EDIÇÃO
ESPECIAL

DEEBS MAGAZINE

deebs.

Business



WWW.DEEBSMAGAZINE.COM / AUGUST | SETEMBER 2026

OS CONSTRUTORES DO FUTURO

Cinco empresários.
Diferentes trajetórias.
Uma visão sobre o futuro dos negócios em Angola.

www.deebsmagazine.com

9 87654 32109 8



NEGÓCIOS

01 | O FUTURO ESTÁ A SER CONSTRUÍDO
Uma reflexão sobre a nova geração de empresários, a diversificação económica e o papel do sector privado no desenvolvimento de Angola.

02 | OS CONSTRUTORES DO FUTURO
Wilson Ganga, Cumbi Júnior, Maurílio Carbonel Mateus, Clésio Gomes e Clénio Gomes. Conheça as trajectórias, os negócios e as perspectivas de cinco protagonistas desta edição especial.

03 | OS SECTORES QUE MOVEM ANGOLA
Uma análise das oportunidades e dos desafios em áreas como tecnologia, construção, distribuição, serviços, investimento e entretenimento.

04 | RANKING ESPECIAL — EMPRESÁRIOS A ACOMPANHAR
Uma selecção editorial de empresários e líderes de diferentes sectores, apresentada com critérios claros e informação verificável sobre os seus percursos e iniciativas.



THE STRATEGISTS

05 | CONSTRUIR HOJE O ANGOLA DE AMANHÃ
Uma mensagem final sobre ambição, responsabilidade empresarial e a importância de transformar oportunidades em resultados duradouros.

DINHEIRO & INVESTIMENTO

THE MONEY MOVERS

Estratégia é saber onde chegar — e, sobretudo, saber como chegar lá. Nesta secção, destacamos mulheres que se distinguem pela capacidade de tomar decisões, identificar oportunidades, liderar mudanças e construir caminhos sustentáveis em negócios e carreira.

22 | FACTOS E COMENTÁRIOS

A visão por detrás dos Construtores do Futuro.

By Alexandre Réis



Radar 90°

Uma rubrica dedicada a revelar trajectórias, iniciativas e perspectivas de empresários e profissionais angolanos. O objectivo é dar visibilidade a quem está a construir negócios, a conquistar espaço no mercado e a contribuir para a evolução do sector empresarial.

Africa 360

Uma proposta editorial que pode ampliar o olhar para além de Angola, explorando tendências, mercados, investimentos e personalidades que influenciam o desenvolvimento africano. A ideia é compreender os negócios numa perspectiva continental e identificar oportunidades de ligação entre Angola e outros mercados africanos.



23 Deebs Women

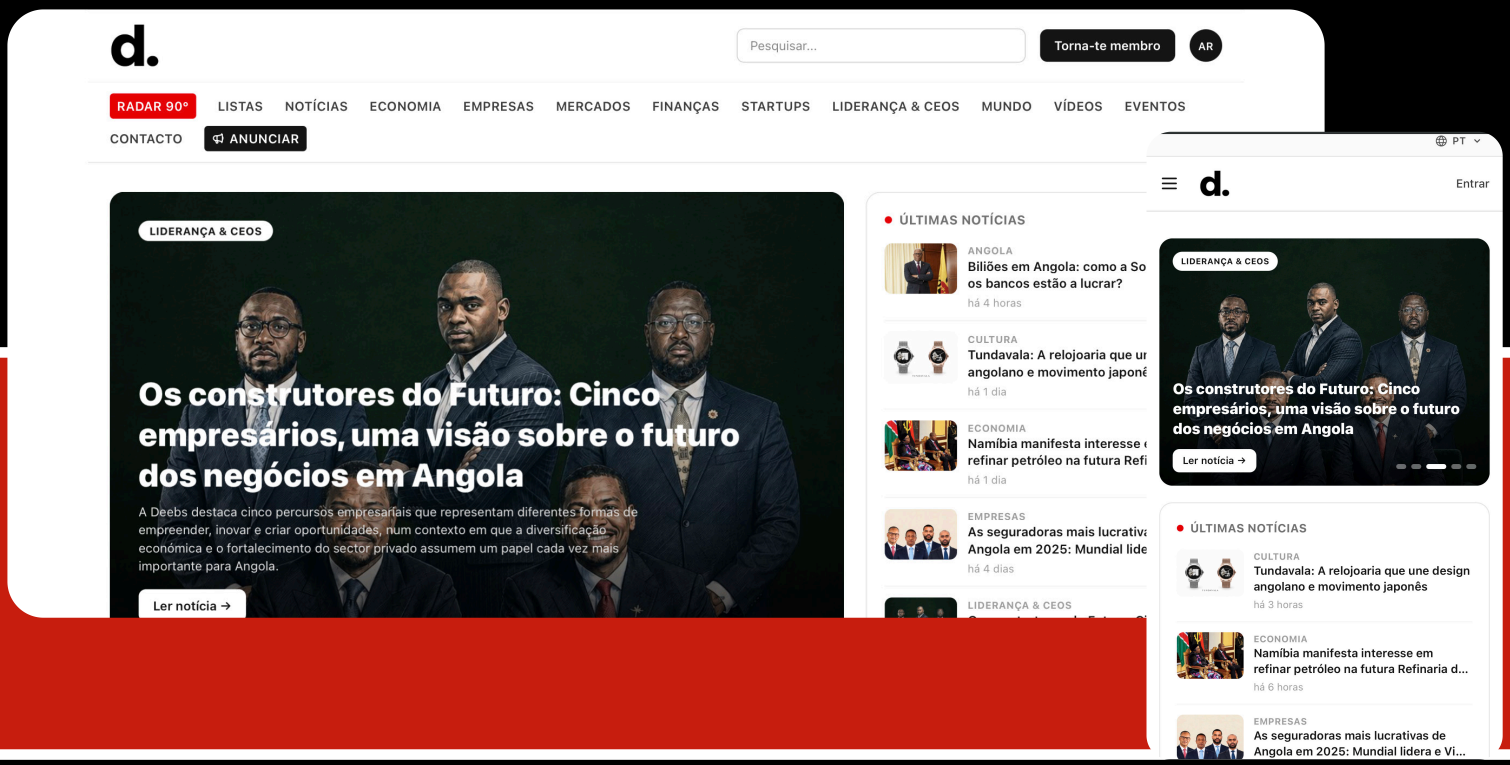
A Deebs Women 2026 nasce para olhar para as mulheres angolanas através de uma lente mais.

Deebs Business é uma proposta de conteúdo orientada para o mundo empresarial, com espaço para perfis de líderes, histórias de empresas, análise de sectores, investimentos e tendências económicas.

deebs.

APRESENTAMOS A ASSINATURA DEEBS

Faça parte de uma comunidade que acompanha de perto o mundo dos negócios, do empreendedorismo e do investimento. Como membro da Deebs, terá acesso a conteúdos exclusivos, poderá ler matérias antes da sua publicação oficial, descobrir vídeos curtos, acompanhar histórias de líderes empresariais e partilhar as suas opiniões através de comentários.



Esteja mais próximo das ideias, das tendências e das pessoas que estão a construir o futuro de Angola e do mundo.

O Futuro está a ser Construído

A nova geração empresarial e o desafio de transformar oportunidades em desenvolvimento económico.



NUNO BORGES

Angola encontra-se perante um dos desafios mais importantes da sua trajetória económica: transformar o potencial existente no país em oportunidades concretas, empresas sustentáveis, empregos produtivos e melhores condições de vida para a população. Num contexto em que a diversificação económica continua a representar uma prioridade estratégica, a capacidade de criar negócios competitivos, desenvolver novas indústrias e estimular o investimento privado assume uma importância decisiva. É neste cenário que emerge uma nova geração de empresários e empreendedores, marcada pela ambição de construir, pela procura de oportunidades em diferentes setores e pela vontade de participar na transformação económica do país.

É neste cenário que emerge uma nova geração de empresários e empreendedores, marcada pela ambição de construir, pela procura de oportunidades em diferentes setores e pela vontade de participar na transformação económica do país. São homens e mulheres que procuram desenvolver empresas, criar marcas, introduzir soluções, estabelecer parcerias e encontrar espaço num mercado que apresenta oportunidades significativas, mas que também exige capacidade de adaptação, disciplina financeira e visão de longo prazo. O futuro económico de Angola não será determinado apenas pela disponibilidade dos seus recursos naturais, pela dimensão do seu território ou pelas decisões tomadas nas instituições públicas. Será igualmente influenciado pela capacidade das suas empresas de produzir, inovar, investir, competir e transformar recursos em valor económico. O futuro está a ser construído no presente, através das decisões de quem escolhe transformar uma oportunidade num negócio e um negócio numa instituição capaz de gerar valor duradouro.

Uma economia que precisa de ir além do petróleo

Durante décadas, o petróleo ocupou uma posição central na economia angolana, influenciando as receitas públicas, as exportações e a disponibilidade de divisas. Essa importância contribuiu para a consolidação de determinadas atividades económicas, mas também evidenciou os riscos associados à dependência de um setor sujeito às oscilações dos preços internacionais e às transformações do mercado energético. A diversificação económica surge, por isso, como uma necessidade estrutural. Não significa abandonar a indústria petrolífera, mas desenvolver outras atividades capazes de ampliar a base produtiva nacional, criar fontes adicionais de rendimento e reduzir a vulnerabilidade da economia perante choques externos. A agricultura e a agroindústria, a transformação industrial, a logística, a construção, as tecnologias de informação, o turismo, os serviços profissionais e as indústrias criativas representam áreas com possibilidades de expansão. O aproveitamento dessas oportunidades, contudo, depende de condições que vão além da existência de procura. É necessário investir em infraestruturas, melhorar a qualificação profissional, facilitar o acesso ao financiamento, fortalecer a segurança jurídica, promover a concorrência e criar condições para que as empresas consigam operar com maior previsibilidade. Neste processo, o setor privado pode desempenhar um papel fundamental. As empresas têm capacidade para identificar necessidades do mercado, desenvolver produtos e serviços, organizar cadeias de fornecimento, formar trabalhadores e criar soluções para problemas concretos. O desafio consiste em transformar essa capacidade empresarial numa força produtiva consistente, capaz de contribuir para uma economia mais diversificada e menos dependente de um número limitado de atividades.

