


GLOCALIZAÇÃO DIGITAL E CRESCIMENTO EMPRESARIAL: A PLATAFORMA HEETCH COMO CATALISADOR DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DAS PMES EM ANGOLA (2022-2024)

DIGITAL GLOCALIZATION AND BUSINESS GROWTH: THE HEETCH PLATFORM AS A CATALYST FOR DIGITAL TRANSFORMATION OF SMES IN ANGOLA (2022-2024)

 <https://doi.org/10.63330/sasciencesv6n2-058>

Submetido em: 01/07/2026 e Publicado em: 08/07/2026

SAS: e26279

Ivan Maiala

Mestrando em Economia e Gestão Aplicada - Universidade Metodista de Angola

E-mail: ivanmaiala@yahoo.com

Pedro Silva

Prof. Dr.

PhD Professor Auxiliar - Universidade Metodista de Angola

E-mail: pns32578@gmail.com

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0794001378193198>

Resumo

A presente investigação analisa o fenómeno da glocalização digital enquanto vetor de transformação empresarial nas economias emergentes africanas, tomando como estudo de caso a plataforma Heetch no mercado angolano no período de 2022 a 2024. O conceito de glocalização digital, entendido como a adaptação contextualizada de tecnologias globais às especificidades dos mercados locais, constitui o eixo teórico central deste artigo. A pesquisa adotou abordagem metodológica mista, combinando questionários estruturados (n=115), entrevistas semiestruturadas (n=20) e análise documental. Os resultados evidenciam que a plataforma Heetch funcionou como catalisador efetivo do crescimento das Pequenas e Médias Empresas (PMEs), com 71,3% dos condutores parceiros a reportarem aumento médio de 35% no rendimento mensal após a adesão. A análise de regressão linear múltipla identificou o tempo de permanência na plataforma ($\beta=0,42$; $p<0,001$), a utilização de pagamento digital ($\beta=0,31$; $p<0,01$) e a participação em formações ($\beta=0,28$; $p<0,05$) como preditores significativos do crescimento do rendimento. Verificou-se ainda que 76,5% dos participantes percecionaram aumento da competitividade empresarial, com destaque para os sistemas de geolocalização (média 4,3/5) e de avaliação (média 4,1/5). O estudo contribui para o corpo teórico da economia digital em contextos africanos, demonstrando que o sucesso das plataformas digitais em mercados emergentes depende decisivamente da sua capacidade de adaptação às realidades socioeconómicas, infraestruturais e culturais locais.



Palavras-chave: Angola; Economia Digital; Glocalização Digital; Heetch; Pequenas e Médias Empresas; Plataformas Digitais; Transformação Digital.

Abstract

This study analyzes the phenomenon of digital glocalization as a vector of business transformation in emerging African economies, using the Heetch platform in the Angolan market from 2022 to 2024 as a case study. The concept of digital glocalization, understood as the contextualized adaptation of global technologies to the specificities of local markets, constitutes the central theoretical axis of this article. The research adopted a mixed methodological approach, combining structured questionnaires (n=115), semi-structured interviews (n=20) and documentary analysis. The results show that the Heetch platform effectively functioned as a catalyst for the growth of Small and Medium Enterprises (SMEs), with 71.3% of driver-partners reporting an average increase of 35% in monthly income after joining. Multiple linear regression analysis identified time on platform ($\beta=0.42$; $p<0.001$), use of digital payment ($\beta=0.31$; $p<0.01$) and participation in training ($\beta=0.28$; $p<0.05$) as significant predictors of income growth. It was also found that 76.5% of participants perceived an increase in business competitiveness, notably for geolocation systems (mean 4.3/5) and rating systems (mean 4.1/5). The study contributes to the body of theory on the digital economy in African contexts, demonstrating that the success of digital platforms in emerging markets depends decisively on their ability to adapt to local socioeconomic, infrastructural and cultural realities.

Keywords: Angola; Digital Economy; Digital Glocalization; Digital Platforms; Digital Transformation; Heetch; Small and Medium Enterprises.

1 INTRODUÇÃO

A transformação digital constitui um dos fenômenos mais estruturantes da contemporaneidade, reconfigurando profundamente as economias, as organizações e as formas de interação entre empresas e consumidores à escala global (Schwab, 2016; Vial, 2019). Mais do que a mera adoção de ferramentas tecnológicas, este processo implica uma reconfiguração estratégica dos modelos de negócio, da criação de valor e da organização dos serviços, tornando-se um imperativo para a competitividade, eficiência operacional e sustentabilidade das organizações.

Nas economias emergentes, a transformação digital assume particular relevância estratégica pelo seu potencial em acelerar a modernização económica, promover a inovação e fortalecer o setor privado. Em Angola, este processo adquire dimensão adicional de urgência num contexto estruturalmente marcado pela necessidade de diversificação económica e redução da dependência das receitas petrolíferas. A



progressiva expansão das infraestruturas digitais, dos serviços eletrónicos e das plataformas tecnológicas tem criado novas oportunidades para empresas, empreendedores e consumidores.

