

Kabum

EDIÇÃO Nº 40, JULHO 2026

O BIG BANG DA TECNOLOGIA



Edilson Alberto, o jovem CEO da TechSolutions

Edilson tem 22 anos, construiu
uma empresa tech e hoje lidera
uma equipa que desenvolve
soluções digitais em
Moçambique

Uma revista *moçambicana* sobre tecnologia e inovação.

A Kabum Digital registra os principais acontecimentos locais e internacionais do ecossistema tecnológico por meio de notícias, reportagens e entrevistas.
Edição No 40, julho de 2026.

Saimos doze vezes por ano. Não publicamos por feed: publicamos por edição.



ENCONTRE-NOS

www.kabum.digital

[@kabum.digital](https://www.instagram.com/kabum.digital)



PROJECTOS

Elizabeth Machava

Directora geral

DESIGN GRÁFICO

Takudzwa Jauki

Designer Gráfico

CONTEÚDOS

Nelsy Chaúque

Gestor de conteúdos

COMERCIAL

Nélio Macombo

Gestor Comercial

DIRECÇÃO EDITORIAL

Guidione Machava

Director Editorial Criativo

Kabum

SECÇÃO 01 · NACIONAL

Editorial 05
Guidione Machava

Cover Story · Edison Alberto 09
Empresa de tecnologia aos 16 anos, Estado digital aos 22

Jean 17
Storytelling para humanizar a transformação digital

StartupBlink 22
17 startups moçambicanas no ranking global

Cinco Jovens 28
De Shenzhen a Hong Kong, do espaço à IA

Protecção Jurídica do Software 33
Gil Cambule

STEM Africa 2.0 37
IA em 21 escolas de Maputo, Matola e Marracuene

SECÇÃO 02 · INTERNACIONAL

PlotWeaver 40
IA treinada em línguas africanas para o cinema

Spiro 44
100 mil motos eléctricas em sete países africanos

Flutterwave 49
Stablecoins da Ripple nos pagamentos africanos

Apple × Extensões Siri 53
Claude, ChatGPT, Gemini e Grok no iPhone

GSMA 58
Smartphones a 40 dólares para 20 milhões

A Inteligência Artificial *não conhece Moçambique e a lei prova- o*

Testei os melhores robôs de conversação do mundo com perguntas simples sobre as nossas leis. Os resultados deviam preocupar-nos, mas também apontam o caminho.



Guidione Machava

What can I help with ?



Há uma cena que se repete todos os dias em Moçambique, mesmo que não a vejamos. Alguém, um jovem à procura do primeiro emprego, uma pequena empresária, um estudante, abre o ChatGPT e pergunta: "qual é a taxa do IVA em Moçambique?" ou "que lei regula as florestas?". A resposta chega em segundos, bem escrita, confiante. E, com demasiada frequência, está errada.

Decidi deixar de suspeitar e passar a medir. Reuni 118 perguntas sobre direito moçambicano, todas com resposta verificada no Boletim da República, e submeti-as a doze sistemas de inteligência artificial, os mesmos que qualquer pessoa pode consultar hoje: ChatGPT, Gemini, Claude, Grok, DeepSeek, Copilot, Meta AI, Perplexity e outros. Ao lado deles coloquei um sistema que construí, o MGIM, que responde apenas a partir do texto da nossa legislação.

Os números são desconfortáveis.

Pergunte a um dos modelos mais avançados do mundo qual é a taxa normal do IVA e vários respondem "17%". A taxa é 16%. Pior: citam uma lei que aprova esse imposto, uma lei que não existe. Pergunte qual é a Lei de Florestas e Fauna Bravia em vigor e devolvem a Lei 10/99. Essa lei foi revogada; a que vigora é a Lei 17/2023. Pergunte pela Lei do Trabalho e muitos apontam a 23/2007, quando desde 2023 está em vigor a Lei 13/2023.

No conjunto das 118 perguntas, todos os robôs "inventaram" ou desatualizaram uma citação legal, ou seja, deram como boa uma lei revogada ou inexistente, entre 3% e 10% das vezes. Os que não pesquisam na internet acertaram, no total, entre 25% e 60%. Não é um pormenor: numa questão jurídica, citar uma lei que já não existe pode custar dinheiro, um negócio ou um direito.

E os sistemas que pesquisam na web? Ajuda, mas não resolve. O Perplexity, que faz busca na internet antes de responder, foi o melhor dos concorrentes públicos. Ainda assim, errou a lei aplicável em cerca de 8% dos casos. A razão é simples e reveladora: a legislação moçambicana quase não está online. O Boletim da República vive em PDFs digitalizados, dispersos, muitas vezes ilegíveis para as máquinas. Se não está na internet, o robô não sabe — e, o que é mais perigoso, não sabe que não sabe.

Foi aqui que a experiência deixou de ser sobre tecnologia e passou a ser sobre nós.

Porque o problema não é a inteligência dos modelos. São extraordinários a raciocinar, a resumir, a escrever. O problema é o alimento: a IA só sabe aquilo que foi digitalizado e tornado acessível. O direito francês, brasileiro ou português está todo online, comentado, indexado. O nosso não está. Por isso a máquina, quando lhe perguntam sobre Moçambique, preenche o vazio com o que conhece de outros países, e responde-nos com a lei dos outros, vestida de confiança.

O sistema que construí acertou onde os outros falharam não por ser mais inteligente, não é, mas por uma razão banal: lê a lei moçambicana antes de responder, cita o artigo e, quando não sabe, diz "não consta". Zero citações inventadas. É a diferença entre um assistente que adivinha e um que consulta a fonte.

What is the legal age for marriage in Mozambique


Pepperoni is thinking · 3 rounds · 14 steps

Legal Age for Marriage in Mozambique

> **Important caveat:** No numbered sources were retrieved from the primary legal corpus for this question. The conclusions below are drawn from general legal knowledge about Mozambican law and a supplementary web search. They should be verified against the official "Boletim da República" before being relied upon for legal, policy, or professional purposes.

Direct Answer

The general minimum legal age for marriage in Mozambique is **18 years** for both men and women.

Summary Table

Aspect	Position
Governing law	Lei n.º 10/2004 (Lei da Família)
General minimum age	18 years (both sexes)
Original exceptions (pre-reform)	16 years with parental consent / judicial dispensation * (unverified at primary source level)*
Post-reform position (~2019)	18 years, no exceptions *(unverified at primary source level)*
Source basis	Unconfirmed — no primary text retrieved

Limits of This Analysis

No primary source text (statute articles, official gazette passages) was retrieved to directly cite on this specific question. Every substantive conclusion above is qualified accordingly.

The legal position **may have changed** since 2019; the most current version of Lei n.º 10/2004 or any amending law should be consulted directly via the "Boletim da República" or the Mozambican Ministry of Justice.

For legal, advocacy, or compliance purposes, verification against the official gazette is essential.

 Copy  Word  Save to Pages

Pepperoni can make mistakes and this is not legal advice. Verify against the cited sources before relying on it.

  ...

Chamo a isto uma questão de soberania digital, e acho que é o debate que nos falta. Não vamos treinar do zero um modelo tão bom como o ChatGPT, nem precisamos. O que está ao nosso alcance, e é urgente, é digitalizar e organizar o nosso próprio conhecimento: as leis, os dados estatísticos, a história, a produção científica, a língua. Enquanto o Boletim da República for um arquivo de imagens, seremos invisíveis para as ferramentas que o mundo já usa todos os dias, e continuaremos a receber respostas sobre Moçambique escritas por quem nunca leu uma lei moçambicana.

A boa notícia é que este é um problema que se resolve com trabalho, não com génio. Cada lei digitalizada em texto pesquisável, cada base de dados aberta, cada arquivo tornado legível por máquinas é um tijolo de uma IA que finalmente nos conhece.

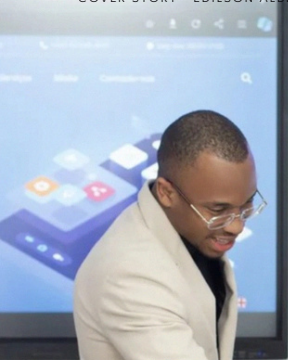
Até lá, fica o conselho prático: pela sua fluência, não confunda um robô de conversação com um jurista. Quando a pergunta for sobre os seus direitos, os seus impostos ou a sua empresa, confirme na fonte. A resposta bonita e confiante pode estar a citar uma lei que morreu há vinte anos.

A inteligência artificial ainda não conhece Moçambique. Mas quem a vai ensinar somos nós.

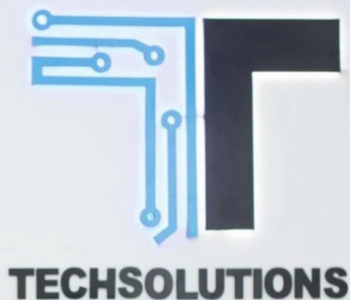
Edilson Alberto, o jovem CEO da TechSolutions

Edilson tem 22 anos, construiu uma empresa tech e hoje
lidera uma equipa que desenvolve soluções digitais em
Moçambique





Edilson Alberto



Edilson Alberto nasceu a 9 de Janeiro de 2004. O pai é engenheiro eléctrico, a mãe trabalha em recursos humanos. A educação em casa foi rigorosa, com regras e princípios claros. Mas os sonhos do jovem nunca foram pequenos. "Desde criança, um dos meus grandes sonhos era ter carros de luxo como Ferraris", admite sem hesitar. "Outro era mudar o mundo, criar vários empregos e ter impacto. E eu sabia que uma das únicas formas de conseguir isso era através do empreendedorismo."

A clareza veio cedo. Aos 15 anos, Edilson frequentou um curso de simulação empresarial onde aprendeu as bases do empreendedorismo moçambicano: como funcionam as empresas, que documentos precisam para se tornarem legais, como se estrutura um negócio. "Percebi que realmente ser empresário era aquilo que eu queria", recorda.

Com 16 anos, começou a estruturar a sua primeira ideia. Chamou-lhe Praticamoz, uma plataforma de ensino à distância. Lançou-a em Fevereiro de 2020, em plena pandemia, e conquistou o seu primeiro cliente: o Instituto Nília. O projecto funcionou. Mas mais importante do que o sucesso imediato foi a descoberta que veio com ele. "Percebi que realmente havia um gap no mercado. Várias empresas precisavam de alguém que lhes mostrasse que tipo de tecnologias podem usar para melhorar o seu dia a dia."