A emergência de novos empresários representa uma dimensão importante desta transformação. Para muitos empreendedores, o ponto de partida não é necessariamente uma grande estrutura financeira, uma empresa consolidada ou uma rede extensa de contactos. Pode ser uma ideia, uma competência profissional, uma necessidade identificada no mercado ou a decisão de construir uma atividade própria.

O percurso entre essa primeira iniciativa e a criação de uma empresa sustentável, porém, raramente é linear.



Raúl Martinho

é um empreendedor angolano, especialista em marketing digital e estratégias de crescimento online.

Atua como co-fundador, área de Produção e Marketing da Deebs, liderando estratégias de posicionamento sobre o cenário económico e corporativo de Angola no contexto africano.

É reconhecido como um dos nomes da nova geração de empreendedores digitais no país, focando-se no desenvolvimento de estratégias de comunicação, automação de marketing e tráfego pago para alavancar marcas e negócios locais.

CEO:
ESMO DIGITAL

O crescimento exige capacidade de compreender o mercado, conhecer os clientes, controlar os custos, gerir equipas, negociar com fornecedores e tomar decisões em condições de incerteza. Exige também a compreensão de que faturação não é sinónimo de lucro, que crescimento não significa necessariamente rentabilidade e que a expansão sem controlo pode comprometer a continuidade de um negócio. A nova geração empresarial tem diante de si a oportunidade de desenvolver modelos de gestão mais estruturados, incorporar ferramentas digitais e construir marcas com capacidade de competir para além do seu mercado de origem. A tecnologia permite melhorar processos, alcançar novos clientes e reduzir determinadas barreiras de entrada. Contudo, a utilização de ferramentas digitais, por si só, não garante o sucesso. O seu valor depende da existência de uma proposta comercial relevante, de uma gestão competente e da capacidade de entregar resultados de forma consistente. É igualmente importante distinguir o empreendedorismo de oportunidade do empreendedorismo motivado pela necessidade. Ambos fazem parte da realidade económica, mas nem todos os negócios possuem as mesmas condições de crescimento, formalização ou acesso a capital. Uma política de desenvolvimento empresarial eficaz deve reconhecer essa diversidade e criar mecanismos que permitam às iniciativas com potencial evoluir para empresas produtivas, capazes de gerar emprego e sustentar a sua própria expansão. O setor privado como motor de transformação. Uma economia dinâmica precisa de empresas que produzam, invistam, contratem, exportem e desenvolvam competências. Precisa também de empreendedores dispostos a identificar necessidades que ainda não estão adequadamente satisfeitas e a construir respostas economicamente viáveis. O setor privado pode contribuir para esse processo em diferentes escalas. As pequenas e médias empresas aproximam os produtos e serviços dos consumidores, sustentam numerosas atividades comerciais e podem integrar cadeias de fornecimento de organizações maiores. As empresas de maior dimensão, por sua vez, podem mobilizar investimentos significativos, desenvolver infraestruturas, incorporar tecnologia e abrir novos mercados. Entre esses dois universos existe uma oportunidade importante: construir relações comerciais que permitam às empresas angolanas participar em projetos de maior dimensão, fornecer bens e serviços a grandes organizações e desenvolver competências que aumentem a sua competitividade. A criação de valor nacional depende, em parte, da capacidade de desenvolver fornecedores locais, promover a transformação de matérias-primas, melhorar a qualidade dos produtos e fortalecer as ligações entre os diferentes setores da economia. Na distribuição e na logística, a dimensão territorial de Angola e a necessidade de aproximar produtores, comerciantes e consumidores tornam relevantes as soluções que melhorem o transporte, o armazenamento e a disponibilidade de mercadorias. A eficiência logística pode reduzir custos e fortalecer a competitividade de outros setores. Nos serviços profissionais, áreas como contabilidade, consultoria, marketing, comunicação, recursos humanos e tecnologia podem apoiar a formalização e a profissionalização de empresas de diferentes dimensões.

deebs.



Wilson Ganga Júnior

Da experiência internacional à criação de soluções para Angola, o percurso de Wilson Ganga acompanha a evolução de diferentes segmentos da economia digital e da iniciativa privada angolana.

Natural da província da Lunda-Sul, Wilson Ganga desenvolveu parte significativa da sua formação e experiência nos Estados Unidos da América, onde estudou Gestão de Negócios na University of Saint Francis. O contacto com outros ambientes empresariais contribuiu para a sua preparação numa área em que a identificação de oportunidades, a organização de operações e a compreensão do comportamento dos consumidores são fundamentais.

O seu percurso empresarial começou ainda jovem. Segundo perfis biográficos publicados sobre o empresário, antes de concluir a formação universitária esteve envolvido em iniciativas comerciais nos Estados Unidos, incluindo a venda de vestuário e acessórios e um projeto de entrega de refeições ao domicílio, associado à Tranzind Delivery. Estas primeiras experiências são relevantes para compreender uma característica do seu percurso: o contacto com problemas concretos do mercado e a procura de soluções que possam ser transformadas em negócios. Empreender num ambiente diferente daquele em que se pretende desenvolver uma empresa também pode proporcionar aprendizagens sobre organização, serviço ao cliente e modelos de operação. Contudo, transportar uma ideia de um mercado para outro exige adaptação. Os hábitos de consumo, as infraestruturas, os meios de pagamento, a capacidade financeira dos clientes e os custos de distribuição variam de país para país. O desafio de um empreendedor não consiste, portanto, apenas em reconhecer um modelo que funciona noutro lugar, mas em compreender como o adaptar às condições locais.

Tupuca: uma resposta à necessidade de entregas

Em 2015, Wilson Ganga esteve entre os fundadores da Tupuca, plataforma angolana de entregas desenvolvida com outros empreendedores. O projeto procurou responder à necessidade de aproximar consumidores, restaurantes e outros fornecedores através de um serviço de encomendas e entregas ao domicílio. A proposta surgiu num contexto em que a conveniência começava a ganhar maior relevância no consumo urbano. Para o cliente, uma plataforma de entregas permite procurar opções, realizar encomendas e receber produtos sem precisar de se deslocar fisicamente ao estabelecimento. Para os comerciantes, pode representar um canal adicional de vendas e acesso a novos consumidores. Por detrás dessa experiência aparentemente simples existe uma operação complexa. Uma empresa de entregas precisa de coordenar pedidos, estabelecimentos parceiros, entregadores, pagamentos, atendimento ao cliente e resolução de problemas. A qualidade do serviço depende da capacidade de cumprir prazos, reduzir erros, manter uma rede de parceiros e controlar os custos de cada operação.

No caso de uma cidade como Luanda, fatores como o trânsito, a distância entre os estabelecimentos e os consumidores e as condições de circulação tornam a organização logística particularmente importante. A Tupuca tornou-se uma das iniciativas pioneiras do mercado angolano de entregas por encomenda e contribuiu para dar visibilidade ao potencial dos modelos de negócio apoiados em plataformas digitais. O interesse empresarial desta experiência vai além da tecnologia utilizada. Uma aplicação pode facilitar a ligação entre diferentes intervenientes, mas o negócio só consegue sustentar-se se houver procura, capacidade operacional e uma estrutura económica que permita cobrir os custos. A experiência da Tupuca ilustra, assim, uma dimensão importante do empreendedorismo: a inovação não consiste necessariamente em inventar uma necessidade nova, mas também em organizar de forma diferente a resposta a uma necessidade existente.

Da entrega à mobilidade

O percurso empresarial associado a Wilson Ganga estendeu-se a outras áreas, incluindo a mobilidade através da T'Leva. A iniciativa procurou desenvolver serviços de transporte apoiados em tecnologia, aproximando passageiros e operadores e explorando oportunidades num mercado com necessidades de deslocação urbana. A passagem das entregas para a mobilidade permite observar uma lógica de expansão para atividades que partilham determinados elementos: plataformas digitais, gestão de operações, coordenação de prestadores de serviços e relacionamento com utilizadores. Apesar dessas semelhanças, os dois setores possuem exigências próprias. O transporte de passageiros envolve questões específicas de segurança, manutenção, gestão de frotas, licenciamento e controlo operacional. A expansão exige, por isso, mais do que a reutilização de uma solução tecnológica.

O desenvolvimento de negócios em setores relacionados pode criar oportunidades para partilhar conhecimentos, competências e recursos. Ao mesmo tempo, obriga os gestores a reconhecer as diferenças entre cada atividade e a construir equipas capazes de lidar com as respetivas exigências.



Para uma empresa em crescimento, a diversificação só cria valor quando as novas iniciativas são acompanhadas por uma estratégia clara, recursos adequados e mecanismos de gestão que permitam avaliar o desempenho de cada negócio.

Tecnologia, marketing e pagamentos digitais

Outra dimensão do percurso de Wilson Ganga está ligada à G-Smart Solutions, empresa associada ao marketing digital e à prestação de serviços para organizações. A sua atividade empresarial estendeu-se também à PayPay Africa, uma plataforma de pagamentos digitais. O desenvolvimento de soluções de pagamento responde a uma questão central da economia: a necessidade de transferir dinheiro, realizar transações e facilitar o acesso a serviços financeiros.

As carteiras digitais podem tornar determinadas operações mais convenientes e apoiar a digitalização de atividades comerciais. O seu potencial, contudo, depende de fatores como a confiança dos utilizadores, a segurança das operações, a facilidade de utilização, a aceitação pelos comerciantes e a conformidade com as regras aplicáveis ao setor financeiro. A inclusão financeira não se resume à disponibilização de uma aplicação. Exige que as pessoas consigam utilizar os serviços de forma acessível, segura e adequada às suas necessidades. Numa economia em que coexistem diferentes níveis de acesso à infraestrutura financeira e digital, as soluções tecnológicas podem contribuir para aproximar mais pessoas dos serviços formais.



Para produzir resultados duradouros, precisam de ser acompanhadas por educação financeira, proteção dos utilizadores e operações fiáveis.
Numa entrevista publicada pela The Business Year em setembro de 2023, Wilson Ganga identificou a inclusão financeira como um dos objetivos associados à PayPay Africa. A publicação registou a seguinte declaração do empresário, em inglês:

"**We want to boost financial inclusion [...]"**

Em português: **"Queremos impulsionar a inclusão financeira [...]".**
A tradução é nossa; a declaração completa deve ser consultada na entrevista original. A declaração ajuda a compreender a ambição atribuída ao projeto, mas é importante distinguir objetivos empresariais de resultados comprovados. A avaliação do impacto de uma plataforma financeira exige dados atualizados sobre utilizadores ativos, transações, cobertura, qualidade do serviço e outros indicadores relevantes.