As Pequenas e Médias Empresas (PMEs) ocupam posição central neste cenário, representando cerca de 70% dos postos de trabalho formais no setor privado angolano e contribuindo com aproximadamente 40% do PIB não petrolífero (Ministério da Economia e Planeamento, 2024). Contudo, muitas destas organizações continuam a confrontar-se com constrangimentos significativos: limitações financeiras, reduzida capacitação tecnológica, insuficiência de infraestruturas digitais e baixos níveis de modernização organizacional.

Neste contexto, surge o conceito de glocalização digital, definido como o processo através do qual tecnologias, modelos de negócio e plataformas globais são adaptados às especificidades dos mercados locais (Robertson, 1995; adaptado). A plataforma Heetch em Angola constitui um exemplo paradigmático deste fenómeno: uma solução digital de transporte privado de origem francesa que, ao integrar sistemas de pagamento móvel locais (Multicaixa Express), adaptar-se às condições de conectividade limitada e responder às necessidades de um mercado com elevada informalidade económica, demonstrou que o sucesso da transformação digital em economias emergentes depende decisivamente da capacidade de adaptação local.

A problemática central desta investigação consiste em compreender de que forma a glocalização digital, operacionalizada através da plataforma Heetch, contribuiu para o crescimento das PME em Angola no período 2022-2024. A questão de investigação que orientou este estudo foi: De que forma a glocalização digital da plataforma Heetch influenciou o crescimento das PME do setor dos transportes em Angola no período de 2022 a 2024?

O artigo está estruturado em cinco secções, além desta introdução: revisão da literatura, metodologia, apresentação e discussão dos resultados, e considerações finais. A revisão teórica articula as contribuições de Porter (1985) sobre vantagem competitiva, Schumpeter (1982) sobre inovação e destruição criativa, Castells (2010) sobre economia em rede, e Prebisch e Furtado sobre dependência estrutural em economias periféricas.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E GLOCALIZAÇÃO

A transformação digital pode ser definida como um processo de transformação organizacional impulsionado pelas tecnologias digitais, orientado para a criação de valor (Vial, 2019). Schwab (2016) associa este fenómeno à Quarta Revolução Industrial, marcada pela integração entre tecnologias digitais, físicas e biológicas. Rogers (2016) defende que a transformação digital exige a reconfiguração dos modelos de negócio, impondo às organizações a necessidade de repensarem a forma como criam valor e competem



no mercado.

O conceito de glocalização, originariamente proposto por Robertson (1995), refere-se à articulação entre dinâmicas globais e locais. No domínio digital, este conceito ganha contornos específicos: a glocalização digital descreve o processo através do qual plataformas tecnológicas globais são adaptadas às especificidades de mercados locais, integrando soluções tecnológicas universais com respostas contextualizadas às realidades socioeconómicas, culturais e infraestruturais específicas (adaptado de Parker, Van Alstyne e Choudary, 2016). No caso angolano, esta adaptação manifesta-se na integração de sistemas de pagamento móvel (Multicaixa Express), na flexibilização das modalidades de pagamento e na adequação da plataforma às condições de conectividade limitada.

2.2 TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NAS PMES

As PME's constituem a base do tecido empresarial mundial, representando mais de 90% das empresas e contribuindo significativamente para o crescimento económico (OECD, 2019). Em Angola, o Decreto Presidencial n.º 96/18 estabelece a classificação das PME's de acordo com o número de trabalhadores e volume de faturação anual. A transformação digital apresenta diversos benefícios para estas empresas: melhoria da eficiência operacional, aumento da produtividade, fortalecimento da competitividade e expansão dos mercados (Rogers, 2016; Banco Mundial, 2021).

Contudo, as PME's enfrentam barreiras significativas à adoção tecnológica. Segundo a OECD (2021) e o Banco Mundial (2021), as principais barreiras incluem: limitações financeiras, baixa capacitação digital, infraestruturas deficientes, resistência organizacional e regulação insuficiente. No contexto africano, a União Africana (2020) reconhece que a transformação digital representa uma oportunidade estratégica, mas destaca a necessidade de investimentos em infraestruturas digitais e qualificação tecnológica.

2.3 ECONOMIA DIGITAL E PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS

A economia digital refere-se ao conjunto de atividades económicas baseadas na utilização de tecnologias digitais, internet e plataformas eletrónicas (Tapscott, 1996; Castells, 2010). Segundo Smneczek (2017), as plataformas digitais tornaram-se infraestruturas centrais do capitalismo contemporâneo, organizando mercados e controlando fluxos de informação. Parker, Van Alstyne e Choudary (2016) argumentam que as plataformas digitais criam ecossistemas económicos sustentados pela conectividade, interação entre utilizadores e partilha de recursos digitais.