Foi assim que nasceu a TechSolutions.

Soluções à medida para quem ainda vivia no papel

A TechSolutions apresenta-se como uma empresa de soluções tecnológicas com um objectivo directo: aumentar a visibilidade, diminuir a burocracia e aumentar a eficiência das empresas. Opera em duas frentes: software e hardware, complementadas por formação e comunicação.

No software, a equipa desenvolve websites, aplicações móveis e sistemas de gestão à medida. "O website é a porta de entrada para qualquer cliente. É a forma como os potenciais clientes avaliam uma empresa, recolhem informações sobre o que ela faz", explica Edilson. "Acreditamos que é algo essencial que todas as empresas deveriam ter."

Mas o trabalho que mais define a TechSolutions é a automatização de processos. O alvo principal são grandes instituições e organismos do Estado, onde a tramitação de documentos ainda é, em muitos casos, inteiramente manual. "Fazemos sistemas à medida. O cliente apresenta-nos um problema e nós devolvemos uma solução específica para aquele caso", descreve. Na vertente de hardware, a empresa já forneceu mais de mil peças de equipamento informático a várias direcções do Estado, sempre com uma lógica de adequação: "Tomamos em consideração as necessidades reais do cliente e propomos equipamento que vai durar e ter a devida garantia."

Seis anos depois do lançamento, a TechSolutions conta com cerca de 20 colaboradores jovens, escritórios próprios e mais de 50 clientes institucionais.



O balcão que eliminou filas no Ministério dos Transportes

De todos os projectos entregues, Edilson destaca um como o mais transformador. Em finais de 2022, a TechSolutions foi convidada pelo Ministério dos Transportes e Comunicações para automatizar o processo de licenciamento de viaturas de transporte de carga e passageiros. Até então, o processo era inteiramente manual. As empresas de transporte tinham de se deslocar fisicamente ao Ministério para renovar permissões e licenças.

A equipa desenvolveu um balcão virtual que permite às empresas emitir licenças sem sair de casa. "É um sistema que agregou muito valor. Hoje conta com mais de mil utilizadores e mais de 20 mil documentos gerados", revela Edilson. "Aumentou a facturação do sector dos transportes e tornou o processo muito mais eficiente e com menos burocracia."

A lista de projectos marcantes não pára aí. A TechSolutions renovou websites de instituições de referência, incluindo o portal do Conselho Municipal de Maputo. E o projecto actual é ainda mais ambicioso: em parceria com o Município da Cidade de Maputo, a equipa está a desenvolver um novo sistema de cobrança de impostos municipais, com o objectivo de trazer mais transparência, eficiência e menos burocracia aos processos tributários da capital.



IA na linha de código e no produto final

Edilson não tem dúvidas sobre o papel da inteligência artificial. "Não é uma opção, é uma necessidade", afirma. Na TechSolutions, a IA já está integrada de duas formas. Internamente, os programadores utilizam ferramentas de IA directamente no ambiente de desenvolvimento.

"Tarefas que levavam três a quatro horas estão a levar muito menos porque integrámos inteligência artificial no nosso IDE", explica. "Permite-nos codificar funcionalidades de forma mais rápida."

Externamente, a empresa está a integrar IA nos sistemas que desenvolve para clientes: chatbots inteligentes, módulos de apoio à decisão e soluções de automação. "É a forma como estamos a utilizar neste momento para ajudar tanto internamente como externamente, para os nossos clientes e parceiros."

A cibersegurança acompanha cada passo. Dado que grande parte dos clientes são organismos do Estado, a protecção de dados é crítica. "Desde a forma como modelamos a base de dados até à encriptação, temos muito cuidado e usamos as tecnologias mais avançadas de protecção", garante Edilson. "Acima de tudo, temos de proteger a integridade do cliente e a informação que nos é confiada."

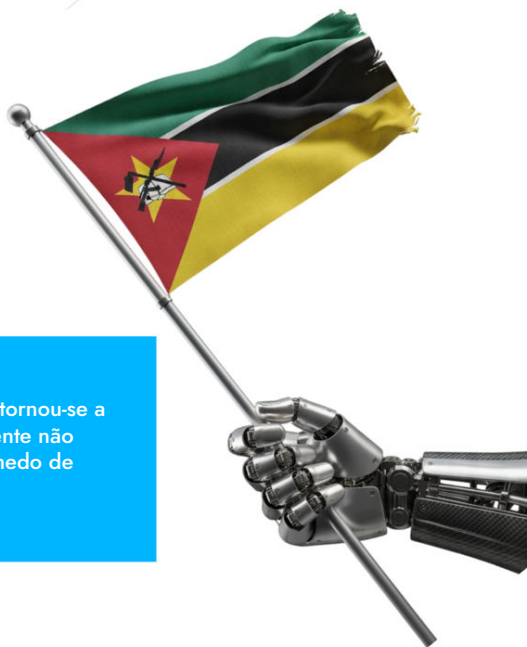
O medo do digital e os sistemas que ninguém formou

Quando questionado sobre os desafios que encontra nos clientes, Edilson é pragmático. O primeiro obstáculo é cultural:

"Habitaram-se muito ao papel. O papel tornou-se a essência deles. Sem um papel, praticamente não conseguem executar nada. E têm muito medo de arriscar na tecnologia."

O segundo é estrutural. Muitas instituições investem em sistemas sem pensar na infraestrutura que os suporta. "Um sistema sem infraestrutura praticamente não funciona. Encontramos vários clientes que já tentaram fazer sistemas, mas não fizeram de forma bem estruturada. Sem infraestrutura, é trabalho zero."

O terceiro é a formação. "Muitos dos nossos clientes contratavam empresas que entregavam sistemas mas não formavam, não davam manuais. O cliente ficava muito dependente do fornecedor." Na TechSolutions, a abordagem é diferente: análise de requisitos, infraestrutura adequada e formação são parte obrigatória de qualquer entrega.





IA para governantes e dados para decidir

Sobre o futuro tecnológico de Moçambique, Edilson aponta duas tendências decisivas. A primeira é a inteligência artificial aplicada à governação. "O governo vai conseguir ter mais insights sobre aquilo que está a produzir e que estratégia deve implementar. Acredito que a próxima tendência será AI para os governantes, para os ministros, que vão usar IA para ajudar a tomar decisões estratégicas para o futuro do país."

A segunda é a análise de dados. "A questão do Power BI e de Analytics vai tornar-se algo muito grande. Vamos ter mais pessoas a analisar o comportamento dos dados e a perceber que tipo de informações podemos extrair. A TechSolutions já está a investir nesta direcção."

"O governo vai conseguir ter mais insights sobre aquilo que está a produzir e que estratégia deve implementar. Acredito que a próxima tendência será AI para os governantes, para os ministros, que vão usar IA para ajudar a tomar decisões estratégicas para o futuro do país."

Moçambique primeiro, *África a seguir*

Edilson não esconde a ambição. "Daqui a cinco anos, gostaríamos de ver a TechSolutions como a empresa número um de Moçambique em tecnologias de informação e comunicação, em todas as áreas, de software a hardware." Mas o horizonte não pára nas fronteiras nacionais. "Em breve, queremos mapear outros países africanos que precisam do nosso serviço. Gostaríamos de estar pelo menos em mais dois países: a África do Sul e Angola, que acreditamos ter muito potencial."

A frase final é de quem já não tem dúvidas sobre o caminho. "Não vamos parar até sermos uma das melhores empresas em África. E mostrar que é possível uma empresa de Moçambique chegar a este nível."

Edilson Alberto tem 22 anos.

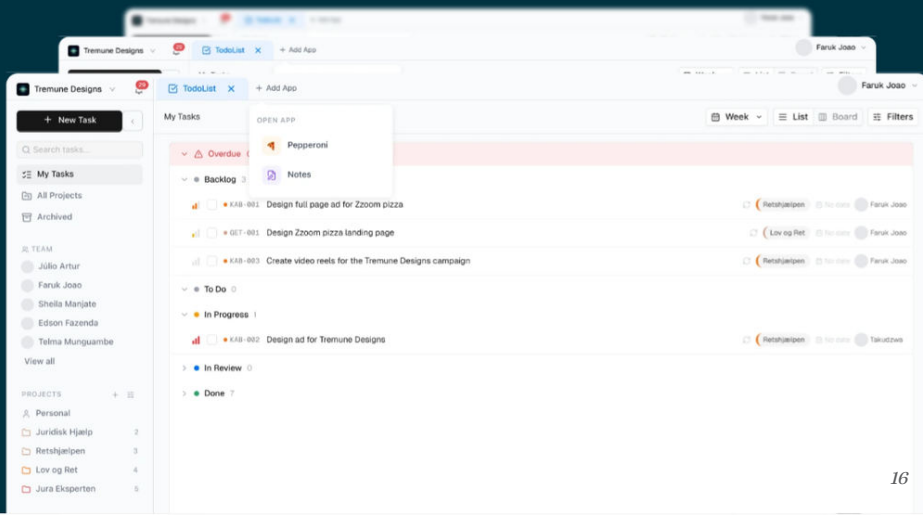
Fonte: Entrevista exclusiva Kabum Digital, Julho 2026



Get Pizza não é sobre comida.

É sobre fazer o trabalho de cinco apps com uma só. Tarefas. Notas. Um assistente que já leu tudo o que escreveste, numa só conversa.

www.getpizza.digital



Jean a casa criativa que usa o storytelling para aproximar e humanizar marcas

Completado o seu primeiro ano de actividade, a Jean celebra a arte de contar histórias. Focada no desenvolvimento de projectos audiovisuais, esta casa criativa moçambicana ajuda marcas e instituições a ligarem-se ao seu público de forma autêntica, sensível e profunda.



A jornada da fundadora da Jean, Kelly Jean Valigy, foi moldada por uma década de trabalho e muita aprendizagem em grandes agências de comunicação em Moçambique. Foram anos valiosos, onde absorveu ferramentas, compreendeu a fundo o mercado e cresceu profissionalmente. No entanto, com o passar do tempo, o seu coração começou a pedir outro caminho. Kelly sentiu o desejo profundo de trabalhar em projectos independentes, onde a liberdade criativa imperasse e onde o foco não estivesse necessariamente amarrado a campanhas publicitárias tradicionais ou manuais corporativos.