G-Corporate: uma abordagem de investimento e desenvolvimento empresarial

A evolução do percurso de Wilson Ganga inclui a G-Corporate, holding de investimento privado apresentada pela própria organização como uma estrutura orientada para identificar oportunidades, financiar iniciativas e desenvolver empresas em setores estratégicos de Angola.

Segundo a página institucional da empresa, a holding foi fundada em Luanda em 2016. A sua abordagem declarada combina investimento, acompanhamento das equipas de gestão e apoio ao crescimento dos negócios.

Este modelo representa uma mudança importante na forma de pensar o crescimento empresarial. Enquanto um empreendedor pode começar por concentrar os seus esforços num produto ou serviço, uma estrutura de investimento procura identificar oportunidades em diferentes empresas, avaliar riscos, mobilizar recursos e acompanhar a execução das estratégias. O objetivo de uma holding não deve ser apenas acumular participações empresariais. A criação de valor depende da qualidade das empresas selecionadas, da capacidade das equipas de gestão, da disciplina na utilização do capital e da possibilidade de desenvolver vantagens competitivas ao longo do tempo. A diversificação do portefólio pode distribuir a exposição por diferentes atividades, mas também aumenta a complexidade da supervisão. Cada empresa necessita de objetivos próprios, indicadores de desempenho, responsabilidades definidas e mecanismos de prestação de contas. No caso da G-Corporate, a sua apresentação institucional destaca a ambição de desenvolver negócios em áreas consideradas estratégicas para Angola e de apoiar o crescimento para outros mercados africanos. Essa ambição deve ser analisada à luz dos resultados efetivamente alcançados, da evolução das empresas do portefólio e da informação financeira disponível. Os desafios de construir empresas num mercado em transformação

A experiência empresarial de Wilson Ganga permite abordar dificuldades que ultrapassam a história de uma única pessoa. O primeiro desafio é transformar uma oportunidade numa operação economicamente sustentável. A procura por um serviço não garante, por si só, que a empresa consiga gerar margens suficientes para suportar os custos de pessoal, tecnologia, distribuição, manutenção e expansão. O segundo é construir confiança. Nas plataformas digitais, os consumidores precisam de acreditar que os seus pedidos serão atendidos, que os seus pagamentos serão processados corretamente e que os seus problemas terão resposta. A reputação depende da consistência do serviço e da capacidade de resolver falhas. O terceiro é obter capital para crescer. A expansão de operações tecnológicas, redes de transporte e serviços financeiros pode exigir investimentos em infraestrutura, sistemas, equipas, segurança e conformidade regulatória. O quarto é desenvolver talento. Empresas que operam em setores tecnológicos precisam de profissionais capazes de trabalhar em áreas como engenharia de software, análise de dados, gestão de operações, marketing, finanças e experiência do utilizador.

Por fim, existe o desafio de crescer sem perder o controlo. A entrada em novos setores ou mercados pode ampliar as oportunidades, mas também aumentar os riscos operacionais e financeiros. Estes desafios mostram que o crescimento empresarial depende da combinação de visão estratégica, capacidade de execução e disciplina de gestão. Uma boa ideia pode abrir a porta; é a qualidade da operação que determina se o negócio consegue permanecer aberto.

O que a sua trajetória representa para a nova geração empresarial

O percurso de Wilson Ganga oferece um caso de estudo sobre a utilização de tecnologia para desenvolver serviços adaptados ao mercado angolano e sobre a evolução de iniciativas individuais para estruturas empresariais mais diversificadas. A sua experiência permite discutir o potencial das plataformas digitais, a importância da logística, a transformação dos pagamentos e o papel do investimento privado no desenvolvimento de empresas. Não significa que todos os empreendedores devam seguir o mesmo caminho ou procurar construir uma holding com negócios em vários setores. A estratégia adequada depende dos recursos disponíveis, do conhecimento do mercado, das competências da equipa e dos objetivos de cada organização.

A principal lição é outra: identificar uma necessidade é apenas o início. Construir um negócio exige compreender o cliente, organizar os recursos, desenvolver uma operação fiável e adaptar a estratégia à medida que o mercado evolui.

deebs.



Cumbi Júnior

Com experiência em gestão, passagem pelo setor público e iniciativas empresariais em diferentes áreas, Cumbi Júnior representa um percurso que permite explorar a relação entre empreendedorismo, financiamento, produção nacional e desenvolvimento da nova geração empresarial.

A trajetória de Cumbi Júnior coloca em evidência uma questão importante para Angola: como transformar a ambição de empreender em empresas sustentáveis e como criar condições para que mais jovens consigam entrar no mercado, desenvolver os seus projetos e ampliar a sua participação na economia. A sua atividade combina a gestão de negócios com a representação institucional dos jovens empresários, através da ANJE-Angola. Esta combinação permite analisar duas dimensões complementares do desenvolvimento económico: a construção de empresas e a criação de mecanismos que procuram facilitar o acesso a oportunidades empresariais. Segundo a biografia publicada pela própria ANJE-Angola, Cumbi Júnior possui formação superior e pós-graduação em Gestão de Recursos Humanos pelo Richfield Institute of Technology, na África do Sul. A mesma fonte refere a sua experiência na área comercial da Rede de Crédito Angola e a passagem pelo Ministério da Indústria, antes de se dedicar à atividade empresa

Protagonista: Cumbi Júnior · Presidente da Associação Nacional de Jovens Empresários de Angola (ANJE-Angola), segundo a apresentação institucional da organização.

O seu percurso inclui ainda iniciativas associadas ao processamento de pescado, aos serviços de internet e à construção, através de empresas identificadas institucionalmente como Peskado, Konekta Angola e Cumbiconstroi. É a partir destes elementos que se pode construir um perfil editorial sobre as suas atividades, os desafios do empreendedorismo jovem e as oportunidades de desenvolvimento empresarial em Angola. O empreendedorismo ocupa um lugar importante no debate sobre o futuro económico de Angola. Num país que procura diversificar a sua economia, ampliar a produção nacional e criar oportunidades de emprego, a capacidade de desenvolver empresas competitivas tornou-se uma questão central para o setor privado e para as novas gerações. É neste contexto que se insere o percurso de Cumbi Júnior, empresário angolano que desenvolveu atividades em diferentes áreas de negócio e assumiu responsabilidades na representação institucional dos jovens empresários.



Mais do que enumerar cargos e projetos, compreender esta trajetória exige olhar para os setores em que atua, para as dificuldades que procura abordar através da representação empresarial e para as condições necessárias à consolidação de negócios em Angola.

Formação e primeiras experiências profissionais

De acordo com a biografia institucional publicada pela ANJE-Angola, Cumbi Júnior possui formação superior e pós-graduação em Gestão de Recursos Humanos pelo Richfield Institute of Technology, na África do Sul. A instituição refere ainda que o empresário exerceu funções como diretor comercial na Rede de Crédito Angola e desempenhou responsabilidades no Ministério da Indústria Estas experiências permitem enquadrar duas dimensões da sua formação profissional: a atividade comercial e o contacto com o funcionamento das instituições públicas.
A gestão comercial exige compreender o mercado, desenvolver relações com clientes, identificar oportunidades e acompanhar resultados. A experiência institucional, por sua vez, pode proporcionar contacto com processos administrativos, políticas públicas e desafios relacionados com o funcionamento da economia. A combinação destas experiências constitui um contexto relevante para analisar a passagem para o empreendedorismo. No entanto, para reconstruir rigorosamente o início da sua carreira, seria necessário aprofundar as datas, as responsabilidades concretas de cada função e as circunstâncias que determinaram as suas primeiras decisões empresariais. Uma das perguntas fundamentais desta reportagem é precisamente como essa transição aconteceu: que oportunidade identificou, que recursos mobilizou e que dificuldades encontrou quando decidiu concentrar-se nos negócios?
Esses elementos devem ser esclarecidos através de uma entrevista direta com o empresário e de documentação complementar, evitando transformar informações biográficas resumidas numa narrativa de origem que ainda não está integralmente documentada.

Da experiência profissional à atividade empresarial

A biografia institucional de Cumbi Júnior associa o seu percurso a três iniciativas empresariais: Peskado, ligada ao processamento de peixe; Konekta Angola, relacionada com serviços de internet; e Cumbiconstroi, dedicada à construção. A presença de atividades em setores diferentes levanta uma questão importante sobre a estratégia empresarial: como organizar negócios com necessidades operacionais, estruturas de custos e mercados distintos?

No processamento de pescado, a competitividade depende de fatores como o abastecimento de matéria-prima, a conservação, a capacidade de transformação, a logística e a distribuição. Uma operação industrial precisa de assegurar padrões de qualidade, gerir os custos energéticos e manter uma ligação eficiente entre a produção e o mercado consumidor.
Nos serviços de internet, a qualidade da infraestrutura, a cobertura, a estabilidade da ligação, o atendimento e a capacidade de responder às necessidades dos clientes são elementos determinantes.

O crescimento exige investimento técnico e operacional, bem como uma proposta comercial que permita competir num mercado em evolução. Na construção, a gestão de projetos, o controlo dos custos, o cumprimento de prazos, a qualidade dos materiais e a capacidade financeira assumem uma importância central. Os resultados dependem da coordenação de profissionais, fornecedores e clientes, assim como da gestão dos riscos associados a cada empreendimento. Estas atividades não devem ser tratadas como se fossem uma única operação. Cada uma apresenta exigências próprias e necessita de indicadores específicos para avaliar o desempenho. A diversificação pode abrir oportunidades e reduzir a dependência de um único mercado, mas também aumenta a complexidade da gestão. Para que produza resultados positivos, precisa de ser acompanhada por equipas competentes, planeamento financeiro e mecanismos de controlo adequados. No caso de Cumbi Júnior, a documentação institucional disponível permite identificar as áreas de atividade, mas não é suficiente para determinar o volume de negócios, o número de trabalhadores, a dimensão dos investimentos ou o desempenho financeiro atual de cada empresa. Esses indicadores devem ser confirmados antes de qualquer publicação que procure quantificar a sua dimensão empresarial.