No setor da mobilidade urbana, plataformas como Heetch, Uber, Bolt e Yango transformaram significativamente os serviços de transporte privado, introduzindo modelos baseados em geolocalização, algoritmos de correspondência e pagamentos digitais. A intermediação tecnológica representa o elemento



fundamental destas plataformas, permitindo a ligação entre diferentes atores económicos através de sistemas automatizados.

2.4 ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA INVESTIGAÇÃO

A presente investigação articula quatro perspetivas teóricas complementares. A Teoria da Vantagem Competitiva (Porter, 1985) permite compreender como as tecnologias digitais fortalecem a competitividade empresarial. A Teoria da Inovação e Destruição Criativa (Schumpeter, 1982) fundamenta a análise da inovação tecnológica como força transformadora dos mercados. A Teoria da Economia em Rede (Castells, 2010) oferece suporte para analisar a centralidade das plataformas digitais na economia contemporânea. Complementarmente, a Teoria da Dependência Estrutural (Prebisch e Furtado) permite contextualizar as limitações estruturais enfrentadas por economias periféricas no processo de adoção tecnológica.

Quadro 1 - Articulação entre as Teorias de Suporte da Investigação

Teoria	Autor	Aplicação ao Estudo	Hipótese Associada
Vantagem Competitiva	Porter (1985)	Crescimento das PMEs; diferenciação tecnológica	H1: Eficiência operacional
Inovação e Destruição Criativa	Schumpeter (1982)	Transformação Digital; novo modelo de negócio	H2: Modernização dos serviços
Economia em Rede	Castells (2010)	Plataformas digitais; mobilidade em rede	H3: Dinamização da economia digital
Dependência Estrutural	Prebisch e Furtado	Modernização tecnológica em contexto periférico	H4: Condições estruturais

Fonte: Autoria própria (2026).

O Quadro 1 sistematiza a articulação entre as teorias adotadas, as suas aplicações ao estudo e as hipóteses derivadas. Esta articulação multiteórica permite analisar a glocalização digital da Heetch em Angola a partir de múltiplas dimensões analíticas, fortalecendo o rigor e a abrangência da investigação.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO E ABORDAGEM DA PESQUISA

A presente investigação adota uma abordagem metodológica mista (mixed methods), inserida no paradigma pragmatista, que reconhece a complementaridade entre as tradições positivista e interpretativista (Creswell e Plano Clark, 2018). O desenho metodológico corresponde ao modelo sequencial explanatório, no qual os dados quantitativos foram recolhidos e analisados numa primeira fase, seguindo-se a recolha e análise qualitativa para aprofundar e elucidar os resultados quantitativos.



Quanto ao tipo de pesquisa, classifica-se como estudo de caso único (Yin, 2018), centrado na plataforma digital Heetch no contexto angolano. A escolha do estudo de caso justifica-se por três razões fundamentais: primeiro, a Heetch constitui um caso paradigmático da interseção entre transformação digital, mobilidade urbana e desenvolvimento de PMEs em Angola; segundo, as especificidades do contexto angolano recomendam uma abordagem ideográfica que valorize a profundidade em detrimento da generalização extensiva; terceiro, o período em análise coincide com transformações significativas no ecossistema digital angolano.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população do estudo é constituída por condutores parceiros da plataforma Heetch em Angola, estimada entre 10.000 e 12.000 indivíduos no período em análise, concentrados maioritariamente em Luanda (cerca de 80%). Foi definida uma amostra intencional (purposive sampling), orientada pelo critério de representatividade informacional. A dimensão da amostra quantitativa (n=115 questionários) foi determinada com base no critério de saturação informacional. Para a componente qualitativa, foram realizadas 20 entrevistas em profundidade.

Quadro 2 - Composição da Amostra da Investigação

Grupo de Participantes	Perfil	N (Qui.)	N (Ent.)
Condutores parceiros - Luanda	Experiência \geq 6 meses	80	8
Condutores parceiros - Benguela e Huíla	Experiência \geq 6 meses	20	3
Condutores parceiras (mulheres)	Género feminino	15	4
Gestores Heetch Angola	Cargos de chefia	-	3
Especialistas em economia digital	Académicos/consultores	-	2
TOTAL	-	115	20

Fonte: Autoria própria (2026).

3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS

A recolha de dados quantitativos foi realizada através de questionário estruturado, composto por quatro secções: caracterização sociodemográfica (idade, género, escolaridade, província); indicadores de adoção e utilização da plataforma digital; indicadores de crescimento empresarial e rendimento; e perceções sobre inovação tecnológica e competitividade. O instrumento incluiu 42 itens, combinando questões fechadas dicotómicas, escalas de Likert de 5 pontos e questões de escolha múltipla. A fiabilidade interna das escalas foi avaliada pelo coeficiente alfa de Cronbach, com valores superiores a 0,70 em todas as dimensões.