Essa inquietação transformou-se em propósito durante um período de grandes mudanças globais. Kelly, como muita gente, começou a notar uma vaga de novos empreendedores, artistas e marcas independentes que criavam projectos incríveis, mas que não sabiam como contar a sua história ao mundo. As estruturas do mercado, focadas em publicidade em grande escala, nem sempre conseguiam dar a atenção que estes projectos mereciam. Mas, a Jean nasceu desse desejo de proximidade. Da vontade de ser um porto seguro para as pessoas que tem uma ideia e precisa de ajuda para lhe dar vida através de imagens e emoções.

Em Abril de 2025, o sonho materializou-se. Desde o primeiro dia, Kelly faz questão de esclarecer que a Jean não é uma agência de marketing tradicional. "Somos uma casa criativa", define com simplicidade.

Apesar de termos um leque de serviços disponíveis para os nossos clientes, a nossa verdadeira paixão está nos projectos independentes que fazemos. Os documentários, as curtas-metragens.....os podcasts! Qualquer coisa que nos ven à mente, fazemos."

▶▶▶ Kelly Jean Valigy, fundadora da Jean



Kelly Jean Valigy

Essa filosofia reflete-se na assinatura que guia a equipa: "Where Ideas Come Home" (Onde as Ideias Encontram Casa). É um lembrete diário de que qualquer ideia, por mais simples ou ousada que seja, merece ser ouvida com respeito e empatia. "Acreditamos que não existem más ideias. Criámos um ambiente acolhedor e sem julgamentos, onde ouvimos e vemos como todos podemos ajudar a realizar a ideia."

Uma equipa que partilha o mesmo coração



A Jean ganha vida através de um núcleo unido de cinco pessoas. Longe do modelo corporativo vertical, o processo criativo na casa é colectivo, baseado na partilha e na entreajuda. Quando chega um novo desafio, todos se sentam à mesa, independentemente de trabalharem na produção, no conteúdo ou na área digital.

"A Jean não sou eu, a Jean é toda a equipa.", explica Kelly, com orgulho. Na Jean, a criatividade nunca é o fardo ou a responsabilidade de uma única pessoa; é uma construção de todos.

Essa visão humana estende-se à forma como a equipa cresce. Mais do que currículos extensos ou diplomas académicos, a equipa procura pessoas com brilho nos olhos,

que trazem consigo uma veia autodidacta e uma vontade genuína de aprender e colaborar. "A técnica e o manuseamento das câmaras, podemos ensinar com o tempo. Mas o carácter, a criatividade e a vontade de crescer em equipa têm de vir de dentro. Valorizamos muito isso."

Essa energia reflete-se na dinâmica do quotidiano. Como o foco da Jean está em capturar a vida através do audiovisual, a equipa passa grande parte do tempo fora do escritório. O trabalho assume frequentemente um tom de aventura, levando-os a acampar ou a viajar de barco para gravar em cenários naturais e comunidades distantes.

Chiffon Bakery: *Criar laços através da imagem*

Entre as histórias que marcaram este primeiro ano de vida, a colaboração com a Chiffon Bakery, uma marca de confeitaria artesanal gerida por duas primas, ocupa um lugar especial no coração da Jean. Foi o projecto perfeito para colocar em prática a essência da Jean: apoiar e caminhar lado a lado com marcas locais.

A confeitaria tinha passado por um longo período de silêncio nas redes sociais. O desafio não era simplesmente fazer publicidade para vender bolos, mas sim reatar o laço com a

comunidade. A equipa da Jean envolveu-se inteiramente, apostando no desenvolvimento de conteúdos audiovisuais delicados e estéticos, que mostravam o carinho na escolha dos ingredientes, os bastidores da cozinha e a dedicação das fundadoras, transformando cada partilha num momento de ligação.

O resultado superou as expectativas. A comunidade respondeu com mensagens de carinho e um envolvimento profundo, provando que o público ainda estava lá, à espera de ser ouvido. O que começou com uma simples gestão de conteúdos cresceu organicamente para coberturas fotográficas e produções audiovisuais, consolidando uma parceria baseada na confiança mútua.

A busca pela ligação emocional

Com o seu crescimento orgânico, a Jean começou a atrair a confiança de marcas e instituições de maior dimensão, operando hoje em vários sectores do mercado. No entanto, o crescimento não mudou a essência da casa; os valores continuam intactos. Com os pés no chão, a Jean assume a responsabilidade do seu impacto e prefere recusar projectos que não alinhem com a sua visão de responsabilidade social e ética. No que toca a resultados, a casa criativa escolhe sempre caminhar com transparência e sensatez ao lado dos seus clientes.

Para garantir a eficácia de cada projecto antes da entrega final, a equipa foca-se num critério claro: a peça audiovisual precisa de ser auto explicativa e capaz de gerar uma reacção imediata. Se a mensagem for claramente entendida e despertar interesse em quem a vê pela primeira vez, sem necessidade de explicações adicionais, a Jean sabe que o trabalho cumpriu o seu propósito.



A simplicidade de ser autêntico

Kelly aponta que, por vezes, o mercado de comunicação se perde ao tentar seguir tendências passageiras de forma cega ou ao depositar expectativas irreais em números de seguidores e influenciadores digitais. Para a Jean, a oportunidade reside na simplicidade de ser autêntico e ter a coragem de experimentar linguagens visuais diferentes. "A nossa força está na ousadia de testar novos caminhos, sem medo de errar, guiados sempre pela intuição e pela sensibilidade artística."

Olhando para o futuro, o grande desejo da Kelly é que, daqui a dez anos, quando alguém tiver uma ideia que pareça difícil ou demasiado sensível para explicar, pense na Jean como o lugar certo para ir. Um espaço acolhedor onde as histórias encontram uma casa.

O olhar de Kelly sobre a criatividade

"Para mim, a criatividade é um pouco como cozinhar. Qualquer um de nós consegue seguir uma receita. Mas, abrir a geleira, ver um ovo, meio tomate, limão, um pacote de caldo, e resto de massa, e conseguir mesmo assim improvisar um prato como deve ser, isso é saber cozinhar. Na comunicação visual é a mesma coisa. Nem sempre temos os maiores orçamentos ou os recursos ideais, mas ter a mente aberta e o coração disposto para criar algo wow! com aquilo que temos à nossa frente... isso, sim, é ser criativo."

▶▶▶ Kelly Jean Valigy, fundadora da Jean



As 17 startups moçambica nas no mapa global da inovação



O ranking StartupBlink de Junho de 2026 revela quem está a construir tecnologia em Moçambique, da fintech à cibersegurança, da inteligência artificial ao comércio informal digitalizado

Moçambique tem 17 startups listadas no ranking global da StartupBlink para Junho de 2026. O ecossistema ainda não tem classificação, nem a nível regional na África Oriental nem a nível mundial, mas o que estas empresas estão a construir conta uma história que vai além dos números: há empreendedores moçambicanos a resolver problemas reais com tecnologia própria.

A fintech é o sector mais maduro.



A fintech é o sector mais maduro. A Paytek desenvolveu a i.Mali, um ecossistema de pagamentos digitais sem contacto que usa tecnologia QR Code para substituir os terminais POS tradicionais. Testada e aprovada no sandbox regulatório do Banco de Moçambique, a i.Mali permite que um comerciante gere um código QR com o valor a cobrar e o cliente pague directamente pela app, sem contacto físico. Além de pagamentos em loja, oferece transferências entre pessoas, recargas de saldo e pagamento de serviços como Credelec e água



No mesmo sandbox nasceu a Pertence, a primeira plataforma de crowdfunding do país, que liga PME e empreendedores a investidores nacionais e internacionais dispostos a financiar projectos. Se o modelo se provar viável, o Banco Central propõe-se a licenciá-la para operar de forma independente



A fechar o trio fintech, a Umbrella Logistics and Advisory opera na área de seguros digitais, oferecendo soluções de logística e consultoria com foco em simplicidade e acessibilidade.

A inteligência artificial tem duas representantes



A Jon AI criou uma plataforma de gestão do ciclo de vida de documentos empresariais que usa IA para gerar contratos, propostas, relatórios e mais de 100 tipos de documentos formatados ao estilo da empresa. O produto principal, o DocPrompt, permite construir briefs detalhados ao longo do tempo e a IA produz o documento final. Funciona num modelo SaaS a 10 dólares por utilizador por mês



A Sensible Ambient Tech trabalha num registo diferente: oferece software de facturação para criar facturas, orçamentos e recibos, com gestão de vendas, inventário e clientes em tempo real, compatível com impressoras A4 e térmicas de 80mm.

A cibersegurança está representada *por duas* empresas.



A Empire Cybersecurity oferece testes de penetração em redes, aplicações web e IoT, além de formação em hacking ético e defesa de redes.



A ATHSec posiciona-se como consultora de segurança da informação para os sectores público e privado, com o lema "Your business Under Our Digital Protection", ajudando organizações a gerir risco e estratégia cibernética.

No universo *do software e* serviços digitais



A TRANSDIGITAL opera com 20 funcionários na área de design digital e storytelling, oferecendo soluções que vão do software CAD à comunicação criativa



A MozDomains é o fornecedor moçambicano de alojamento web e registo de domínios.



A Champier trabalha em web design, design gráfico e podcasting, posicionando-se como empresa de serviços digitais para o mercado local.

O e-commerce conta com dois nomes



A Nacosso funciona como marketplace que liga vendedores e compradores num catálogo que vai de electrónica a moda e acessórios, procurando ser o destino único de compras online em Moçambique.



A Hlmodas especializou-se no segmento de moda, operando como marketplace de roupa, sapatos e acessórios, incluindo revenda, dando nova vida a peças além do primeiro dono.

Startups mais interessantes *em termos de impacto social*



Biscate, co-desenvolvida com a Vodacom Moçambique. A plataforma permite que trabalhadores informais, canalizadores, electricistas, carpinteiros, e outros profissionais muitas vezes sem certificação formal, se registem e publiquem os seus serviços usando qualquer telemóvel básico via tecnologia USSD. Os clientes podem procurar trabalhadores por ofício, localização e experiência, e avaliá-los após o serviço. Mais de 50 mil trabalhadores já se registaram, num país onde a economia informal é dominante.