Peskado e a importância da transformação nacional

A atividade ligada ao processamento de pescado insere-se num setor com relevância económica para Angola: a produção e transformação de alimentos.
A pesca e a indústria transformadora podem contribuir para o abastecimento do mercado interno, a criação de emprego e o desenvolvimento de cadeias de fornecimento nacionais. Contudo, o potencial económico do setor depende da disponibilidade sustentável de matéria-prima, da capacidade de conservação, da qualidade do processamento e da existência de canais de distribuição eficientes. Transformar pescado em produtos com maior valor acrescentado pode criar oportunidades para além da captura e da comercialização direta. Isso exige investimento em instalações, equipamentos, armazenamento, transporte e controlo de qualidade. Para uma unidade de processamento, a gestão do abastecimento é particularmente importante. A disponibilidade irregular de matéria-prima pode afetar a utilização da capacidade instalada, aumentar os custos e dificultar o cumprimento dos compromissos comerciais.
A distribuição representa outro desafio. Mesmo quando existe capacidade de produção, a empresa precisa de assegurar que os produtos chegam aos consumidores em condições adequadas e a preços compatíveis com a procura.

Konekta Angola e as oportunidades da conectividade

A conectividade tornou-se uma infraestrutura essencial para a atividade económica. Empresas, escolas, comerciantes e consumidores dependem cada vez mais do acesso à internet para comunicar, realizar operações, divulgar produtos e utilizar serviços digitais.

No processamento de pescado, a competitividade depende de fatores como o abastecimento de matéria-prima, a conservação, a capacidade de transformação, a logística e a distribuição. Uma operação industrial precisa de assegurar padrões de qualidade, gerir os custos energéticos e manter uma ligação eficiente entre a produção e o mercado consumidor.

A expansão da conectividade pode contribuir para a produtividade das empresas e para o acesso a novas oportunidades comerciais. Contudo, o desenvolvimento de serviços de internet exige capacidade técnica, infraestrutura, manutenção, qualidade de serviço e cumprimento das regras aplicáveis ao setor. A existência de procura não elimina os desafios operacionais. Os custos de infraestrutura, a cobertura geográfica, a estabilidade das ligações e a capacidade de prestar assistência aos clientes influenciam a sustentabilidade de qualquer operador.
A associação de Cumbi Júnior à Konekta Angola permite introduzir uma dimensão tecnológica no perfil, mas não basta para concluir que a empresa alcançou determinada cobertura, dimensão ou posição de mercado.
A reportagem deverá, por isso, procurar respostas sobre os serviços disponibilizados, o público-alvo, a área geográfica de operação, os investimentos realizados e os resultados concretos. Essas informações permitirão compreender se a iniciativa se concentra num mercado local, se procura servir empresas ou consumidores individuais e que diferenciais pretende oferecer num setor em que a qualidade e a confiança são fundamentais.

Cumbiconstroi e os desafios da construção

A construção constitui outra das áreas empresariais identificadas na biografia institucional de Cumbi Júnior.

O setor tem ligações diretas ao desenvolvimento de infraestruturas, à habitação, aos espaços comerciais e à No entanto, a construção é uma atividade sensível às condições de financiamento e à evolução dos custos. instalação de atividades produtivas. Também pode criar procura por serviços de engenharia, transporte, fornecimento de materiais e mão de obra especializada. No entanto, a construção é uma atividade sensível às condições de financiamento e à evolução dos custos.

Atrasos nos pagamentos, alterações no preço dos materiais, dificuldades de abastecimento e falhas no planeamento podem comprometer a rentabilidade dos projetos. Uma empresa que pretenda crescer neste mercado precisa de desenvolver capacidade de orçamentação, acompanhamento técnico, gestão contratual e controlo de qualidade. A diversificação dos clientes e a seleção criteriosa dos projetos também são importantes. O crescimento do volume de contratos não representa necessariamente uma melhoria dos resultados se os custos, os riscos e as necessidades de tesouraria não forem devidamente geridos. Para compreender a posição da Cumbiconstroi, a Deebs deverá procurar identificar projetos concluídos, clientes ou parceiros confirmados, especialidades técnicas, certificações relevantes e a evolução da empresa ao longo do tempo. A divulgação de projetos concretos, quando acompanhada por documentação verificável, permitirá substituir descrições genéricas por uma avaliação mais rigorosa da experiência empresarial.

ANJE-Angola: da atividade empresarial à representação dos jovens

Uma dimensão central do percurso de Cumbi Júnior é a sua liderança na Associação Nacional de Jovens Empresários de Angola. A ANJE-Angola apresenta-se como uma organização destinada a apoiar jovens empreendedores, promover a capacitação empresarial e contribuir para a identificação de soluções para os desafios enfrentados pelo setor privado. Entre as prioridades divulgadas pela associação estão a formação, o acesso ao financiamento, a criação de emprego e o desenvolvimento de parcerias.

deebs.



Maurílio Carbonel Mateus

A trajetória de um gestor angolano que passou pela indústria petrolífera, desenvolveu experiência internacional e assumiu responsabilidades crescentes na Bosch, combinando estratégia comercial, desenvolvimento de negócios e formação de líderes.

EM ANGOLA, FALAR DE CONSTRUÇÃO EMPRESARIAL NÃO SIGNIFICA OLHAR APENAS PARA QUEM FUNDOU UMA EMPRESA.

SIGNIFICA TAMBÉM COMPREENDER O PERCURSO DOS PROFISSIONAIS QUE DESENVOLVEM COMPETÊNCIAS, LIDERAM PROJETOS DE GRANDE DIMENSÃO E ASSUMEM RESPONSABILIDADES NA EXPANSÃO DE ORGANIZAÇÕES NACIONAIS E INTERNACIONAIS.

Maurílio Carbonel Mateus enquadra-se nesta perspetiva. A sua trajetória profissional inclui passagens pela Pumangol e pela Sonangol, uma experiência internacional no grupo Bosch e a liderança de operações comerciais no mercado angolano. Em 2026, assumiu a função de diretor-geral de Negócios, Estratégia e Marketing da Bosch Angola, segundo informação publicada pelo Mercado e confirmada numa publicação do próprio executivo.

O seu percurso permite explorar temas fundamentais para a nova geração empresarial: formação, mobilidade profissional, gestão estratégica, internacionalização, desenvolvimento de mercados e capacidade de transformar experiência em resultados.

A trajetória profissional de Maurílio Carbonel Mateus começou em 2011, num ambiente empresarial em que a análise de negócios, o planeamento e a compreensão das operações constituíam elementos fundamentais para o desenvolvimento da atividade económica.

Segundo informações publicadas pelo Mercado, o executivo iniciou a carreira como analista de negócios na direção-geral da Pumangol Industrial. Essa experiência colocou-o em contacto com processos de análise, acompanhamento de operações e avaliação de oportunidades empresariais. O trabalho de um analista de negócios exige capacidade para interpretar informação, identificar problemas, compreender os objetivos de uma organização e apoiar decisões que podem influenciar a sua evolução. É uma função que combina raciocínio analítico, compreensão financeira e conhecimento operacional.
Numa economia como a angolana, onde setores como a energia, a distribuição e a logística desempenham um papel relevante, a capacidade de analisar projetos e compreender as suas implicações económicas pode representar uma competência importante para quem pretende construir uma carreira na gestão. O início do percurso de Maurílio num ambiente empresarial ligado à indústria petrolífera constituiu uma primeira etapa de contacto com operações de grande dimensão. A partir daí, a sua carreira evoluiu para responsabilidades progressivamente mais abrangentes.

Um projeto de grande dimensão na indústria da aviação

Entre 2013 e 2015, Maurílio Carbonel Mateus esteve envolvido no projeto Pumangol Aviation, descrito em fontes profissionais como um empreendimento avaliado em aproximadamente 300 milhões de euros. O projeto estava relacionado com infraestruturas de armazenamento, distribuição e abastecimento de combustível para a aviação. A dimensão financeira atribuída ao projeto ajuda a compreender a complexidade do ambiente profissional em que o executivo desenvolveu parte da sua experiência inicial. Projetos de infraestrutura energética exigem coordenação entre equipas técnicas, financeiras, comerciais e institucionais. Podem envolver processos de licenciamento, avaliação de riscos, planeamento de investimentos, negociação com diferentes entidades e acompanhamento da implementação. Neste tipo de iniciativa, a análise empresarial não se limita à elaboração de relatórios. É necessário compreender a relação entre o investimento previsto, os objetivos operacionais, os requisitos técnicos e os benefícios económicos esperados.

O perfil profissional de Maurílio no LinkedIn descreve a sua participação no projeto de aviação da Pumangol, incluindo o trabalho com entidades públicas e equipas internacionais na preparação e implementação da iniciativa. A experiência é relevante para a compreensão do seu percurso porque evidencia uma fase profissional anterior à carreira internacional na Bosch. Importa, contudo, distinguir a dimensão global do projeto das responsabilidades individuais do executivo. O valor de aproximadamente 300 milhões de euros corresponde ao orçamento referido para a iniciativa, não a um investimento pessoal de Maurílio. A avaliação do seu contributo específico exige documentação complementar sobre as funções desempenhadas, as etapas do projeto e os resultados alcançados.

A passagem pela Sonangol

Entre 2015 e 2017, Maurílio Carbonel Mateus trabalhou na Sonangol, onde, segundo os perfis profissionais consultados, desempenhou funções de análise de negócios relacionadas com as subsidiárias Sonangol Logística e Distribuidora. Esta etapa permitiu-lhe continuar a desenvolver experiência em áreas ligadas à energia, à logística e à distribuição. A cadeia de valor do setor energético envolve atividades que vão muito além da produção. O transporte, o armazenamento, a distribuição e a comercialização exigem coordenação operacional, planeamento, gestão de riscos e compreensão das necessidades do mercado. A análise de negócios desempenha um papel importante nesse contexto, uma vez que permite avaliar processos, acompanhar indicadores, identificar oportunidades de melhoria e apoiar decisões relacionadas com a utilização de recursos.A experiência acumulada na Pumangol e na Sonangol constituiu, assim, uma base profissional para a evolução de Maurílio em ambientes empresariais complexos.