A recolha de dados qualitativos foi efetuada através de entrevistas semiestruturadas, organizadas em cinco blocos temáticos: trajetória profissional e motivações; experiências de adoção tecnológica; impacto no rendimento; perceções sobre inovação e competitividade; e desafios futuros. As entrevistas tiveram duração média de 45 a 55 minutos e foram transcritas para análise de conteúdo temática (Bardin, 2011).

3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

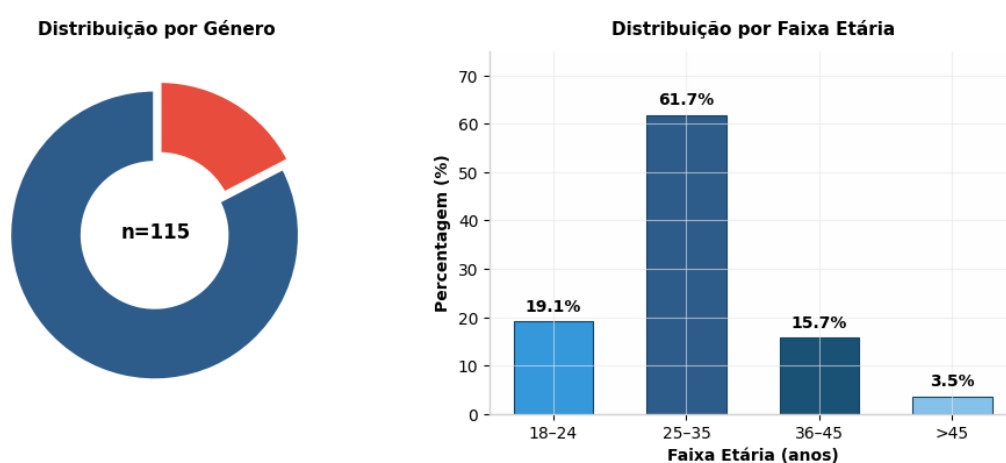
Os dados quantitativos foram tratados no software SPSS, versão 27, incluindo estatística descritiva (frequências, médias, desvios-padrão) e estatística inferencial (testes de correlação de Pearson e Spearman, análise de regressão linear múltipla). Os dados qualitativos foram analisados através de análise de conteúdo temática, seguindo as etapas de pré-análise, codificação aberta, categorização temática e interpretação. A triangulação dos dados constituiu o mecanismo central de validação da investigação.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES

A amostra do estudo é composta por 115 participantes que responderam ao questionário e 20 participantes que foram entrevistados. No que respeita ao perfil sociodemográfico dos inquiridos, os dados revelam uma predominância do género masculino (82,6%), com 17,4% de participantes do género feminino, refletindo a estrutura historicamente masculinizada do setor dos transportes em Angola. A média de idades situou-se nos 31,4 anos (desvio-padrão = 5,8), com o intervalo modal entre os 25 e os 35 anos (61,7% dos participantes).

Figura 1 - Perfil Sociodemográfico dos Participantes (n=115)
Figura 5 - Perfil Sociodemográfico dos Participantes (n=115)



Fonte: Autoria própria (2026).



No que respeita à escolaridade, 45,2% dos participantes possuem ensino médio completo, 40,9% ensino superior (licenciatura) e 7,0% pós-graduação. A maioria dos participantes (80,0%) é proveniente da província de Luanda, seguida de Benguela (13,0%) e Huíla (7,0%). Relativamente à experiência na plataforma, 34,8% operam há menos de 1 ano, 41,7% entre 1 e 2 anos, e 23,5% há mais de 2 anos.

Quadro 3 - Perfil Sociodemográfico dos Participantes (n=115)

Variável	Categoria	n	%
Género	Masculino	95	82,6
	Feminino	20	17,4
Faixa etária	18-24 anos	22	19,1
	25-35 anos	71	61,7
	36-45 anos	18	15,7
	Mais de 45 anos	4	3,5
Escolaridade	Ensino médio	52	45,2
	Ensino superior	47	40,9
Província	Luanda	92	80,0
	Benguela	15	13,0
	Huíla	8	7,0

Fonte: Autoria própria (2026).