Na área de conteúdos



a Ethale Books App é a primeira aplicação de livros multilingue da África Oriental, disponibilizando conteúdo local em Português, Swahili e Inglês através de uma app desenhada especificamente para telemóveis Android, não para e-readers. O modelo de receita é sustentado por publicidade móvel, mantendo o acesso gratuito.



A 80X RECORDS é uma produtora musical e colectivo de produtores especializado em Hip-Hop, RnB e Trap, com o objectivo de desenvolver artistas promissores de Moçambique e colocá-los no circuito regional e internacional.



Toxchat

A Toxchat, fundada por Augusto Augsburg, opera na área de hardware a partir de Joanesburgo com raízes moçambicanas. E a Chicoa Fish Farm, a segunda startup mais bem classificada do ranking, trabalha na aquacultura de água doce com uma solução verticalmente integrada para lançar a indústria em Moçambique, num cruzamento entre tecnologia e sustentabilidade ambiental.

17 empresas em sectores

São 17 empresas em sectores diferentes, com níveis de maturidade diferentes, mas com um traço comum: estão a construir soluções onde antes não existiam. O facto de o ecossistema não ter ainda classificação global não é uma fraqueza. É uma medida de quão cedo estamos. O que importa é que as fundações estão a ser construídas, projecto a projecto, produto a produto.

Fonte: StartupBlink, Top Startups in Mozambique, Junho 2026

mbc TV

FIQUE LIGADO A NOSSA PROGRAMAÇÃO

CONECTANDO O MUNDO



Mozambique Broadcasting Company é um canal televisivo moçambicano preocupado com a transformação social através do jornalismo.



Nossos Canais

tv cabo CANAL 352

TMT CANAL 18

+258 85 850 85000

geral@mbc.co.mz

Cinco jovens moçambicanos que *brilharam no primeiro semestre de 2026*

De Shenzhen a Hong Kong, da Índia ao espaço, estes são os nomes que marcaram os primeiros seis meses do ano

A Kabum Digital chega à sua 40.^a edição. Quarenta números a contar histórias de inovação, talento e ambição vindas de Moçambique e do mundo. Para assinalar este marco, escolhemos olhar para quem deu motivos de orgulho durante os primeiros seis meses de 2026: cinco jovens moçambicanos cujos percursos, projectos e conquistas atravessaram fronteiras e colocaram o país no mapa global da ciência, da tecnologia e da criatividade.

Fernando Cavele: o primeiro astronauta análogo de Moçambique



Quando se fala em exploração espacial, poucos imaginam que Moçambique já tem um nome inscrito nessa história. Fernando Cavele, arquitecto formado pela Universidade Eduardo Mondlane, tornou-se o primeiro moçambicano a participar numa missão de astronauta análogo, e em 2026 deu mais um passo decisivo nesse percurso.

Em 2025, Cavele já havia representado Moçambique na conferência Bioinspired Frontiers, na Índia, um evento dedicado à intersecção entre biologia, arquitectura e tecnologia espacial. Foi ali que começou a consolidar a sua rede internacional e a posicionar-se como um profissional sério num campo onde África ainda tem pouquíssima representação.

No início de 2026, participou na AAKA Space Mission, também realizada na Índia, integrado na equipa CREW 3. Durante sete dias, Cavele trabalhou lado a lado com engenheiros civis, estudantes de engenharia aeroespacial e especialistas em arquitectura espacial, simulando condições de vida e trabalho em ambientes extraterrestres. A missão envolveu protocolos rigorosos de investigação, testes de habitabilidade e recolha de dados científicos, tudo pensado para preparar futuras expedições humanas ao espaço.

O que torna a história de Fernando Cavele especialmente significativa não é apenas o feito individual. É a prova de que um jovem moçambicano, formado numa universidade pública em Maputo, pode competir e contribuir ao mais alto nível num dos sectores mais exigentes do mundo.



Magne Dina Neves: primeiro lugar num hackathon internacional com robótica e inteligência artificial

Magne Dina Neves estuda Engenharia Eléctrica e de Computadores na Universidade de Macau e, nos dias 28 e 29 de Março de 2026, venceu o primeiro lugar no IoT Data Hackathon, em Hong Kong, uma competição que reuniu mais de 160 equipas provenientes de mais de dez universidades. A cerimónia de premiação realizou-se a 16 de Abril.

O projecto vencedor utilizou um robô hexápode SpiderPi para navegação autónoma e visão computacional. Combinando cinemática inversa, visão por inteligência artificial de ponta (edge-AI) e dados de IoT aplicados a métricas ESG (ambiente, responsabilidade social e governação), Magne demonstrou uma capacidade rara de integrar múltiplas disciplinas numa solução funcional e casa.

Em 2024, Magne já havia recebido o prémio de Best Student Paper no International Integrated Reliability Workshop (IIRW). Antes de Macau, passou pela African Leadership Academy (ALA), na África do Sul, uma das instituições mais selectivas do continente africano. Na Universidade de Macau, é presidente da Associação de Estudantes Internacionais e membro activo do Clube de Robótica.



Neyla Mussá, Walter Salgado e Nerio Jamisse: *pódio na maior competição mundial de tecnologia*



Em dez anos de Huawei ICT Competition, Moçambique nunca tinha chegado tão longe. Este ano chegou, e fê-lo a subir ao pódio. A equipa moçambicana da track de Cloud, formada por Neyla Mussá, Walter Salgado e Nerio Jamisse, regressou de Shenzhen, na China, com o 3.º lugar na final global da edição 2025-2026, e três medalhas que pesam mais do que o metal.

A caminhada começou em Outubro de 2025 e durou oito meses. O percurso passou por três filtros: a fase preliminar, em Novembro; a fase nacional, em Dezembro, de onde saíram duas equipas moçambicanas (uma para a track de Cloud e outra para a de Network); e a fase regional, em Março de 2026. Só a equipa de Cloud chegou à fase global.

Pelo meio, os três estudantes foram passando pelos três níveis de certificação da Huawei: o HCIA, de nível Associate; o HCIP, de nível Profissional; e o HCIE, de nível Expert. As áreas estudadas foram Cloud Services Solutions Architecture, desenvolvimento de Inteligência Artificial e cloud computing. A equipa contou com a mentoria de Mwanahamisi (Misi) M., que acompanhou o processo desde a fase preliminar.

A final global decorreu a 2 de Junho de 2026 em Shenzhen, na sede da Huawei. Foram nove horas de prova, num formato que a equipa descreveu como um exame final que continha um pouco de tudo o que tinham aprendido ao longo da jornada. Os resultados saíram a 5 de Junho, na cerimónia oficial de premiação.

“Sentimo-nos orgulhosos de partilhar o palco e o pódio com as equipas vencedoras da track de Cloud.”

▶▶▶ Revista Tempo / O Económico, Maio 2026

Os estudantes vêm de três instituições de ensino superior moçambicanas, todas baseadas em Maputo. Neyla Mussá estuda na Escola Superior de Ciências Náuticas (ESCN). Walter Salgado está no Instituto Superior de Transportes e Comunicação (ISUTC). E Nerio Jamisse frequenta a Universidade Pedagógica de Maputo (UP). É a primeira vez que três instituições nacionais aparecem juntas no pódio de uma competição tecnológica deste nível.

O resultado é simbólico para o ecossistema tecnológico nacional. A Huawei ICT Competition existe há uma década e, em todas as edições anteriores, Moçambique tinha ficado pelas fases regionais. Chegar à fase global era o primeiro grande objectivo, e o pódio era um cenário difícil de prever à partida.

O MERCADO EXIGE PRESSA. NÓS PROPOMOS ESSÊNCIA.

Acreditamos que nenhuma boa ideia deve caminhar sozinha. Transformamos as tuas ideias em marcas com identidade e construímos narrativas estratégicas que te conectam a pessoas, cultura e propósito. Ganha posicionamento e consistência sem perderes a tua autenticidade.

TRAZ AS TUAS IDEIAS PARA CASA.



✉ info@jean.co.mz 🌐 <https://jean.co.mz/>

jean
design & brand strategy

O que estes cinco jovens nos dizem sobre Moçambique

Olhar para estas cinco histórias em conjunto revela um padrão que vale a pena sublinhar. Não se trata de exceções isoladas, mas de uma tendência crescente: jovens moçambicanos que combinam formação sólida com ambição internacional, que competem em palcos globais e que trazem resultados concretos.

Fernando Cavele leva Moçambique ao espaço, literalmente. Magne Dina Neves vence hackathons contra centenas de equipas em Hong Kong. Neyla Mussá, Walter Salgado e Nerio Jamisse sobem ao pódio em Shenzhen contra 220 mil participantes de mais de 100 países.

Na 40.ª edição da Kabum Digital, celebramos não apenas a longevidade da revista, mas sobretudo a certeza de que Moçambique continua a produzir jovens capazes de transformar realidades. O primeiro semestre de 2026 foi rico em provas disso. E o segundo semestre promete ainda mais.

Fonte: Kabum Digital; Huawei ICT Competition 2025-2026; Diário Económico; Folha de Maputo

A Protecção Jurídica do Software em Moçambique



Gil Cambule

Advogado especializado em Direito da Tecnologia
Docente de Direito Informático na Faculdade de Engenharia da
Universidade Eduardo Mondlane
gcambule@ca.co.mz

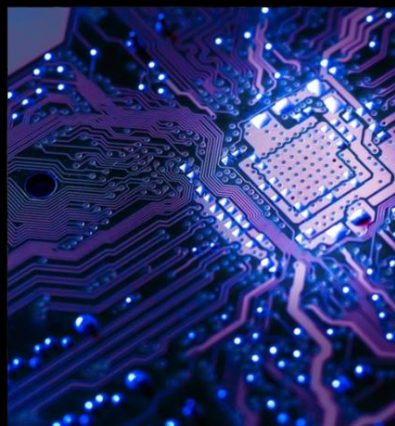
A economia moçambicana está a acelerar a sua transição para um ecossistema digital competitivo. Soluções de software tornaram-se activos estratégicos para empresas, instituições públicas e privadas, startups e indivíduos, sendo hoje um dos principais motores de inovação. Contudo, a protecção jurídica das criações tecnológicas continua a ser um dos temas mais mal compreendidos ou mesmo ignorados no mercado nacional. Neste breve texto trazemos algumas notas que ajudam a clarificar o quadro legal vigente e os caminhos possíveis para garantir segurança jurídica aos criadores e investidores.