A sua trajetória demonstra também a importância de compreender os diferentes segmentos de uma indústria. O conhecimento de operações, mercados e cadeias de fornecimento pode ser útil para profissionais que mais tarde assumem responsabilidades comerciais, estratégicas ou de desenvolvimento de negócios.



Uma mudança de direção: a entrada na Bosch

Em 2017, Maurílio Carbonel Mateus iniciou uma nova etapa profissional ao ingressar na Bosch, multinacional alemã com atividade em diferentes áreas tecnológicas e industriais. A transição representou uma mudança importante na sua trajetória: de funções associadas à indústria petrolífera para um ambiente empresarial internacional ligado à tecnologia, aos produtos industriais e ao desenvolvimento comercial.

Nessa estrutura, trabalhou em projetos estratégicos para a região africana, incluindo iniciativas relacionadas com inteligência de mercado e inovação do modelo de negócio da divisão Power Tools. A experiência internacional pode proporcionar contacto com diferentes práticas de gestão, métodos de trabalho e formas de organizar operações comerciais. Num grupo multinacional, a gestão de negócios exige compreender as orientações globais da organização e, simultaneamente, adaptar a sua aplicação às condições específicas de cada mercado.

As diferenças de poder de compra, distribuição, concorrência, regulação e comportamento dos consumidores podem exigir abordagens distintas de país para país. A capacidade de reconhecer essas diferenças é essencial para desenvolver estratégias comerciais eficazes. Para um profissional angolano, a participação em estruturas internacionais também pode proporcionar uma oportunidade de adquirir conhecimentos e práticas que posteriormente serão relevantes para o desenvolvimento de operações no mercado nacional. O valor dessa experiência, porém, não deve ser medido apenas pelo número de países em que trabalhou. Importa compreender os projetos em que participou, as responsabilidades assumidas e os resultados que ajudou a alcançar.

A liderança da Bosch Power Tools em Angola

Em 2023, Maurílio assumiu a função de Country Business Director da Bosch Power Tools em Angola, passando a liderar a operação comercial dessa divisão no país, de acordo com a informação publicada sobre a sua carreira. A responsabilidade por uma operação nacional exige uma compreensão abrangente do mercado, dos clientes, dos canais de distribuição e da estratégia comercial. No setor das ferramentas elétricas, a presença de uma marca depende de diferentes fatores: disponibilidade de produtos, capacidade de distribuição, assistência, relacionamento com revendedores e profissionais, posicionamento comercial e reconhecimento da qualidade. Para desenvolver o negócio, uma equipa de gestão precisa de compreender os segmentos de clientes, avaliar a procura e identificar oportunidades para aumentar a presença da marca.

A gestão comercial envolve ainda a coordenação entre vendas, marketing, gestão de produto, operações e parceiros de distribuição. Uma estratégia pode ser bem concebida, mas os seus resultados dependem da capacidade de execução das equipas.

Numa operação local de uma multinacional, existe também a necessidade de alinhar as prioridades nacionais com os objetivos regionais e globais. Esse equilíbrio exige comunicação, planeamento e capacidade de demonstrar resultados.

”Segundo o seu perfil profissional e a informação divulgada pela Bosch no contexto da sua carreira, Maurílio passou por estruturas do grupo na Alemanha e na Hungria, antes de assumir responsabilidades na sede regional em Casablanca, Marrocos”.

Em declarações publicadas no seu perfil profissional em 2026, Maurílio referiu que, durante os quatro anos em que liderou a Bosch Power Tools em Angola, a operação alcançou crescimento relevante, expansão de mercado e desenvolvimento de parcerias. Estas declarações constituem um testemunho do próprio executivo sobre a evolução do negócio. Para quantificar o crescimento, seria necessário consultar indicadores financeiros, comerciais ou operacionais disponibilizados pela empresa. Ainda assim, a passagem para uma função de direção-geral demonstra a ampliação das suas responsabilidades dentro da organização.

A construção de uma carreira internacional sem perder a ligação a Angola

Uma das dimensões mais relevantes do percurso de Maurílio Carbonel Mateus é a combinação entre experiência internacional e atuação no mercado angolano. A sua carreira incluiu passagens por diferentes países e estruturas de uma multinacional, mas o desenvolvimento da operação em Angola continua a ocupar uma posição central nas suas responsabilidades. Esta combinação é particularmente interessante num contexto em que muitas empresas nacionais procuram melhorar a sua capacidade de gestão, desenvolver competências especializadas e estabelecer relações com mercados internacionais. A experiência adquirida fora do país pode contribuir para a transferência de conhecimento, a introdução de métodos de trabalho e a criação de novas perspetivas sobre a gestão. Contudo, a aplicação dessas aprendizagens exige adaptação às condições locais. Modelos comerciais que funcionam num determinado mercado podem necessitar de ajustes quando são aplicados noutro. A infraestrutura, o perfil dos consumidores, a disponibilidade de recursos e os custos operacionais influenciam a forma como uma estratégia deve ser implementada. O desafio de um gestor consiste em combinar as melhores práticas disponíveis com uma compreensão profunda do mercado em que atua. A trajetória de Maurílio oferece um exemplo de como a experiência internacional pode ser integrada numa carreira de liderança local, sem que isso dispense o conhecimento das condições específicas da economia angolana.

Ngolo Virtus Academy: liderança e desenvolvimento de pessoas

Para além da carreira corporativa, Maurílio Carbonel Mateus está associado à Ngolo Virtus Academy, iniciativa que apresenta uma orientação para o desenvolvimento de competências, a liderança e a progressão profissional. Perfis profissionais e materiais de apresentação pública também o identificam como criador do Método PROA. A formação de líderes constitui uma dimensão importante do desenvolvimento empresarial. Uma organização não depende apenas da qualidade da sua estratégia, mas também da capacidade das pessoas de executar decisões, resolver problemas, comunicar e colaborar. A liderança pode ser desenvolvida através de experiência prática, formação, acompanhamento profissional e reflexão sobre os resultados obtidos. Em mercados sujeitos a mudanças, a capacidade de aprender torna-se especialmente importante. Os gestores precisam de acompanhar novas ferramentas, compreender as alterações no comportamento dos consumidores e desenvolver competências que permitam responder a desafios emergentes.
A existência de iniciativas de capacitação também permite abordar uma questão relevante para Angola: a relação entre a experiência adquirida em grandes organizações e a preparação de profissionais para assumirem responsabilidades em empresas nacionais.

Programas de desenvolvimento profissional podem contribuir para ampliar competências e criar oportunidades, desde que apresentem conteúdos relevantes, métodos adequados e resultados que possam ser avaliados. Para compreender o impacto concreto da Ngolo Virtus Academy, seria necessário confirmar os seus programas, o número de participantes, as parcerias estabelecidas e os resultados obtidos pelos profissionais que acompanha.

O Método PROA e a preparação para o mercado

O Método PROA é apresentado publicamente como uma abordagem de desenvolvimento profissional baseada em quatro pilares: Produtividade, Referência, Oportunidade e Atrevimento.

A produtividade está relacionada com a capacidade de organizar recursos, gerir prioridades e transformar tempo e esforço em resultados. A referência pode ser entendida como o desenvolvimento de competências, reputação e padrões de desempenho que permitam a um profissional distinguir-se no seu campo de atuação. A oportunidade envolve a capacidade de identificar necessidades, compreender mudanças no mercado e reconhecer situações em que determinadas competências podem criar valor. O atrevimento, no contexto do método, remete para a disposição de agir, apresentar ideias, assumir iniciativas e procurar novos caminhos profissionais. Estes conceitos podem constituir uma estrutura útil para discutir o desenvolvimento de carreiras, desde que sejam acompanhados por práticas concretas e objetivos mensuráveis.
A produtividade, por exemplo, não deve ser confundida com trabalhar mais horas. A sua avaliação depende da qualidade dos resultados, da utilização dos recursos e da capacidade de cumprir objetivos de forma consistente. Da mesma forma, identificar oportunidades exige mais do que entusiasmo. É necessário avaliar as condições do mercado, os recursos disponíveis e os riscos associados a cada decisão. A aplicação de uma metodologia de desenvolvimento profissional pode ajudar a organizar essas dimensões, mas o seu valor deve ser avaliado através da experiência dos participantes e dos resultados alcançados.

uma nova responsabilidade na estratégia e no desenvolvimento de negócios

Em agosto de 2026, a Bosch anunciou a nomeação de Maurílio Carbonel Mateus para o cargo de diretor-geral de Negócios, Estratégia e Marketing em Angola, de acordo com a informação publicada pelo Mercado. O próprio executivo confirmou a mudança numa publicação profissional. A nova função alarga o âmbito da sua atuação, abrangendo estratégia comercial, desenvolvimento de negócios, marketing, gestão de produto, operações de vendas e identificação de novas oportunidades.

A mudança ocorreu num contexto de expansão da presença da Bosch em Angola, com a integração de novas áreas de negócio na estrutura local, segundo a mesma publicação.

Para a Deebs, esta vertente do percurso de Maurílio merece atenção porque estabelece uma ligação entre a liderança corporativa e a formação de profissionais que procuram desenvolver as suas próprias carreiras.



www.deebsmagazine.com

Num sector em que a confiança, o rigor e a visão estratégica são fundamentais, Cristina Giovanna Dias Lourenço ocupa uma posição de destaque na estrutura financeira angolana



Cristina Lourenço: a mulher que lidera a BODIVA

Licenciada em Gestão pela London School of Economics and Political Science, no Reino Unido, e mestre em Gestão de Investimentos e Finanças pela Pace University, nos Estados Unidos, Cristina construiu um percurso profissional ligado à análise de mercados, à gestão financeira e ao acompanhamento de projectos de investimento. A sua ligação à BODIVA começou em 2014, como analista de mercados. Entre 2016 e 2020, passou pelo Ministério das Finanças, onde desempenhou funções na Unidade Técnica de Acompanhamento de Projectos com Financiamento Externo. Regressou à bolsa em 2020, como administradora executiva, antes de assumir a liderança da Comissão Executiva em 2025.