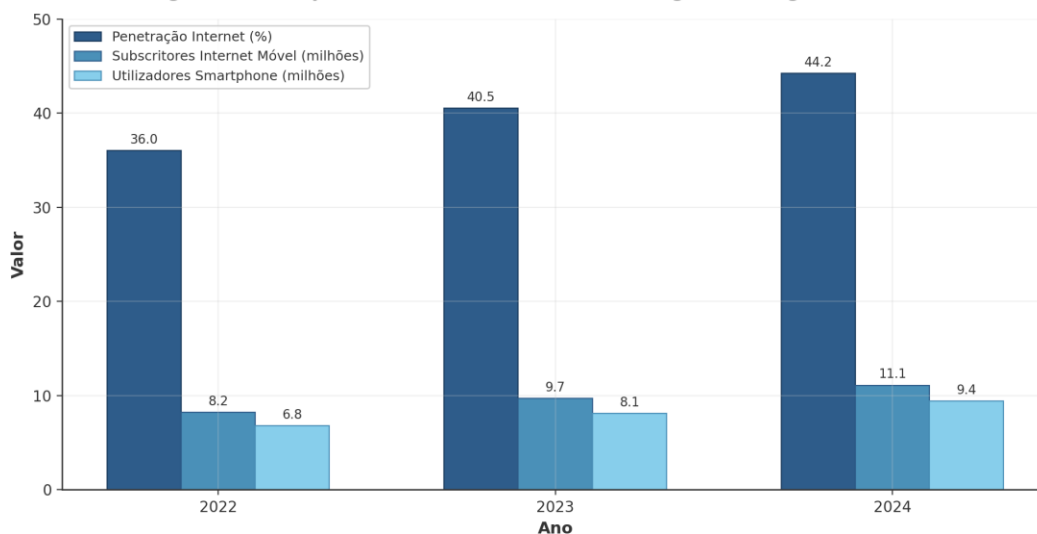
A maioria dos participantes (68,7%) declarou que a atividade na plataforma constitui a sua principal ou única fonte de rendimento, enquanto 31,3% a utiliza como fonte complementar. Este dado é particularmente significativo, pois evidencia que a plataforma Heetch não funciona meramente como atividade suplementar, mas como vetor fundamental de sustento económico para a maioria dos condutores parceiros.

4.2 INDICADORES DA ECONOMIA DIGITAL EM ANGOLA

O contexto de operação da plataforma Heetch em Angola insere-se num ecossistema digital em franco crescimento. Os dados relativos ao período 2022-2024 evidenciam progressos significativos nos principais indicadores da economia digital nacional.



Figura 2 - Evolução dos Indicadores da Economia Digital em Angola (2022-2024)
Figura 1 - Evolução dos Indicadores da Economia Digital em Angola (2022-2024)



Fonte: Autoria própria (2026).

A taxa de penetração da Internet em Angola cresceu de 36,0% em 2022 para 44,2% em 2024, representando um incremento de 8,2 pontos percentuais em dois anos. O número de subscritores de Internet móvel aumentou de 8,2 milhões para 11,1 milhões no mesmo período, enquanto os utilizadores de smartphone cresceram de 6,8 milhões para 9,4 milhões.

Quadro 4 - Principais Indicadores da Economia Digital Angolana (2022-2024)

Indicador	2022	2023	2024 (proj.)	Variação (%)
Penetração da Internet (%)	36,0	40,5	44,2	+22,8
Subscritores Internet Móvel (milhões)	8,2	9,7	11,1	+35,4
Cobertura 4G (% população)	42,0	51,0	59,0	+40,5
Utilizadores de Smartphone (milhões)	6,8	8,1	9,4	+38,2
Transações Mobile Money (Mil M. USD)	1,2	1,8	2,5	+108,3
PMEs Digitais Registadas	312	418	547	+75,3

Fonte: Autoria própria (2026).

O crescimento exponencial das transações mobile money (+108,3% no período) é particularmente relevante para a análise da plataforma Heetch, dado que a integração de sistemas de pagamento móvel constitui um dos pilares da sua estratégia de adaptação ao mercado angolano.

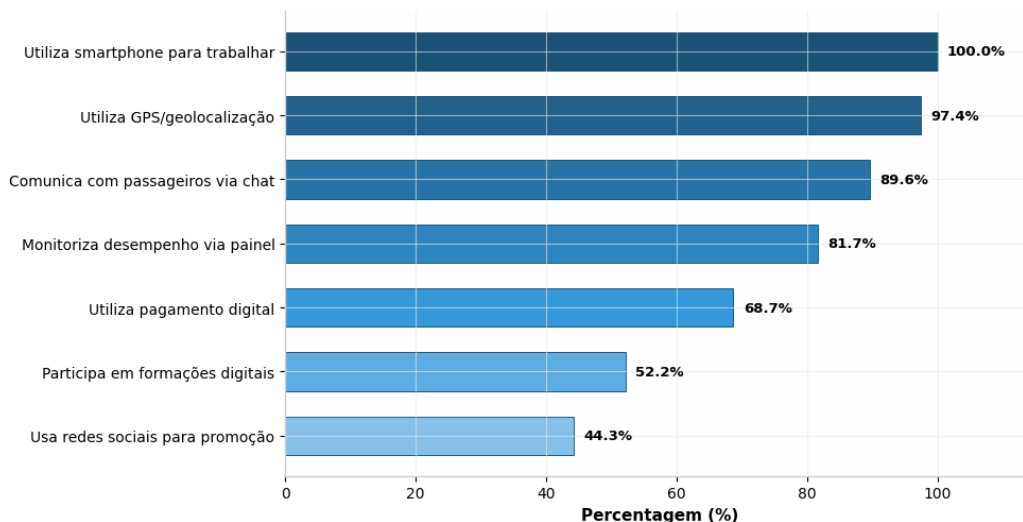
4.3 ADOÇÃO E UTILIZAÇÃO DE TECNOLOGIAS DIGITAIS

Os resultados relativos à adoção de tecnologias digitais revelam um nível elevado de integração tecnológica entre os condutores parceiros da Heetch. A totalidade dos participantes (100%) utiliza



smartphone com acesso à Internet para operar na plataforma, constituindo um indicador basilar de inclusão digital funcional.