I – Software como obra intelectual

O Direito moçambicano define o software (programa de computador) como o conjunto de instruções expressas por palavras, códigos, esquemas ou por qualquer outra forma, capaz de, quando incorporado num suporte legível por máquina, fazer com que um computador ou um processo electrónico com capacidade de tratamento da informação consiga realizar ou completar uma tarefa ou um resultado particular. Esta definição encontra-se na Lei n.º 9/2022, de 29 de Junho, que é a Lei dos Direitos do Autor e Direitos Conexos, dando-nos nota de que em Moçambique, o software é protegido por via do direito de autor não sendo, por isso, pelo menos nos seus elementos regulares, sujeito ao regime de patentes. Ou seja e tal como sucede nos principais ordenamentos modernos, o programa de computador é tratado como obra literária, independentemente da sua forma de expressão: código fonte, código objecto, documentação técnica, diagramas ou manuais.

Em todo o caso, vale a pena notar que apesar de o software não ser patenteável per se, algumas soluções tecnológicas podem qualificar-se como invenções implementadas por computador. Ou seja, se se puder destacar um contributo técnico concreto — como, por exemplo, um novo método

de compressão de dados ou um algoritmo inovador com efeito técnico mensurável — a protecção por patente pode ser possível. Aqui, em termos de discussão jurídica propriamente dita, será essencial distinguir o Código em si (programa de computador protegido por direito de autor) e a tecnologia inovadora com efeito técnico (que pode ser elegível para protecção industrial por patente e sujeita a regime jurídico diferente).





II – Protecção independente de registo

Segundo a Lei dos Direitos de Autor e Direitos Conexos, o direito de autor pertence ao criador intelectual da obra, salvo disposição expressa em contrário e é reconhecido, independentemente de registo, depósito ou qualquer outra formalidade. Assim, a primeira consequência importante de o programa de computador ser protegido por via do direito de autor é a desnecessidade de registo para a sua efectivação ou seja, a protecção que a lei confere ao programa nasce automaticamente no momento da criação, sem necessidade de registo. Obviamente, para facilidade de prova em caso de litígio, é sempre recomendável que o programa seja devidamente registado a favor do autor, junto à entidade competente mas a ausência desse registo não impede a protecção da lei desde que, por qualquer meio possível, o autor esteja apto a provar a sua autoria.

Uma vez concebido, portanto, o software passa a ser protegido por lei sendo que esta protecção, nos termos da Lei, dura até 50 (cinquenta) anos após a morte do autor (se a titularidade do programa tiver sido atribuída ao criador intelectual) ou até 50 anos após a data em que o programa foi pela primeira vez, lícitamente, publicado ou divulgado (se o direito de autor sobre o programa tiver sido atribuído a entidade diferente do criador intelectual).

III – Conteúdo da Protecção

Ao titular do software a Lei reconhece duas categorias de direitos. Por um lado, os chamados “direito patrimoniais” (implicando essencialmente o direito exclusivo de dispor da sua obra, de fruí-la e utilizá-la, ou autorizar a sua fruição ou utilização por terceiro, total ou parcialmente) e, por outro, os direitos ditos “morais” ou “não patrimoniais” (compreendendo as possibilidades de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria do programa, ter seu nome, pseudónimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o autor, na utilização do programa ; conservar inédito o programa e de assegurar a sua integridade, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de actos que, de qualquer forma, possam prejudicar ou como autor, atingir a sua reputação ou honra)

IV – Cuidados a considerar em contratos envolvendo desenvolvimento de software

Titularidade — a lei moçambicana oferece soluções diversificadas para a determinação da titularidade do software. Com efeito, ela determina como princípio geral que o titular do programa é o seu criador intelectual mas deixa absolutamente ao critério das partes (o programador, a entidade empregadora, a empresa solicitante do programa etc. conforme o caso) a liberdade de determinar contratualmente quem deve ser considerado o titular de um determinado programa numa determinada circunstância. Nos contratos envolvendo desenvolvimento, portanto, a cláusula sobre a titularidade do direito de autor sobre o programa deve ser cuidadosamente construída.

Responsabilidade Civil — muitas coisas podem correr mal num contrato envolvendo o desenvolvimento de software (desde atrasos na entrega, deliverable abaixo do determinado no SLA até danos gerados pela operação do software já desenvolvido e entregue). Alguém tem de responder por esses problemas, em sede de responsabilidade civil. Nestes contratos, a cláusula sobre responsabilidade civil, portanto deve ter em conta aspectos como a limitação de responsabilidade, considerando sempre os limites impostos em geral pelo Código Comercial e em especial pelo regime dos Contratos Inteligentes que consta do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais.

Licenças — em geral e como qualquer titular de obra intelectual, o titular do programa de computador tem a faculdade de conceder licença (exclusiva ou não exclusiva) do software. Entretanto, as particularidades próprias das licenças de software (sejam elas licenças exclusivas, licenças não exclusivas, SaaS — uso mediante subscrição, Open Source com restrições, licenciamento empresarial por módulos etc.) não se encontram especificamente reguladas na Lei, o que demanda uma atenção especial de quem está a preparar o contrato respectivo.

Em conclusão, apesar de sempre ser necessária uma legislação autónoma e específica sobre a matéria, podemos claramente dizer que há em Moçambique actualmente um quadro jurídico suficiente para casos relacionados com software sendo apenas necessário o investimento em literacia jurídica de todos os envolvidos e a tomada de cautelas no momento da celebração de contratos sobre esta matéria.

⚠ Este texto não constitui aconselhamento jurídico e nem pretende criar uma relação cliente-advogado. Para casos concretos, recomenda-se a consulta de um advogado.





STEM Africa 2.0 leva inteligência artificial a escolas secundárias de Moçambique

No terceiro ano consecutivo, o programa levou mais de 500 alunos de 21 escolas de Maputo, Matola e Marracuene a competir em quizzes de ciência e inteligência artificial.



Mais de 500 alunos de 21 escolas secundárias nos municípios de Maputo, Matola e Marracuene estão a competir, desde Maio de 2026, num programa que lhes ensina algo que nenhuma disciplina do currículo nacional oferece: inteligência artificial. O STEM Africa 2.0, organizado pela Osuwela em parceria com a JA Africa e a Fundação ExxonMobil, chegou ao seu terceiro ano consecutivo em Moçambique e, pela primeira vez, integra módulos de IA no currículo. Os participantes, com idades entre os 14 e os 17 anos, não aprendem apenas física, química e matemática. Aprendem o que é um algoritmo, como funciona a aprendizagem automática, o que distingue IA generativa de IA preditiva, e como estas tecnologias podem ser aplicadas a problemas concretos, desde a agricultura à saúde, passando pela energia e pela logística.

O formato é competitivo e rápido. Os quizzes regionais funcionam em rondas eliminatórias, onde as equipas respondem a perguntas de ciências naturais, matemática aplicada, lógica computacional e introdução à IA, sob pressão e com tempo limitado. A 16 de Junho, 168 alunos de sete escolas de Maputo reuniram-se na Universidade Pedagógica de Maputo para o primeiro quiz regional. O top 3 ficou decidido a favor da Escola Secundária Força do Povo, em primeiro lugar, da Escola Secundária Francisco Manyanga, em segundo, e da Escola Secundária Quisse Mavota, em terceiro.

Uma semana depois, a 23 de Junho, foi a vez da Matola. Num segundo quiz regional, a Escola Secundária de Boquisso, a Escola Comunitária Nossa Senhora do Livramento e a Escola Secundária de Mali conquistaram os três primeiros lugares. O quiz regional de Marracuene está ainda por realizar, e as equipas vencedoras dos três municípios avançam para o Innovation Camp, a fase do programa onde a teoria se transforma em produto.

No Innovation Camp, os estudantes deixam de responder a perguntas e passam a construir. Durante vários dias, trabalham em equipas para desenvolver protótipos de soluções tecnológicas para desafios reais. Com a IA no currículo de 2026, espera-se que os projectos vão além das edições anteriores: chatbots para apoio escolar, sistemas de recomendação baseados em dados ou modelos preditivos simples aplicados a contextos locais. Os protótipos não precisam de ser perfeitos. Precisam demonstrar que os estudantes compreendem o problema, sabem usar tecnologia para o resolver e conseguem comunicar a solução de forma clara.

O programa é estruturado em quatro fases: quizzes zonais, competições regionais, campos de inovação nacionais e uma apresentação continental na Africa Energy Week Conference, na Cidade do Cabo, na África do Sul. A final continental é o momento onde os protótipos são apresentados a profissionais do sector energético e tecnológico, e onde um estudante de 15 anos faz o seu primeiro pitch. É o tipo de experiência que aceleradoras e incubadoras consideram formativa: aprender a defender uma ideia perante um público que avalia viabilidade, não apenas criatividade. O STEM Africa existe em quatro países (Moçambique, Angola, Namíbia e Nigéria) e desde 2024 já alcançou mais de 10.000 jovens. A edição de 2026 pretende chegar a mais de 4.000 estudantes.

Em Moçambique, a Osuwela coordena o programa e trabalha directamente com escolas secundárias para garantir que a formação chegue a quem está fora dos



circuitos habituais de educação tecnológica. Das 21 escolas envolvidas, muitas ficam em zonas onde o contacto com ciência e tecnologia para além do currículo obrigatório é praticamente inexistente. Para estes alunos, o STEM Africa é muitas vezes o primeiro contacto com conceitos que estudantes em Nairobi, Lagos ou Joanesburgo já encontram em clubes de programação e hackathons escolares.

O que torna o programa relevante para o ecossistema tech moçambicano é o timing. Moçambique tem startups a crescer em fintech, cibersegurança e inteligência artificial, mas a base de talento técnico continua limitada. A maioria dos jovens que chegam ao ensino superior nunca programou, nunca trabalhou com dados e nunca ouviu falar de machine learning. O STEM Africa 2.0 intervém antes, no secundário, quando a curiosidade e a capacidade de absorção são maiores. Se algum destes estudantes aparecer daqui a cinco anos no ecossistema tech moçambicano, o percurso terá começado aqui: num quiz de ciência e IA, numa escola secundária, em Maputo, na Matola ou em Marracuene.