À frente da instituição, Cristina Lourenço acompanha uma fase relevante para o mercado de capitais angolano, marcada pelo crescimento das ofertas públicas de venda e pela entrada de grandes empresas no mercado accionista. O desenvolvimento deste segmento representa uma oportunidade para diversificar as fontes de financiamento das empresas e ampliar as alternativas de investimento disponíveis no país. O desafio passa por consolidar a confiança dos investidores, atrair novas empresas para a bolsa e contribuir para um mercado mais diversificado, transparente e acessível. Trata-se de um processo importante para uma economia que procura fortalecer os seus mecanismos de financiamento e ampliar a participação do sector privado.

Os resultados financeiros da BODIVA também ajudam a dimensionar esta fase da sua liderança. Em 2025, a instituição registou um resultad líquido de aproximadamente **2,68 mil milhões de kwanzas**, contr **1,33 mil milhões** em 2024, representando um crescimento de cerc de 101%. A evolução foi acompanhada por um aumento das receita reflectindo a expansão da actividade da instituição. .

A trajectória de Cristina Lourenço coloca em evidência uma dimensã essencial da liderança feminina: a presença de mulheres em posiçõe de responsabilidade nos sectores que influenciam o funcionament da economia. Mais do que ocupar um cargo de elevad responsabilidade, o seu percurso reflecte uma carreira construíd entre a formação especializada, a experiência institucional e a gestã do mercado financeiro.

Na Deebs Women, Cristina Lourenço representa uma liderança feminina num dos espaços estratégicos da economia angolana, ond as decisões sobre mercados, investimento e financiamento ajudam moldar as oportunidades de crescimento do país.

Deebs Women — Mulheres que lideram, transformam e influenciam o futuro.

deebs.



Clésio e Clénio Gomes

Dois irmãos, uma visão empresarial: da indústria do entretenimento à diversificação dos investimentos.

By **Alexandre Réis, Editor Chefe**

A visão por detrás dos Construtores do Futuro



Falar sobre o futuro dos negócios em Angola é falar de visão, coragem, estratégia e capacidade de transformar oportunidades em resultados. O país tem potencial, talento e um mercado com inúmeras possibilidades, mas precisamos de empresários preparados para ir além da criação de negócios e apostar na sua consolidação e sustentabilidade. Ao destacar Wilson Ganga, Cumbi Júnior, Maurílio Carbonel Mateus, Clésio Gomes e Clénio Gomes, pretendo olhar para diferentes trajectórias empresariais e compreender como as suas iniciativas se enquadram numa economia que precisa de continuar a diversificar-se, inovar e criar novas oportunidades. Acredito que o verdadeiro valor de um empresário não está apenas na dimensão dos seus negócios ou na visibilidade que conquista, mas também na capacidade de construir estruturas sólidas, gerar oportunidades, desenvolver talentos e criar valor a longo prazo. Precisamos de uma cultura empresarial que valorize a competência, a responsabilidade, a inovação e a consistência. Empreender não é apenas identificar uma oportunidade; é ter a capacidade de transformar essa oportunidade num projecto sustentável, capaz de resistir aos desafios do mercado e de crescer com propósito.

É igualmente importante reconhecer que o futuro dos negócios em Angola não depende exclusivamente dos empresários. O acesso ao financiamento, a formação de quadros, as parcerias estratégicas e um ambiente favorável ao investimento são factores essenciais para que as empresas possam crescer e competir. Com esta edição, quero contribuir para uma reflexão sobre o tipo de liderança empresarial de que Angola precisa. Uma liderança que não se limite ao presente, mas que pense no futuro, invista em pessoas e compreenda que o sucesso individual pode ganhar ainda mais significado quando contribui para o desenvolvimento colectivo. É igualmente importante reconhecer que o futuro dos negócios em Angola não depende exclusivamente dos empresários. O acesso ao financiamento, a formação de quadros, as parcerias estratégicas e um ambiente favorável ao investimento são factores essenciais para que as empresas possam crescer e competir.

O desenvolvimento colectivo começa quando o sucesso de uma empresa deixa de beneficiar apenas os seus fundadores e passa também a criar oportunidades para os outros. Quando um empresário investe, gera emprego, forma profissionais, valoriza fornecedores nacionais e abre portas para novos empreendedores, contribui para uma economia mais forte e para uma sociedade com maiores possibilidadesde crescimento. Precisamos de empresas que não pensem apenas em crescer, mas que compreendam também o impacto das suas decisões nas comunidades, nos jovens e nas próximas gerações. Afinal, o verdadeiro progresso não se mede somente pelos resultados financeiros, mas também pelas oportunidades que conseguimos criar e pelo legado que deixamos.

Na minha visão, é essa ligação entre ambição individual e responsabilidade colectiva que deve orientar uma nova geração de líderes empresariais em Angola. Construir negócios sustentáveis é importante; construir negócios que também contribuam para o desenvolvimento do país é ainda mais significativo.

Construir o futuro é assumir a responsabilidade de fazer acontecer. É transformar ideias em soluções, ambição em trabalho e oportunidades em resultados concretos.

É essa visão que dá sentido a esta edição de **Os Construtores do Futuro.**

Alexandre Réis
Editor-chefe



Clénio Gomes

Empresário • angolano

Clésio Gomes

Empresário • angolano



O percurso dos irmãos Gomes é apresentado publicamente como uma combinação entre a experiência familiar e o desenvolvimento de iniciativas próprias, particularmente no setor do entretenimento.

Construir um negócio é um processo que exige identificar oportunidades, mobilizar recursos e desenvolver uma operação capaz de responder às necessidades do mercado. Construir um conjunto de empresas acrescenta uma dimensão estratégica: coordenar diferentes atividades, estabelecer prioridades e criar estruturas que permitam desenvolver projetos em paralelo.

Clénio Duarte Gomes é um empresário angolano que desenvolveu, em conjunto com o seu irmão gémeo, Clésio Duarte Gomes, um percurso empresarial associado ao entretenimento, à comunicação, à gestão de ativos, ao investimento e a outras áreas económicas. A plataforma institucional dos empresários apresenta uma experiência superior a 16 anos na criação e gestão de projetos em Angola e noutros mercados, descrevendo uma atuação que inclui iniciativas nos setores de energia, banca e seguros, mobilidade, construção, agronegócio, cultura e desporto. A amplitude dessas atividades permite analisar a forma como uma carreira empresarial pode evoluir de uma iniciativa especializada para uma estrutura de negócios mais diversificada. Para compreender a trajetória de Clénio, importa observar a construção de empresas, o desenvolvimento de parcerias e a organização de atividades que exigem diferentes competências e modelos de gestão.

O contexto familiar e a formação de uma visão empresarial

Um perfil publicado pela Líder Magazine em abril de 2026 identifica Clénio e Clésio Gomes como filhos do empresário angolano Lourenço Duarte Gomes, associado à criação do Grupo Ducard. A publicação apresenta a experiência familiar como parte do contexto em que os irmãos desenvolveram o seu interesse pelos negócios. O contacto com um ambiente empresarial pode proporcionar exposição a diferentes atividades, modelos de gestão e oportunidades comerciais. No entanto, a construção de uma trajetória própria exige decisões, trabalho e capacidade de transformar conhecimento em resultados. O percurso dos irmãos Gomes é apresentado publicamente como uma combinação entre a experiência familiar e o desenvolvimento de iniciativas próprias, particularmente no setor do entretenimento. Para compreender melhor a formação empresarial de Clénio, seria importante aprofundar as primeiras experiências profissionais, as responsabilidades que assumiu no início da carreira e as decisões que contribuíram para a criação das primeiras empresas.

A informação pública disponível oferece elementos sobre a história conjunta dos irmãos, mas não permite reconstruir com segurança todas as etapas individuais da sua formação e evolução profissional.

Clé Entertainment: a criação de uma estrutura empresarial no entretenimento

Em 2016, Clénio e Clésio Gomes fundaram a Clé Entertainment, empresa dedicada à gestão de carreiras artísticas, à gestão de imagem e à produção de eventos. A criação de uma empresa neste setor exige compreender que o entretenimento não é apenas uma atividade cultural. É também um mercado em que a gestão de talento, a organização de espetáculos, a negociação comercial e a construção de marcas desempenham um papel importante. A carreira de um artista pode envolver diferentes fontes de receita, incluindo espetáculos, contratos comerciais, direitos associados à música e outras oportunidades de exploração da sua imagem. A gestão dessas atividades exige planeamento, coordenação e capacidade de negociar com vários parceiros. A produção de eventos apresenta desafios adicionais. Cada espetáculo precisa de um modelo financeiro, uma estrutura operacional, uma estratégia de divulgação e um plano para gerir os riscos associados à realização.

Uma empresa de entretenimento precisa de equilibrar criatividade e gestão. A qualidade artística é fundamental, mas a sustentabilidade comercial depende da capacidade de organizar operações, controlar custos e criar experiências que correspondam às expectativas do público. A Clé Entertainment tornou-se um dos principais elementos do percurso empresarial conjunto dos irmãos Gomes, proporcionando uma base a partir da qual desenvolveram relações com artistas, promotores e outros agentes do mercado. A relevância desta experiência está também nas competências que pode desenvolver: negociação, gestão de equipas, comunicação, organização de projetos e construção de parcerias comerciais.



Irmãos Clénio e Clésio Gomes

Em setembro de 2021, foi noticiado que a empresa adquiriu uma participação no capital social da BackRoom, agência portuguesa de agenciamento e gestão de artistas. A operação foi apresentada como uma forma de ampliar a presença da Clé no mercado português e de desenvolver oportunidades no espaço lusófono.

A participação na BackRoom representa um marco relevante na trajetória empresarial conjunta dos irmãos, mas a avaliação do desempenho da operação exige informação atualizada sobre a estrutura acionista, as atividades realizadas e os resultados obtidos.

A expansão internacional constitui uma dimensão importante da história da Clé Entertainment

A entrada num mercado estrangeiro exige mais do que reconhecimento de marca. É necessário compreender as regras locais, desenvolver relações comerciais, negociar contratos e assegurar que os serviços oferecidos respondem às necessidades dos clientes. No entretenimento, a internacionalização pode facilitar a circulação de artistas, o acesso a promotores e a criação de oportunidades para desenvolver projetos entre países. Para Angola, estas ligações podem contribuir para aumentar a visibilidade de artistas nacionais e aproximar empresas locais de redes internacionais de produção e gestão cultural.
Contudo, a internacionalização também implica riscos. Os custos de operação, as condições contratuais, a concorrência e as diferenças entre mercados podem afetar a rentabilidade das iniciativas.

