e fundadora da Kuentxa, ela lidera uma academia focada no fortalecimento da comunicação e empoderamento da liderança, com um foco particular no apoio a mulheres líderes e empreendedoras talentosas.

Em sua jornada de trabalho, Sheila tem colaborado com profissionais incríveis, enfrentado desafios e agregado valor tanto para pessoas quanto para negócios. Seu compromisso e paixão pelo que faz foram reconhecidos pelo júri do COMARP Forum, que destacou não apenas suas realizações profissionais, mas também seu papel como mãe e sua capacidade de equilibrar a vida

peçoal e profissional.

Sheila expressou sua gratidão pelo reconhecimento, creditando-o ao apoio de seus colegas, colaboradores, amigos e, especialmente, de seus filhos. Ela enfatizou a importância do amor incondicional de sua família, que tem sido fundamental em sua jornada de sucesso.

Este reconhecimento não apenas celebra as realizações individuais de Sheila Miquidade, mas também destaca o crescente papel das mulheres na liderança e na área de comunicação em Moçambique. Sua trajetória inspiradora serve como um exemplo para outras mulheres que buscam alcançar o sucesso em suas carreiras profissionais, enquanto mantêm um equilíbrio saudável entre vida pessoal e profissional.

Sheila Miquidade continua a ser uma força motriz no campo da comunicação e liderança, e seu compromisso em capacitar outros líderes e empreendedores permanece inabalável. Sua nomeação como uma das mulheres mais influentes na área de comunicação é verdadeiramente merecida e representa um marco significativo em sua ilustre carreira.





SÓNIA MOGNE

Recebe reconhecimento por suas contribuições no Marketing em Moçambique

Sónia Mogne, uma executiva de marketing experiente com mais de 10 anos de actuação no mercado moçambicano, foi recentemente reconhecida por suas contribuições significativas para o campo do marketing em Moçambique, pelo fórum COMARP.

Com uma carreira que abrange desde multinacionais até pequenas e médias empresas, Sónia demonstrou um profundo conhecimento dos mercados de massa e corporativos, destacando-se em áreas como negociação, planeamento de negócios, pesquisa de mercado e desenvolvimento empresarial.

Actualmente, Sónia ocupa o cargo de Head of Marketing na Merec Industries, SA, onde tem sido fundamental na formulação e implementação de estratégias de comunicação e marketing. Seu papel estratégico na Merec Industries tem contribuído significativamente para o sucesso da empresa no mercado moçambicano e além.

Antes de ingressar na Merec Industries, Sónia desempenhou papéis-chave em empresas líderes, como GOtv Moçambique e MultiChoice Group, onde sua experiência em planeamento estratégico e comunicações

estratégicas foi fundamental para o crescimento e sucesso das marcas.

Sónia é formada em Ciências da Comunicação, com ênfase em Marketing e Publicidade, pela ISPU, e possui uma vasta gama de habilidades que vão desde conscientização de marca até comunicações internas.

Além de suas realizações profissionais, Sónia é uma defensora fervorosa do meio ambiente e tem dedicado esforços para sensibilizar sobre a importância da preservação da natureza. Seu compromisso com a responsabilidade social e ambiental é evidente em suas actividades e em suas publicações nas redes sociais, onde ela destaca questões relacionadas ao meio ambiente e à sustentabilidade.

O reconhecimento internacional de Sónia Mogne destaca não apenas suas conquistas profissionais notáveis, mas também sua dedicação ao desenvolvimento sustentável e ao avanço do marketing em Moçambique. Sua influência e liderança continuam a inspirar outros profissionais e a impulsionar o setor de marketing para novos patamares de excelência.

ALIMA HUSSEIN SAUJI

Impulsionando o desenvolvimento do sector privado em Moçambique

Alima Hussein Sauji, Especialista em Desenvolvimento do Sector Privado, está sendo reconhecida por suas contribuições significativas para o avanço do ambiente empresarial em Moçambique. Com mais de 17 anos de experiência em liderança e gestão de diálogo político e envolvimento de partes interessadas, Alima demonstrou habilidades excepcionais na construção de parcerias entre o governo, sector privado, associações empresariais, organizações da sociedade civil e doadoras.

Actualmente actuando como Coordenadora para apoiar a implementação do Projeto de Ambiente de Negócios na IFC - International Finance Corporation, Alima está desempenhando um papel crucial no fortalecimento do ambiente empresarial em Moçambique. Sua experiência anterior incluiu cargos importantes na DAI e na Rio Tinto, onde ela desempenhou funções estratégicas na gestão de partes interessadas e na assessoria em assuntos externos, tanto em Moçambique quanto em nível regional na África.

Alima foi fundamental na redação e imple-

mentação de estratégias de envolvimento de partes interessadas para projetos importantes, como o Projeto de Carvão da Rio Tinto em Moçambique, além de identificar e gerenciar partes interessadas-chave em nível regional para a Rio Tinto em países como Namíbia, Madagascar e África do Sul.

Graduada em Administração de Empresas pela Africa University, Alima possui uma profunda compreensão do contexto político e cultural de Moçambique, além de habilidades excepcionais na tradução dessas questões para os setores público e privado. Ela é amplamente reconhecida por sua capacidade de liderança, habilidades de comunicação eficazes e seu compromisso em impulsionar o desenvolvimento econômico sustentável em Moçambique.

O recente reconhecimento de Alima Hussein Sauji destaca não apenas suas realizações profissionais notáveis, mas também seu papel fundamental no fortalecimento das parcerias entre o governo e o setor privado, promovendo um ambiente empresarial mais favorável para o crescimento e investimento em Moçambique.



LAURA ANDRADE

*Eleita mulher influente na
comunicação pela COMARP*

Laura Andrade, jornalista de TV/rádio e fundadora da LA MÍDIA COMMUNICATION, está dando vida aos sonhos de várias pessoas através do seu novo programa de televisão, Dumissani.

Por conta desses e outros actos dentro da comunicação, foi merecedora do prémio das 30 mulheres mais influentes da comunicação em Moçambique, atribuído pela COMARP fórum, que realizou um evento para anunciar e homenagear essas mulheres.

Dumissani é uma plataforma que promete ser uma plataforma única que oferece oportu-

nidades para aqueles que buscam realizar seus objectivos e aspirações. Laura Andrade, que também é conhecida por seu trabalho como jornalista no programa Pérolas do Oceano da RTP África, está entusiasmada com esta nova empreitada.

O programa Dumissani, segundo escreveu nas suas redes sociais é um espaço onde indivíduos talentosos terão a chance de mostrar seus talentos e compartilhar suas histórias inspiradoras.



PUBLICIDADE





www.ndzila.co.mz



FICHA TÉCNICA

Propriedade/Property:

Ndzila – Comunicação & Marketing, Lda.

**Conselho de Administração/
Administrative Council:**

Simão Djedje

Letícia Machava

Director Executivo:

Simão Djedje

simaodjedje33@gmail.com

**Gestão de Conteúdos Editoriais/
Editorial Content Management:**

Simão Djedje

Daniel Jacinto

noticias@ndzila.co.mz

Área Comercial:

Reynalda Amaral

comercial@ndzila.co.mz

Fotografia/Photography:

Ndzila – Comunicação & Marketing, Lda.

Design de Capa/Cover Design:

Egas Moniz

**Infografia e Paginação/
Infographics and Pagination:**

Egas Moniz