Fonte: Osuwela; JA Africa; Fundação ExxonMobil; Integrity Magazine, Maio-Junho 2026

Pulseira inteligente criada no Bié vence prémio de Melhor Startup no ANGOTIC 2026 e cinco equipas conquistam aceleração espacial em França

O projecto VIVA+, focado na saúde materna, e as vencedoras do Hackathon Espacial marcaram a sexta edição do maior fórum de tecnologia de Angola, que recebeu mais de 34 mil visitantes em três dias





Quando Alcedo Madruga e Isabel Sapesse subiram ao palco do Centro de Convenções de Talatona, em Luanda, para receber o prémio de Melhor Startup do ANGOTIC 2026, carregavam consigo mais do que um troféu. Carregavam uma ideia nascida longe dos grandes centros urbanos angolanos, no coração da província do Bié, e que agora ganhava reconhecimento nacional. O projecto chama-se VIVA+ e combina uma pulseira inteligente com uma aplicação móvel para monitorizar a saúde de mulheres durante os períodos pré-natal e pós-natal. Para um país onde a mortalidade materna continua a ser um desafio urgente, a solução criada por dois jovens do Instituto Superior Politécnico Ndumduma não é apenas tecnologia: é um acto de cuidado traduzido em dados e sensores.

O ANGOTIC, sigla para Fórum Internacional de Tecnologias de Informação e Comunicação de Angola, realizou a sua sexta edição entre 11 e 13 de Junho no CCTA Talatona, sob o lema "Na Rota da Transformação Digital". Os números falam por si: 310 startups presentes, mais de 100 empresas expositoras, cerca de 100 palestrantes nacionais e internacionais, e um total de mais de 34 mil visitantes ao longo de três dias. Este número representa um crescimento de 88% face à edição anterior, consolidando o evento como a maior plataforma de inovação tecnológica e empreendedorismo digital de Angola. Na abertura, o Ministro das Telecomunicações, Mário Oliveira, resumiu o momento numa frase: "A marcha rumo à transformação digital em Angola está em movimento."

A história do VIVA+ merece atenção particular. Alcedo Madruga e Isabel Sapesse desenvolveram a solução enquanto estudantes do Instituto Superior Politécnico Ndumduma, na província do Bié. A pulseira inteligente recolhe dados vitais da gestante e transmite-os para uma aplicação móvel, permitindo que profissionais de saúde acompanhem a evolução da gravidez mesmo à distância. Num território vasto como Angola, onde o acesso a cuidados de saúde especializados pode exigir horas de deslocação, ferramentas como esta podem fazer a diferença entre a vida e a morte. O facto de a solução ter nascido fora de Luanda, numa província do interior, reforça a ideia de que a inovação angolana não tem um único endereço.

Mas o ANGOTIC 2026 guardava outra grande história.



O Hackathon Espacial, uma iniciativa do Ministério das Telecomunicações, Tecnologias de Informação e Comunicação Social (MINTTICS), através do GGPEN, em parceria com a Airbus e a Aerospace Valley, colocou startups angolanas a competir por um lugar no ecossistema espacial europeu. E cinco equipas conquistaram esse lugar. VundaX, Inauditos,

Tecmicro, Agri IA e Dronesig foram seleccionadas como vencedoras e vão beneficiar de uma semana de imersão no ecossistema espacial de Toulouse, em França. O programa inclui visitas institucionais, workshops especializados, sessões de networking e encontros com actores-chave da indústria espacial europeia. Além disso, as equipas terão acesso a três meses de aceleração no programa DISTRICT, com acompanhamento da Airbus e da Aerospace Valley.

Para Angola, um país que tem vindo a investir no seu programa espacial e que lançou o satélite AngoSat-2, este tipo de ponte entre startups locais e gigantes industriais europeus representa um passo estratégico. As cinco equipas seleccionadas trabalham em áreas diversas, desde a agricultura inteligente até à monitorização por drones, e o contacto directo com o ecossistema de Toulouse pode abrir portas que, até há poucos anos, pareciam inatingíveis para jovens empreendedores angolanos.

Outro momento marcante foi a primeira edição do Conecta Challenge, promovido pelo Instituto Nacional de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas (INAPEM), no âmbito do Projecto Connecting, em parceria com o Projecto Growing. Dez startups nacionais apresentaram soluções inovadoras para desafios estratégicos da economia angolana. A vencedora foi a startup Sementes, com uma proposta focada na transformação do sector agrícola nacional através da adopção de soluções inovadoras que democratizam o acesso ao investimento agrícola. O segundo lugar ficou para a Ango Economic e o terceiro para o Cartão de Estudante Universitário (CEU).



O ecossistema de startups angolano conta hoje com instrumentos de apoio que eram impensáveis há uma década. O Fundo de Apoio à Inovação (FAI), com uma dotação inicial de 30 milhões de dólares, oferece acesso preferencial a financiamento para startups. A Lei das Startups, aprovada em Março e em vigor desde Abril, define que empresas com até cinco anos de existência e facturação anual inferior a 3,5 milhões de dólares têm direito a regime fiscal especial, com IRC reduzido a 5%, simplificação de licenciamento e isenção parcial de contribuições para a segurança social no primeiro ano.

Das 310 startups presentes no ANGOTIC 2026, 211 operavam no sector do empreendedorismo, demonstrando a vitalidade de uma geração que vê na tecnologia uma ferramenta de transformação social e económica.

O ANGOTIC 2026 fechou portas com a certeza de que Angola já não é apenas um país a falar de transformação digital. É um país a fazê-la. Desde uma pulseira inteligente no Bié até startups a caminho de Toulouse, passando por soluções para democratizar o investimento agrícola, o que se viu em Talatona foi um ecossistema em crescimento acelerado, com ambição continental e visão global.

Fonte: ANGOTIC 2026; MINTTICS / GGPEN; INAPEM; Fundo de Apoio à Inovação, Junho 2026

Spiro com investimento de 215 milhões de dólares e coloca 100 mil motos eléctricas nas estradas

A maior ronda de investimento em mobilidade eléctrica de duas rodas no continente financia a expansão para a RD Congo e a Etiópia, com poupanças de até 40% para os condutores



Num continente onde a motocicleta é muito mais do que um meio de transporte, onde é instrumento de trabalho, táxi, ambulância improvisada e muitas vezes a única ligação entre comunidades rurais e mercados urbanos, a transição para a mobilidade eléctrica não é um luxo. É uma necessidade económica e ambiental. A Spiro, a maior empresa de veículos eléctricos de África, acaba de captar 215 milhões de dólares em capital próprio para acelerar exactamente essa transição. O anúncio, feito a 1 de Junho de 2026, representa o maior investimento de sempre em veículos eléctricos de duas rodas no continente africano.

O número impressiona, mas é o que está por trás dele que conta a verdadeira história. A Spiro tem actualmente mais de 100 mil motos eléctricas a circular nas estradas de sete países africanos: Quênia, Ruanda, Uganda, Togo, Benim, Nigéria e Camarões. Para alimentar essa frota, a empresa construiu uma rede de mais de 2.500 estações automatizadas de troca de baterias, que já realizaram mais de 30 milhões de trocas. O modelo é simples e engenhoso: em vez de carregar a bateria durante horas, o condutor troca a bateria descarregada por uma carregada numa questão de minutos, num processo tão rápido como abastecer gasolina, mas consideravelmente mais barato.



E nesse ponto, o dos custos, que a proposta da Spiro ganha uma dimensão humana imediata. Os condutores que utilizam as motos eléctricas da empresa reportam poupanças diárias de até 40%, o que equivale a cerca de dois dólares por dia em comparação com motos a gasolina. Dois dólares por dia podem parecer pouco numa economia do hemisfério norte, mas para um moto-taxista em Kigali, Lagos ou Cotonou, essa poupança pode significar a diferença entre mandar os filhos à escola ou não, entre comer duas refeições ou três, entre sobreviver e prosperar.

A ronda de investimento foi liderada pelo Impact Fund Denmark e pela Equitane, o grupo de investimento em infraestruturas

fundado por Gagan Gupta, que é também o fundador da Spiro e CEO da Arise, uma empresa focada no desenvolvimento industrial africano. À frente da gestão operacional da Spiro está Kaushik Burman, um executivo com experiência prévia na Gogoro, a empresa taiwanesa de scooters eléctricas e troca de baterias que serviu de referência para o modelo agora aplicado em África. A complementaridade entre a visão estratégica de Gupta e a experiência operacional de Burman tem sido apontada como um dos factores de sucesso da empresa. Gupta enquadrou o investimento como o início de um novo capítulo: "A nossa implantação de 100 mil veículos eléctricos e 2.500 estações de troca inteligente transformou a mobilidade sustentável numa realidade acessível e quotidiana. A Spiro tornou-se um motor de industrialização local, criação de valor e emprego em todos os mercados africanos onde opera."

A Spiro não nasceu ontem. Fundada em 2019, originalmente sob o nome M Auto Electric, a empresa rebaptizou-se e reposicionou-se como uma plataforma integrada de mobilidade eléctrica. Não se limita a vender motos. Opera todo o ecossistema: veículo, bateria, estação de troca e a rede de distribuição que liga tudo. Este modelo vertical, em que a empresa controla toda a cadeia de valor, permite-lhe manter custos baixos para o utilizador final e garantir que a experiência de troca de bateria é consistente em todos os mercados onde opera.

Os 215 milhões de dólares serão utilizados para densificar as redes de troca de baterias nos mercados actuais e para financiar a expansão para dois novos países: a República Democrática do Congo e a Etiópia. Ambos representam mercados com enorme potencial. A RD Congo, com mais de 100 milhões de habitantes e uma dependência massiva de motos para transporte urbano e periurbano, pode tornar-se um dos maiores mercados da Spiro. A Etiópia, com a sua população jovem em rápido crescimento e políticas governamentais favoráveis à mobilidade limpa, oferece condições igualmente promissoras.



“Estamos a investir na Spiro e a trazer capital de pensões dinamarquês para um dos mercados de crescimento mais promissores de África, porque vemos potencial para crescimento comercial significativo e impacto climático mensurável.”