A diversificação como estratégia de crescimento

A evolução dos negócios associados a Clénio Gomes e ao seu irmão passou a incluir diferentes áreas de atividade. A plataforma institucional dos empresários apresenta empresas ligadas à comunicação, à gestão de ativos, ao investimento, ao agronegócio e às tecnologias de informação, bem como iniciativas em outros mercados africanos e europeus. Entre as organizações identificadas encontram-se a Fusion, a Gestactive S.A., a KAFEC Investimentos e a GEDS. A mesma plataforma apresenta ainda a participação dos empresários em atividades relacionadas com mobilidade, construção, cultura e desporto.

A diversificação pode permitir que uma estrutura empresarial explore oportunidades em mercados distintos e desenvolva fontes de receita que não dependam exclusivamente de um único setor.

No entanto, a expansão exige uma análise cuidadosa. Uma empresa de comunicação, por exemplo, depende da capacidade criativa e comercial das suas equipas, enquanto um negócio de agronegócio está sujeito a riscos de produção, abastecimento, logística e preços.

Cada setor exige conhecimento técnico, investimento adequado e uma estrutura de gestão própria. A diversificação só cria valor quando a organização consegue acompanhar os resultados de cada atividade e distribuir os recursos de forma responsável. Para compreender a estratégia de Clénio, será necessário esclarecer como se organizam as diferentes participações, quais os negócios em que possui responsabilidades diretas e que critérios orientam a seleção de novas oportunidades. A existência de um portefólio amplo constitui um ponto de partida para a análise, mas não substitui a avaliação dos resultados financeiros e operacionais.

Gestactive S.A. e a gestão de ativos

A apresentação institucional dos empresários identifica a Gestactive S.A. como uma empresa ligada à gestão de participações sociais, à gestão de ativos e aos investimentos, com fundação indicada em 2024. A gestão de participações empresariais exige uma abordagem diferente daquela que caracteriza uma empresa operacional especializada num único produto ou serviço. O objetivo passa por acompanhar investimentos, avaliar o desempenho das empresas participadas e assegurar que as decisões de alocação de capital são compatíveis com a estratégia definida. Uma estrutura de investimento precisa de compreender os riscos associados a cada atividade, avaliar a qualidade da gestão e acompanhar indicadores que permitam determinar se os negócios estão a criar valor. A diversificação pode reduzir a dependência de um único setor, mas também aumenta a necessidade de supervisão. Sem informação financeira adequada e responsabilidades claramente definidas, torna-se mais difícil compreender o desempenho do conjunto e tomar decisões oportunas. A presença da Gestactive S.A. no universo empresarial apresentado pelos irmãos Gomes torna relevante analisar a relação entre a gestão de ativos e as restantes atividades do portefólio.

Para determinar o seu alcance concreto, contudo, seria necessário confirmar a estrutura societária, os investimentos detidos, as funções de gestão e os resultados publicados pela empresa.

Luanda City: o investimento no desporto

Em dezembro de 2024, Clénio e Clésio Gomes anunciaram a entrada no capital social do Luanda City Futebol Clube, equipa que havia alcançado a promoção ao Girabola. A comunicação dos empresários associou o investimento ao interesse pelo desporto, pela cultura e pelas oportunidades que o futebol pode criar para a juventude. O investimento num clube de futebol envolve desafios de gestão que ultrapassam a competição desportiva. Um clube precisa de organizar o financiamento, gerir contratos, desenvolver equipas técnicas, manter instalações e criar relações comerciais com patrocinadores e parceiros. A sustentabilidade depende da capacidade de equilibrar as despesas com as receitas e de desenvolver um projeto desportivo consistente. O futebol pode também contribuir para a formação de jovens atletas, para a criação de oportunidades profissionais e para o desenvolvimento de atividades económicas complementares. Contudo, os resultados não estão garantidos. A gestão de um clube exige planeamento, acompanhamento financeiro e capacidade de responder às mudanças no desempenho desportivo. A entrada dos irmãos Gomes no capital do Luanda City constitui um exemplo concreto da sua participação numa área distinta do entretenimento. A avaliação do alcance do investimento exige, porém, informação sobre a participação acionista, os recursos mobilizados, os objetivos definidos e a evolução do clube após a entrada dos novos investidores.

Relações internacionais e oportunidades de investimento

A presença empresarial apresentada por Clénio e Clésio Gomes não se limita a Angola. A sua plataforma institucional identifica atividades em Moçambique, Portugal e nos Emirados Árabes Unidos, incluindo iniciativas relacionadas com serviços, formação, gestão de ativos, turismo e consultoria. A expansão geográfica pode abrir oportunidades para desenvolver relações comerciais, conhecer novos mercados e estabelecer parcerias com empresas de diferentes países. A expansão geográfica pode abrir oportunidades para desenvolver relações comerciais, conhecer novos mercados e estabelecer parcerias com empresas de diferentes países.

No entanto, operar internacionalmente exige compreender as condições legais, fiscais e comerciais de cada jurisdição. Também implica gerir diferenças culturais, custos de operação, riscos cambiais e necessidades de financiamento. A construção de uma rede de relações institucionais pode facilitar a identificação de oportunidades, mas a sua relevância económica depende da concretização de projetos e da capacidade de produzir resultados. É importante distinguir o estabelecimento de contactos de uma parceria comercial efetiva, assim como diferenciar o anúncio de um investimento da sua execução. Para a análise do percurso de Clénio, a internacionalização constitui uma dimensão relevante, mas deve ser acompanhada por informação sobre os projetos realizados, as estruturas empresariais envolvidas e os resultados alcançados.

A importância da gestão e da organização empresarial

À medida que um empresário passa a participar em diferentes negócios, a qualidade da gestão torna-se cada vez mais importante. Uma estrutura empresarial diversificada precisa de definir responsabilidades, acompanhar indicadores e garantir que cada empresa dispõe dos recursos e das competências necessárias para cumprir os seus objetivos. A delegação de responsabilidades permite que as equipas operacionais tomem decisões dentro de limites claros, enquanto os responsáveis pela estratégia acompanham o desempenho global e avaliam as prioridades de investimento. A organização financeira também é fundamental. Cada negócio deve manter informação contabilística adequada, controlar custos e preparar projeções que permitam antecipar necessidades de tesouraria. A disciplina na gestão ajuda a identificar atividades que precisam de ajustamentos e a avaliar se uma nova oportunidade é compatível com os recursos disponíveis. Para grupos empresariais com presença em diferentes setores, estes mecanismos podem ser decisivos para manter a qualidade das operações e assegurar a continuidade dos negócios.

A trajetória conjunta de Clénio e Clésio Gomes oferece, por isso, uma oportunidade para discutir os desafios de transformar um conjunto de iniciativas numa estrutura empresarial capaz de funcionar de forma coordenada.

O papel da responsabilidade social

A plataforma institucional dos irmãos Gomes descreve também iniciativas de apoio a comunidades, incluindo ações de solidariedade, campanhas de sensibilização e apoio a pessoas em situações de vulnerabilidade. A responsabilidade social pode representar uma dimensão importante da atividade empresarial, sobretudo quando as iniciativas são desenvolvidas de forma consistente e respondem a necessidades concretas.

O seu impacto deve ser avaliado através de elementos como os recursos mobilizados, o número de beneficiários, a continuidade dos programas e os resultados obtidos. A divulgação de ações solidárias é relevante para documentar a participação dos empresários, mas não substitui uma avaliação do impacto produzido. Da mesma forma, as iniciativas sociais devem ser distinguidas dos resultados comerciais das empresas. Para uma reportagem aprofundada, seria útil conhecer os critérios de seleção dos projetos apoiados, as organizações parceiras e os mecanismos utilizados para avaliar os resultados. Esta informação permitiria compreender de que forma a responsabilidade social se integra na estratégia empresarial e como pode contribuir para o desenvolvimento de comunidades.

O que o percurso de Clénio Gomes permite compreender

A trajetória empresarial de Clénio Gomes, desenvolvida em conjunto com o seu irmão, reúne diferentes dimensões: criação de negócios, internacionalização, diversificação de investimentos e participação em atividades económicas que vão do entretenimento ao desporto. A Clé Entertainment constitui um marco importante dessa história, enquanto a participação na BackRoom e no Luanda City demonstra a procura de oportunidades para além do mercado inicial. A apresentação institucional do universo empresarial dos irmãos inclui ainda atividades em comunicação, gestão de ativos, investimento, tecnologia e agronegócio. Estes elementos permitem compreender a amplitude dos seus interesses empresariais, mas uma avaliação completa exige mais informação sobre as responsabilidades individuais, os resultados operacionais e a estrutura das participações.

No caso de Clénio, será particularmente importante esclarecer o papel que desempenha na gestão das empresas, as decisões estratégicas em que participa diretamente e a forma como acompanha o desenvolvimento dos negócios. Essas respostas ajudariam a distinguir a sua contribuição individual da atividade conjunta desenvolvida com Clésio Gomes.

Construir um legado empresarial sustentável

O crescimento de um conjunto de empresas exige mais do que identificar oportunidades. Exige criar estruturas capazes de executar estratégias, gerir recursos e manter relações de confiança com clientes, trabalhadores, parceiros e investidores.

A diversificação pode ampliar as possibilidades de crescimento, mas também aumenta a complexidade da gestão. Cada negócio precisa de objetivos claros, mecanismos de controlo e uma equipa preparada para responder às necessidades do mercado.

A experiência empresarial de Clénio Gomes permite abordar estes desafios e refletir sobre a importância de desenvolver organizações que possam crescer sem depender exclusivamente da intervenção diária dos seus fundadores.

Para Angola, a criação de empresas sustentáveis pode contribuir para diversificar a economia, desenvolver competências, criar emprego e estabelecer novas relações comerciais. O contributo concreto de cada iniciativa deve, contudo, ser avaliado através de resultados verificáveis.

OS SETORES QUE MOVEM ANGOLA

O futuro de Angola será construído pelas empresas que conseguirem transformar o potencial do país em produção, inovação, emprego e valor duradouro.