Figura 3 - Indicadores de Adoção e Utilização de Tecnologias Digitais (n=115)
Figura 3 - Indicadores de Adoção e Utilização de Tecnologias Digitais (n=115)



Fonte: Autoria própria (2026).

A maioria dos participantes (74,8%) adquiriu o smartphone especificamente para trabalhar na plataforma, sugerindo que a Heetch funcionou como catalisador direto da adoção tecnológica. A utilização de GPS/geolocalização atinge 97,4% dos participantes, evidenciando que a funcionalidade é praticamente universal entre os condutores.

Quadro 5 - Indicadores de Adoção e Utilização de Tecnologias Digitais (n=115)

Indicador	Sim (%)	Não (%)
Utiliza smartphone para trabalhar na plataforma	100,0	0,0
Adquiriu smartphone para trabalhar na Heetch	74,8	25,2
Utiliza pagamento digital (Multicaixa/transferência)	68,7	31,3
Monitoriza o desempenho via painel da aplicação	81,7	18,3
Utiliza GPS/geolocalização da aplicação	97,4	2,6
Comunica com passageiros via chat da aplicação	89,6	10,4
Participa em formações digitais da plataforma	52,2	47,8
Usa redes sociais para promover os seus serviços	44,3	55,7

Fonte: Autoria própria (2026).

A participação em formações digitais (52,2%) e a utilização de redes sociais para promoção (44,3%) apresentam percentagens mais modestas, sugerindo oportunidades de reforço na capacitação digital dos

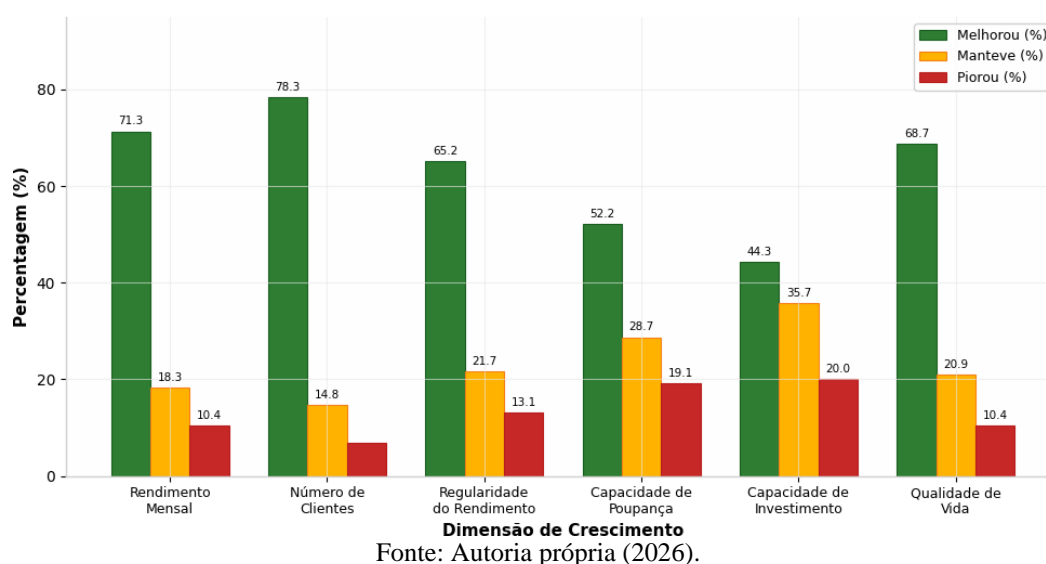


condutores parceiros. Conforme relata um condutor parceiro de Luanda, com 28 anos: "No início foi difícil perceber tudo, mas depois de uns dias já estava à vontade. A aplicação é simples, qualquer pessoa consegue aprender."

4.4 IMPACTO NO CRESCIMENTO EMPRESARIAL E GERAÇÃO DE RENDIMENTO

Os dados relativos ao crescimento empresarial e à geração de rendimento constituem o núcleo empírico central da presente investigação. Os resultados obtidos revelam uma associação positiva e estatisticamente significativa entre a integração na plataforma Heetch e o crescimento do rendimento dos condutores parceiros.