Lars Bo Bertram, CEO do Impact Fund Denmark

O impacto ambiental da operação da Spiro não é apenas um argumento de marketing. Uma avaliação de ciclo de vida realizada por terceiros sobre as operações da empresa no Quênia revelou uma redução de 72% no impacto climático em comparação com alternativas a combustíveis fósseis. Cada veículo evita aproximadamente 19 toneladas de emissões de CO₂ ao longo da sua vida útil. A mesma avaliação identificou uma redução de 80% no potencial de destruição da camada de ozono e uma diminuição de 20% nas emissões de partículas finas. Num continente que contribui minimamente para as emissões globais mas sofre desproporcionalmente os efeitos das alterações climáticas, estes números têm um peso ético particular.

A empresa gera também impacto económico directo. São mais de 6.000 empregos directos e indirectos sustentáveis criados nos mercados onde opera, desde técnicos nas estações de troca de baterias até agentes comerciais e mecânicos especializados. A industrialização local é um dos pilares da estratégia da Spiro, com operações de montagem e manutenção a criarem valor nos próprios países africanos, em vez de se limitarem a importar produtos acabados.

O sector da mobilidade eléctrica de duas rodas em África está a viver um momento de inflexão. Além da Spiro, outras empresas como a Roam (Quênia), a Ampersand (Ruanda) e a MAX (Nigéria) têm captado financiamento significativo. Mas a escala da Spiro, com 100 mil veículos na estrada e uma rede de infraestrutura que abrange sete países, coloca-a numa posição singular. A ronda de 215 milhões de dólares não é apenas uma aposta numa empresa. É uma aposta num modelo de transição energética que pode redefinir a forma como centenas de milhões de africanos se deslocam no dia-a-dia.

Para Gagan Gupta e Kaushik Burman, o objectivo é claro: tornar a mota eléctrica tão acessível e fiável quanto a gasolina, eliminando a barreira do custo e da infraestrutura que tradicionalmente impede a adopção em massa. Com 215 milhões de dólares em caixa e um modelo operacional comprovado em sete mercados, a Spiro tem agora os meios para testar essa ambição a uma escala continental

Fonte: Spiro; Impact Fund Denmark; Equitane; Junho 2026





Publicidade

2M cria o primeiro outdoor em Moçambique feito com mais de 1000 rostos de moçambicanos

Maputo, 30 de Abril de 2026 — A 2M transforma o seu outdoor localizado na zona do Marítimo, em Maputo, num mosaico construído a partir dos rostos de moçambicanos de todo o país numa resposta directa a um pedido que, ao longo dos anos, foi sendo feito pelos amantes da marca.

Projecto este que faz parte da mais recente campanha da 2M, “Feita Por Nós”, lançada em setembro do ano passado, que celebra o calor, a energia e a essência dos moçambicanos, que vivem, todos os dias, à nossa maneira.

Esta acção partiu de um convite aberto à participação, desafiando o público a enviar as suas fotografias que agora integram esta composição em grande escala. Mais do que uma execução criativa, este mosaico assume-se como um gesto de reconhecimento dando visibilidade a quem, ao longo do tempo, tem feito parte da história da 2M. Vista à distância, a imagem revela a identidade da marca. De perto, revela algo mais: rostos, histórias e

ligações reais — cada um representando o papel das pessoas na construção da marca ao longo dos anos.

“Ao longo do tempo, fomos sentindo uma vontade crescente das pessoas de se aproximarem da 2M e de fazerem parte da marca. Demos início a esse caminho com a integração dos 2M lovers no nosso casting, na campanha Feita Por Nós, lançada no ano passado. Este projecto surge agora como um passo natural nessa evolução — uma forma de abrir espaço e reforçar que a marca também lhes pertence. Afinal, são eles, os nossos leais consumidores, que elevam a 2M ao patamar onde está hoje. Este mosaico é, acima de tudo, um reconhecimento,” afirma Mara Chiu, Directora de Marketing. Para além da presença no espaço físico, a campanha estende-se ao digital através do website www.2mfeitapormoz.co.mz, onde os participantes podem identificar-se no mosaico, explorar os detalhes da composição e partilhar a sua participação.

A iniciativa inclui ainda conteúdos digitais, como um vídeo do processo de construção do mosaico, bem como dinâmicas interactivas que incentivam à partilha nas redes sociais, reforçando o envolvimento contínuo das pessoas com a campanha. Ao longo das próximas semanas, diferentes rostos serão destacados em plataformas digitais, prolongando a visibilidade da acção e mantendo viva a ligação entre a marca e as pessoas que dela fazem parte.

“Esta acção marca o início de mais uma homenagem contínua aos nossos consumidores, que têm impulsionado o crescimento da marca ao longo dos anos. O nosso objetivo é dar continuidade a iniciativas que reforcem essa proximidade, oferecendo cada vez mais visibilidade e protagonismo às pessoas. Como próximo passo, pretendemos expandir este conceito para outras regiões do país, com novos outdoors que integrem os rostos e as histórias de mais moçambicanos.” adicionou Osumane Soverano, Gestor da Marca 2M.

Com esta iniciativa, a 2M reforça a sua ligação ao país e às pessoas, transformando um suporte de comunicação num espaço de representação colectiva — onde cada participante passa a fazer parte visível da história da marca.



Flutterwave atinge avaliação de 3,2 mil milhões de dólares e integra stablecoins da Ripple nos pagamentos africanos

A fintech nigeriana fecha ronda de investimento histórica e prepara-se para transformar as transacções transfronteiriças no continente com moedas digitais estáveis

A Flutterwave, uma das startups mais valiosas de África, alcançou uma avaliação de 3,2 mil milhões de dólares na sua ronda de financiamento Série E, anunciada a 16 de Junho de 2026. Mas o número, por si só, não conta a história toda. O que torna este momento verdadeiramente significativo é o nome que aparece na lista de investidores: a Ripple, gigante norte-americana de pagamentos baseados em blockchain, que não se limitou a investir dinheiro. Trouxe consigo a integração da sua stablecoin RLUSD directamente na infra-estrutura de pagamentos da Flutterwave.

Para Olugbenga Agboola, fundador e CEO da Flutterwave, este é o culminar de uma visão que começou com uma premissa simples: os pagamentos em África são demasiado complicados, demasiado lentos e demasiado caros. Hoje, a empresa opera em 35 países africanos, processou mais de 40 mil milhões de dólares em pagamentos e registou mais de mil milhões de transacções únicas. Os números impressionam, mas é na próxima fase que reside a verdadeira ambição.



“Este investimento permite-nos escalar significativamente a nossa infra-estrutura e expandir o nosso roteiro de pagamentos com stablecoins. Estamos a construir uma auto-estrada de pagamentos que liga o comércio africano directamente à economia global.”

▶▶▶ Olugbenga Agboola, fundador e CEO da Flutterwave

A integração da RLUSD, a stablecoin da Ripple indexada ao dólar norte-americano, na plataforma da Flutterwave promete resolver um dos problemas mais persistentes do comércio africano: as transacções transfronteiriças. Actualmente, enviar dinheiro de Lagos para Nairobi, ou de Maputo para Acra, envolve múltiplos intermediários, taxas de câmbio desfavoráveis e tempos de espera que podem chegar a vários dias. Com a stablecoin, estas transacções podem ser liquidadas em segundos, com custos drasticamente reduzidos.

O impacto potencial é enorme. O continente africano movimenta anualmente centenas de biliões de dólares em comércio intra-africano, e as remessas representam uma fonte vital de rendimento para milhões de famílias. Segundo dados do Banco Mundial, as taxas médias de remessa para África subsaariana continuam entre as mais altas do mundo, frequentemente acima dos 8%. Uma infra-estrutura de pagamentos baseada em stablecoins pode comprimir essas taxas para uma fracção do custo actual.



A Flutterwave já angariou mais de 500 milhões de dólares

A Flutterwave já angariou mais de 500 milhões de dólares em financiamento total ao longo das várias rondas, posicionando-se como um dos pilares do ecossistema fintech africano. A empresa compete com outras plataformas como a Chipper Cash e a MFS Africa, mas a escala das suas operações e a profundidade das suas integrações com bancos e operadores de telecomunicações locais conferem-lhe uma vantagem competitiva significativa.

Para o sector financeiro moçambicano, esta notícia merece atenção especial. Moçambique, onde o dinheiro móvel através de plataformas como o M-Pesa já revolucionou o acesso a serviços financeiros, poderia beneficiar

enormemente de uma camada adicional de pagamentos transfronteiriços eficientes. Comerciantes que importam mercadorias da Nigéria, do Quênia ou da África do Sul enfrentam diariamente os custos e a lentidão das transferências internacionais. Uma solução que combine a rede da Flutterwave com a liquidez das stablecoins da Ripple poderia alterar fundamentalmente essa realidade.

Há, contudo, desafios pela frente. A regulamentação das criptomoedas e stablecoins em África permanece fragmentada. Enquanto países como a Nigéria e a África do Sul avançam com enquadramentos regulatórios, outros mantêm posições ambíguas ou restritivas. A Flutterwave terá de navegar este mosaico regulatório com cuidado, garantindo conformidade em cada mercado onde opera.



A Série E da Flutterwave não é apenas mais uma ronda de financiamento

A participação da Ripple como investidora e parceira tecnológica sinaliza também uma tendência mais ampla: as grandes empresas de blockchain e cripto estão a olhar para África não como um mercado secundário, mas como um território de inovação primária. Reece Merrick, director-geral da Ripple para o Médio Oriente e África, foi directo: "A Flutterwave construiu uma das redes de pagamentos mais avançadas de África. O nosso investimento vai estabelecer a RLUSD dentro dessa infra-estrutura, com a Flutterwave a impulsionar fluxos de stablecoins e a aprofundar o seu papel como camada de liquidação para pagamentos reais em todo o continente." O continente, com a sua população jovem, crescente penetração de smartphones e histórica sub-cobertura bancária, representa um laboratório ideal para soluções financeiras digitais.

A Série E da Flutterwave não é apenas mais uma ronda de financiamento. É uma declaração de que os pagamentos africanos estão prontos para entrar numa nova era, onde as fronteiras nacionais deixam de ser barreiras financeiras e onde a tecnologia blockchain serve, finalmente, um propósito prático e tangível para milhões de pessoas.