Agostinho Kapaia
Empresário associado à construção civil, agricultura, tecnologia e hotelaria através do Grupo OPAIA

Da tecnologia à construção, da distribuição aos serviços, do investimento ao entretenimento, uma análise dos setores que podem impulsionar a diversificação económica, atrair capital e abrir espaço para uma nova geração de empresários angolanos.

A economia de um país não se transforma apenas através de grandes projetos ou de decisões governamentais. Transforma-se também nas empresas que produzem, nas plataformas que simplificam serviços, nas redes que distribuem mercadorias, nos investidores que financiam projetos e nas pessoas que identificam oportunidades onde outros encontram dificuldades.

Em Angola, a diversificação económica continua a colocar uma questão fundamental: **quais são os setores capazes de gerar mais valor, criar empresas sustentáveis e ampliar as oportunidades para os próximos anos?**
A resposta não está concentrada numa única indústria. Está na capacidade de desenvolver diferentes atividades, melhorar a produtividade, fortalecer as cadeias de fornecimento nacionais e criar ligações entre setores que, quando trabalham em conjunto, podem produzir resultados mais relevantes.

OBS: Nesta reportagem, a Deebs Magazine analisa seis áreas fundamentais para compreender o presente e as possibilidades futuras da economia angolana: tecnologia, construção, distribuição, serviços, investimento e entretenimento.

Tecnologia

O futuro da tecnologia angolana dependerá da capacidade de desenvolver soluções úteis, seguras e financeiramente sustentáveis. O maior potencial não estará necessariamente na aplicação mais sofisticada, mas naquela que conseguir resolver um problema relevante para um número significativo de pessoas ou empresas.

Construção e infraestruturas

As oportunidades mais consistentes estarão associadas à capacidade de executar projetos com qualidade, controlar custos e construir relações comerciais duradouras. O desenvolvimento da construção depende não apenas de novas obras, mas também da qualidade das infraestruturas e da capacidade de manter o que já existe.

Distribuição e logística

O futuro da distribuição em Angola será influenciado pela capacidade de reduzir ineficiências, aproximar a produção dos mercados e desenvolver operações logísticas fiáveis. Para os empresários, a oportunidade está em construir sistemas que façam os produtos chegar ao destino certo, nas condições adequadas e a um custo sustentável.

Serviços

Os serviços especializados podem ajudar a profissionalizar o tecido empresarial angolano. As oportunidades estarão nas empresas que conseguirem combinar conhecimento técnico, compreensão do mercado e capacidade de demonstrar o valor produzido para os clientes.

Investimento e financiamento

Ampliar o investimento em Angola exige desenvolver projetos sólidos, melhorar a intermediação financeira e fortalecer a confiança entre empresas, financiadores e investidores. O objetivo não é apenas mobilizar mais capital, mas assegurar que os recursos financiam atividades capazes de produzir valor económico.

Entretenimento e indústrias criativas

O entretenimento pode representar uma dimensão relevante da diversificação económica, desde que o talento seja acompanhado por gestão profissional, proteção da propriedade intelectual, capacidade de produção e modelos de negócio capazes de gerar receitas consistentes.

deebs.

RANKING ESPECIAL
EMPRESÁRIOS A ACOMPANHAR

deebsmagazine.com

deebs.

10 NOMES QUE PODEM INFLUENCIAR O FUTURO DE ANGOLA

❶



Nelson Carrinho

Sector:
Agroindústria e produção alimentar

---

❷



António Mosquito

Sector:
Indústria automóvel e negócios multissetoriais

---

❸



Agostinho Kapaia

Sector:
Construção e infraestruturas

---

❹



Ivanilson Machado

Sector:
Energia e distribuição de combustíveis

---

❺



Wilson Ganga

Sector:
Tecnologia e inovação digital

---

❻



Jaime Freitas

Sector:
Comércio automóvel e distribuição

---

❼



Maurílio Mateus

Sector:
Gestão empresarial e indústria tecnológica

---

❽



Silvestre Tulumba

Sector:
Indústria e produção nacional

---

❾



Clésio Gomes

Sector:
Entretenimento e indústrias criativas

---

❶⓪



Valdomiro Dondo

Sector:
Investimento e diversificação empresarial

Nota editorial

Esta seleção não pretende determinar quem é o maior, o melhor ou o mais bem-sucedido empresário de Angola. A iniciativa da Deebs Magazine tem como objetivo reconhecer e destacar dez empresários de diferentes setores que, através das suas atividades, iniciativas e visão de negócio, estão a contribuir para o desenvolvimento da economia angolana e para a construção de novas oportunidades no país.



Construir hoje a Angola de amanhã

O futuro de Angola começa com as decisões tomadas no presente. Cada empresa criada, cada investimento realizado e cada oportunidade de emprego gerada pode contribuir para transformar a economia nacional e melhorar as condições de vida da população.

Num país com potencial em setores como agricultura, indústria, tecnologia, energia, construção e serviços, o desafio está em converter recursos e oportunidades em desenvolvimento sustentável. Para isso, é fundamental fortalecer o setor privado, incentivar a inovação e criar condições para que as empresas angolanas cresçam, se modernizem e conquistem novos mercados.

Os empresários têm, neste processo, uma responsabilidade que vai além dos resultados financeiros. Criar empregos, formar profissionais, valorizar fornecedores nacionais e desenvolver soluções para os desafios do mercado são formas concretas de contribuir para o progresso do país.

Construir a Angola de amanhã exige também uma nova visão empresarial: menos dependência de modelos tradicionais, maior aposta na produção nacional, investimentos estratégicos e capacidade de competir num mercado cada vez mais exigente. O crescimento deve ser acompanhado por uma gestão responsável, transparência e compromisso com a sustentabilidade dos negócios.

O caminho não depende apenas de grandes grupos económicos. As pequenas e médias empresas, os empreendedores emergentes e os profissionais que desenvolvem novas soluções também desempenham um papel essencial na diversificação económica e na criação de oportunidades.

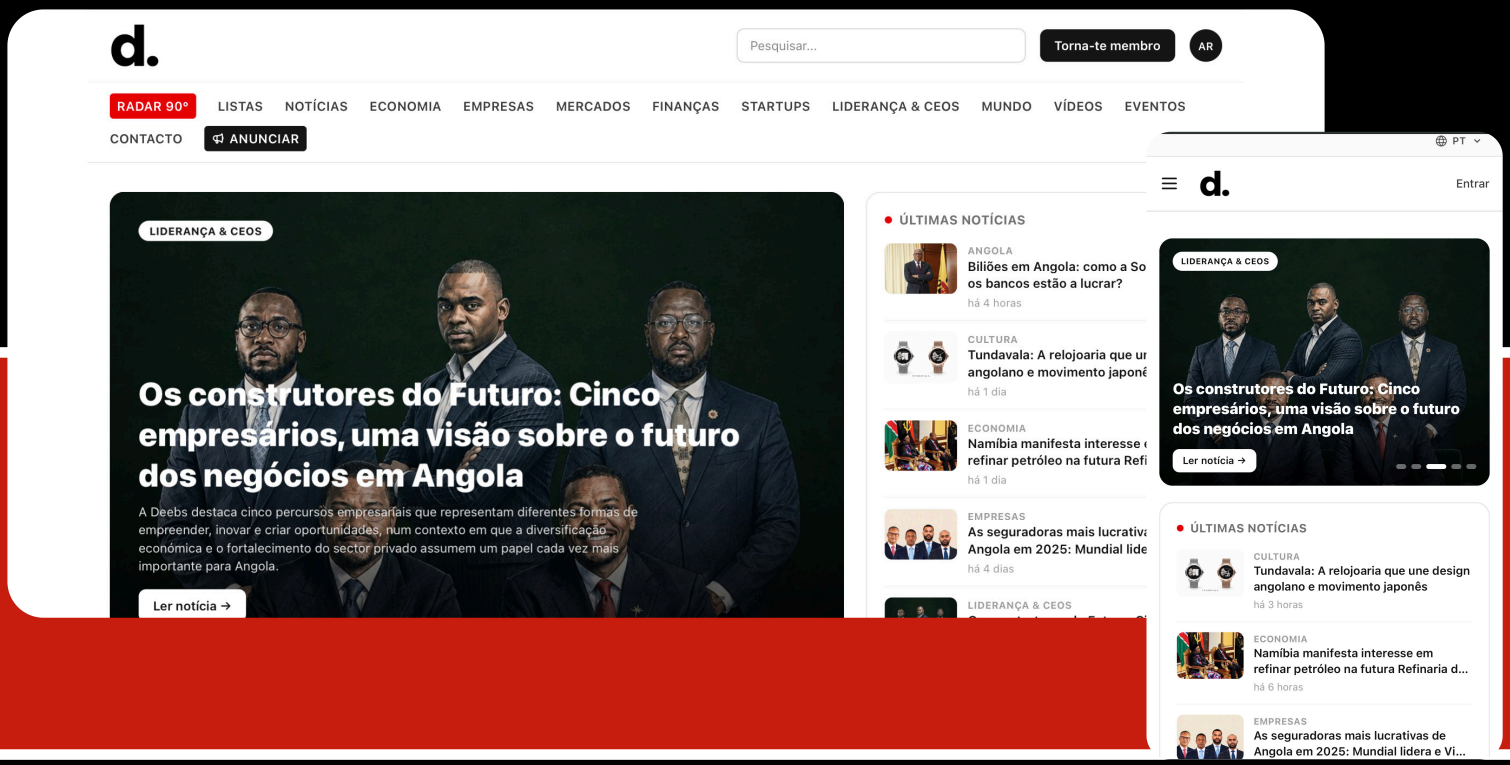
09

A Angola do futuro será construída por aqueles que transformarem ambição em trabalho, investimento em produção e ideias em resultados. Mais do que imaginar o país que queremos, o desafio é começar a construí-lo hoje, através de empresas sólidas, líderes responsáveis e uma economia capaz de criar valor para as próximas gerações.

deebs.

APRESENTAMOS A ASSINATURA DEEBS

Faça parte de uma comunidade que acompanha de perto o mundo dos negócios, do empreendedorismo e do investimento. Como membro da Deebs, terá acesso a conteúdos exclusivos, poderá ler matérias antes da sua publicação oficial, descobrir vídeos curtos, acompanhar histórias de líderes empresariais e partilhar as suas opiniões através de comentários.



Esteja mais próximo das ideias, das tendências e das pessoas que estão a construir o futuro de Angola e do mundo.