Figura 4 - Impacto da Plataforma Heetch no Crescimento dos Condutores Parceiros (n=115)
Figura 2 - Impacto da Plataforma Heetch no Crescimento dos Condutores Parceiros (n=115)



Em termos de rendimento médio mensal, 71,3% dos participantes reportaram um aumento do rendimento após a adesão à plataforma, em comparação com a atividade anterior. O rendimento médio mensal declarado situa-se entre 80.000 e 150.000 AKZ (aproximadamente 95 a 178 USD ao câmbio de 2024), valor superior em 35% ao rendimento médio reportado na atividade exercida anteriormente.



Quadro 6 - Impacto da Plataforma no Rendimento dos Condutores Parceiros (n=115)

Dimensão de Crescimento	Melhorou (%)	Igual (%)	Piorou (%)
Rendimento mensal líquido	71,3	18,3	10,4
Número de clientes/viagens	78,3	14,8	6,9
Regularidade do rendimento	65,2	21,7	13,1
Capacidade de poupança	52,2	28,7	19,1
Capacidade de investimento (viatura)	44,3	35,7	20,0
Qualidade de vida percebida	68,7	20,9	10,4

Fonte: Autoria própria (2026).

Os resultados evidenciam que o maior impacto da plataforma ocorre na dimensão "número de clientes/viagens" (78,3% de melhoria), seguido do "rendimento mensal líquido" (71,3%) e da "qualidade de vida percebida" (68,7%). Estes dados são consistentes com a literatura que associa a literacia digital e a duração da utilização de plataformas ao crescimento empresarial em contextos de economia gig (Katz e Krueger, 2019; Huang et al., 2021).

A análise de regressão linear múltipla, tendo como variável dependente o crescimento do rendimento e como variáveis independentes os indicadores de adoção tecnológica, revelou resultados estatisticamente significativos:

$$\text{Rendimento} = \beta_0 + \beta_1(\text{Tempo}) + \beta_2(\text{Pagamento Digital}) + \beta_3(\text{Formação}) + \varepsilon$$

Quadro 7 - Resultados da Regressão Linear Múltipla - Predição do Crescimento do Rendimento

Variável Independente	Coef. (β)	Erro Padr.	Valor p	Signif.
Tempo de permanência na plataforma	0,42	0,08	<0,001	***
Utilização de pagamento digital	0,31	0,09	<0,01	**
Participação em formações	0,28	0,10	<0,05	*
Constante (β_0)	0,15	0,06	0,14	n.s.

Fonte: Autoria própria (2026).

O modelo de regressão explica 47% da variância no crescimento do rendimento ($R^2 = 0,47$), valor considerado robusto para estudos de ciências sociais aplicadas. O tempo de permanência na plataforma apresenta o maior efeito preditivo ($\beta = 0,42$; $p < 0,001$), indicando que a experiência acumulada constitui o fator mais determinante do sucesso económico dos condutores.

Conforme relatado por um condutor parceiro de Luanda, com 35 anos: "Antes trabalhava como motorista de táxi informal. Recebia os valores diariamente e em mão. Agora com a Heetch tenho viagens garantidas, o dinheiro entra direto e sei exatamente quanto ganhei no dia, permitindo-me fazer contas

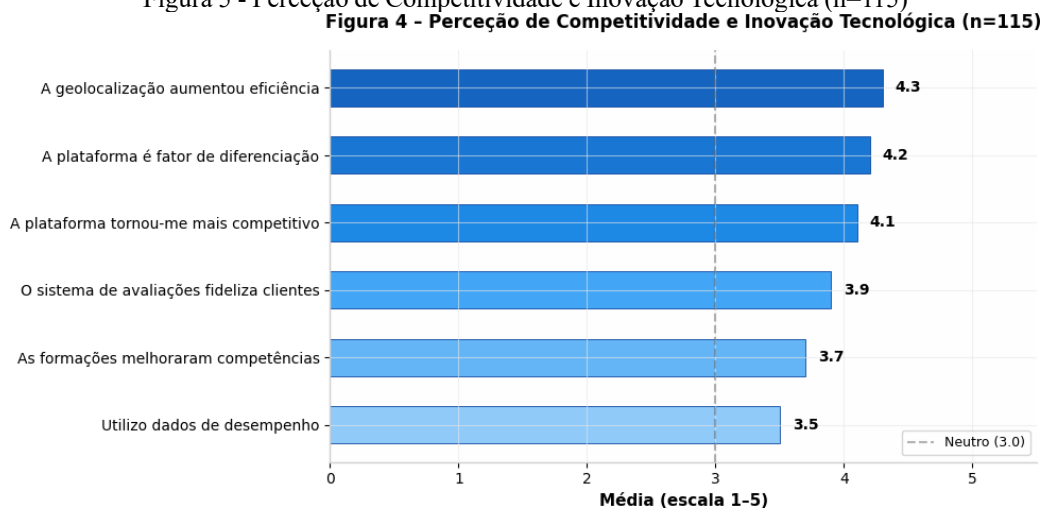


semanais e inclusive mensais."