Fonte: Flutterwave; Ripple; Banco Mundial; TechCabal, Junho 2026



Apple integra Claude, ChatGPT, Gemini e Grok ao iPhone através das novas Extensões Siri



Na WWDC 2026, a empresa de Cupertino transforma o iPhone num mercado aberto de inteligência artificial, permitindo aos utilizadores escolher que cérebro digital comanda o seu telefone

Durante anos, a Apple construiu o seu império sobre um princípio quase sagrado: controlo total. O hardware, o software, os serviços, tudo concebido, fabricado e gerido dentro do ecossistema fechado de Cupertino. A 8 de Junho de 2026, na conferência mundial de programadores (WWDC), a Apple fez algo que poucos antecipavam: abriu as portas do iPhone à concorrência directa em inteligência artificial.

As novas Extensões de Apple Intelligence, apresentadas como parte do iOS 27, iPadOS 27 e macOS 27, permitem aos utilizadores escolher entre múltiplos modelos de IA para alimentar funcionalidades centrais dos seus dispositivos. Claude, da Anthropic. ChatGPT, da OpenAI. Gemini, da Google. Grok, de Elon Musk. Todos disponíveis como opções dentro da Siri, das Ferramentas de Escrita e do Image Playground. Um utilizador pode decidir que o Claude responda às suas perguntas, que o ChatGPT redija os seus e-mails e que o Gemini gere as suas imagens. Ou pode usar apenas um para tudo. A escolha é sua.

Esta abertura não aconteceu por acaso. Por trás dela está uma reconstrução completa da Siri, a assistente virtual que durante uma década foi criticada por ficar aquém dos concorrentes. A Apple reconstruiu a Siri sobre um modelo de linguagem personalizado com 1,2 biliões de parâmetros, processado em GPUs Nvidia Blackwell alojadas na Google Cloud. A ironia não escapou aos observadores da indústria: a Apple, que sempre privilegiou a independência, agora paga cerca de mil milhões de dólares por ano à Google pela infra-estrutura computacional que alimenta a sua assistente.



O resultado

O resultado, porém, é uma Siri substancialmente diferente. Mais fluida nas conversas, mais precisa nas respostas, mais capaz de executar tarefas complexas. E, quando as suas capacidades nativas não bastam, as Extensões permitem delegar tarefas a modelos de IA especializados que podem superá-la em domínios específicos. Craig Federighi, vice-presidente sênior de engenharia de software, fez questão de distinguir a abordagem da Apple. “Vemos a Siri não como um chatbot separado, um lugar desintegrado onde se vai conversar, mas como uma ferramenta integral e conversacional que se usa no momento, profundamente integrada na experiência”, declarou.



“A IA é uma tecnologia incrivelmente poderosa. Ainda assim, alguns parecem avançar a correr, aparentemente a perseguir a IA pela IA, sem consideração clara pelas pessoas que, em última instância, deveria servir.”

▶▶▶ Craig Federighi, SVP de Engenharia de Software, Apple

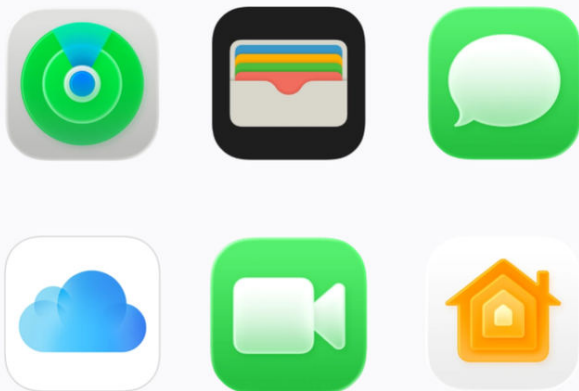


Para os programadores,

Para os programadores, a Apple criou uma secção dedicada a Extensões na App Store, abrindo um novo mercado dentro do maior mercado de aplicações do mundo. As versões beta para programadores ficaram disponíveis a 8 de Junho, com betas públicas previstas para Julho e o lançamento final no Outono de 2026.

O significado estratégico desta decisão vai muito além da tecnologia. A Apple está a admitir, implicitamente, que nenhuma empresa sozinha pode vencer a corrida da inteligência artificial. Em vez de tentar construir o melhor modelo de IA do mundo, optou por se posicionar como a plataforma onde todos os melhores modelos competem pela atenção do utilizador. É uma jogada que recorda a estratégia original da App Store em 2008: não construir todas as aplicações, mas construir o lugar onde todas as aplicações existem.

Para os utilizadores em Moçambique e em toda a lusofonia, esta mudança tem implicações práticas. O Claude, da Anthropic, destaca-se pela sua capacidade de processamento de texto em português. O ChatGPT mantém uma base de utilizadores vasta e familiarizada. O Gemini integra-se profundamente com os serviços Google que muitos já utilizam diariamente. A possibilidade de alternar entre estes modelos dentro do mesmo dispositivo, sem instalar aplicações separadas, democratiza o acesso a ferramentas de IA que até agora exigiam subscrições individuais e aplicações dedicadas.



Há questões que permanecem em aberto. Como será gerida a privacidade dos dados quando múltiplos fornecedores de IA processam informações pessoais? Que modelo de negócio sustentará as Extensões, e haverá custos adicionais para os utilizadores? A Apple garantiu que todas as Extensões cumprem os seus padrões de privacidade, mas os detalhes da implementação só ficarão claros quando os primeiros utilizadores começarem a testar o sistema.

O que já é claro é que o iPhone deixou de ser um produto fechado no que diz respeito à inteligência artificial. Transformou-se numa arena onde gigantes tecnológicos competem pelo direito de pensar pelo utilizador. E o utilizador, pela primeira vez, tem o poder de escolher qual desses gigantes prefere.

A Apple não criou a melhor IA. Criou algo potencialmente mais valioso: o lugar onde todas as melhores IAs vivem.

Fonte: Apple / WWDC 2026; Anthropic; OpenAI; Google; Junho 2026

Smartphones a 40 dólares: *a GSMA quer ligar 20 milhões de africanos à internet móvel*

Uma coligação de seis operadoras e 18 fabricantes prepara-se para lançar telemóveis inteligentes ao preço de um feature phone em seis países africanos



Há 960 milhões de africanos que vivem dentro da área de cobertura de redes móveis mas não usam a internet. O problema não é o sinal. É o preço do aparelho que o capta. Um smartphone custa, em média, mais de 400 dólares a nível global. Nos países de baixo e médio rendimento, um telemóvel inteligente de entrada consome 16% do rendimento mensal de uma família, e esse número sobe para 55% entre os 20% mais pobres da população. É esta barreira que a GSMA quer derrubar com um projecto ambicioso: colocar smartphones 4G no mercado africano a 40 dólares.

O piloto foi anunciado em Março de 2026, no Mobile World Congress de Barcelona, com a assinatura de um memorando de entendimento entre a GSMA, o grupo G6 (as seis maiores operadoras de África) e 18 fabricantes de telemóveis. Os seis países escolhidos para a fase piloto são a República Democrática do Congo, Etiópia, Nigéria, Ruanda, Tanzânia e Uganda, mercados onde a diferença entre cobertura de rede e utilização efectiva da internet é mais acentuada.

O G6 reúne a Airtel, a Axian Telecom, a Ethio Telecom, a MTN, a Orange e a Vodacom, que serão responsáveis pela distribuição nos respectivos mercados. Do lado dos fabricantes, oito já entraram em negociações comerciais com as operadoras. Embora os nomes não tenham sido divulgados, o mercado africano de smartphones de baixo custo é dominado pela Transsion Holdings, a empresa-mãe da Itel, Tecno e Infinix, que detém aproximadamente metade das vendas no continente.

“Os smartphones acessíveis são a porta de entrada para a inclusão digital e financeira, a oportunidade económica e a inovação. Juntamente com o G6, estamos a enviar um sinal claro de procura para trazer dispositivos 4G de baixo custo para o mercado. Num contexto global de aumento dos custos de memória, os governos têm um papel importante. Eliminar impostos e direitos de importação sobre smartphones 4G de entrada será fundamental para alcançar escala.”

►►► Vivek Badrinath, director-geral da GSMA





A questão dos impostos é central. Em vários países africanos, o IVA e os direitos aduaneiros aumentam o preço dos dispositivos em mais de 30%. A coligação defende que os governos sigam o exemplo da África do Sul, que introduziu reformas fiscais para smartphones de entrada, e eliminem ou reduzam as taxas sobre aparelhos abaixo dos 100 dólares. Paralelamente, o Grupo Banco Mundial está a explorar mecanismos de financiamento que permitam às operadoras oferecer planos de pagamento a prestações, reduzindo o risco para fabricantes e consumidores.

O desafio técnico é real. Produzir um smartphone funcional a 40 dólares significa ecrã pequeno, RAM mínima, chipsets 4G mais antigos, câmaras básicas e software otimizado como o Android Go. Mas há um equilíbrio delicado: inquéritos da GSMA mostram que os consumidores não adoptam dispositivos ultra-baratos se as funções essenciais ficarem comprometidas. Um aparelho demasiado limitado empurra as pessoas para o mercado de segunda mão em vez de as trazer para a internet pela primeira vez.

A história dos smartphones ultra-baratos em África

A história dos smartphones ultra-baratos em África tem precedentes pouco animadores. O Freedom 251, lançado na Índia em 2016 a 4 dólares, colapsou por inviabilidade financeira. O Firefox Phone da Mozilla e o Android One da Google falharam por desempenho insuficiente e concorrência de marcas chinesas ligeiramente mais caras mas superiores. A GSMA aposta que a diferença desta vez está na escala da coligação: seis operadoras com 237 milhões de clientes combinados, 18 fabricantes comprometidos e o apoio de instituições financeiras internacionais.

Se o piloto resultar, as contas são impressionantes. A GSMA estima que um smartphone a 40 dólares pode trazer mais 20 milhões de pessoas para a internet móvel na África Subsaariana. A 30 dólares, esse número sobe para 50 milhões. Fechar a diferença entre cobertura e utilização nos países de baixo e médio rendimento entre 2023 e 2030 poderia gerar 3,5 biliões de dólares em PIB adicional. O objectivo é passar das especificações técnicas para a disponibilidade comercial antes do final de 2026.

Fonte: GSMA / Mobile World Congress Barcelona, Março-Junho 2026

Kabum



Todos os meses trazemos as histórias das pessoas e startups que estão a construir o futuro digital do país e do continente.

KABUM DIGITAL A revista digital de tecnologia e inovação de Moçambique.



Kabum Digital



@kabum.digital



Kabum Digital