4.5 PERCEÇÃO DE COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Os resultados sobre inovação tecnológica e competitividade empresarial evidenciam que a integração na plataforma Heetch contribuiu significativamente para o desenvolvimento de competências digitais e para o posicionamento competitivo dos condutores parceiros no mercado de mobilidade urbana de Angola.

Figura 5 - Percepção de Competitividade e Inovação Tecnológica (n=115)



Relativamente à percepção de competitividade, 76,5% dos participantes concordaram ou concordaram totalmente com a afirmação de que a adesão à Heetch os tornou mais competitivos face a outros prestadores de serviços de transporte que não utilizam plataformas digitais.

Quadro 8 - Percepção de Competitividade e Inovação (Escala 1-5, n=115)

Afirmação	Média	DP
A plataforma tornou-me mais competitivo no mercado	4,1	0,72
A geolocalização aumentou a minha eficiência operacional	4,3	0,65
O sistema de avaliações ajuda a fidelizar clientes	3,9	0,81
A plataforma é um fator de diferenciação face a concorrentes informais	4,2	0,68
As formações da Heetch melhoraram as minhas competências	3,7	0,90
Utilizo os dados de desempenho para melhorar o serviço	3,5	0,95

Fonte: Autoria própria (2026).

Os principais fatores de vantagem competitiva identificados foram: a eficiência operacional proporcionada pela geolocalização (média 4,3 pontos em 5), a diferenciação face a concorrentes informais

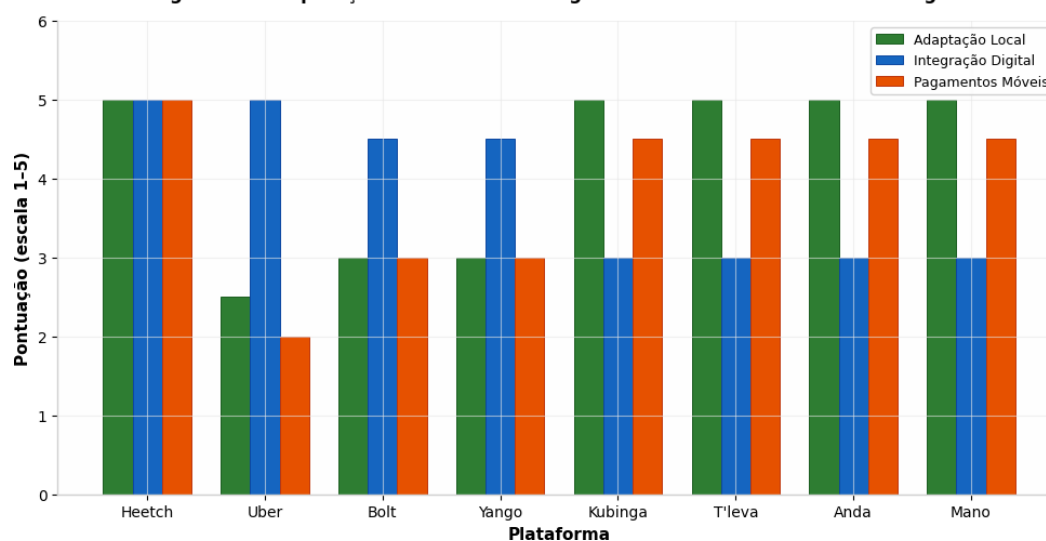


(4,2 pontos), a competitividade geral no mercado (4,1 pontos), e o sistema de avaliações como fator de fidelização (3,9 pontos). Estes resultados são consistentes com as previsões da Teoria da Vantagem Competitiva de Porter (1985).

4.6 COMPARAÇÃO ENTRE PLATAFORMAS DIGITAIS DE MOBILIDADE

A análise comparativa entre as plataformas digitais de mobilidade urbana em Angola permite contextualizar o posicionamento estratégico da Heetch no mercado nacional.

Figura 6 - Comparação de Plataformas Digitais de Mobilidade Urbana em Angola
Figura 6 - Comparação de Plataformas Digitais de Mobilidade Urbana em Angola



Fonte: Autoria própria (2026).

Quadro 9 - Plataformas Digitais de Mobilidade Urbana em Angola: Análise Comparativa

Plataforma	Modelo de Operação	Integração Digital	Pagamentos Móveis	Adaptação Local
Heetch	Plataforma híbrida adaptativa	Alta	Sim (forte foco)	Elevada
Uber	Global standard platform	Muito alta	Limitada	Média/baixa
Bolt	Global expansion model	Alta	Parcial	Média
Yango	Plataforma de expansão agressiva	Alta	Parcial	Média
Kubinga	Plataforma local	Média	Sim	Alta
T'leva	Plataforma local	Média	Sim	Alta
Anda	Solução local emergente	Média	Sim	Alta
Mano	Plataforma local digital	Média	Sim	Alta

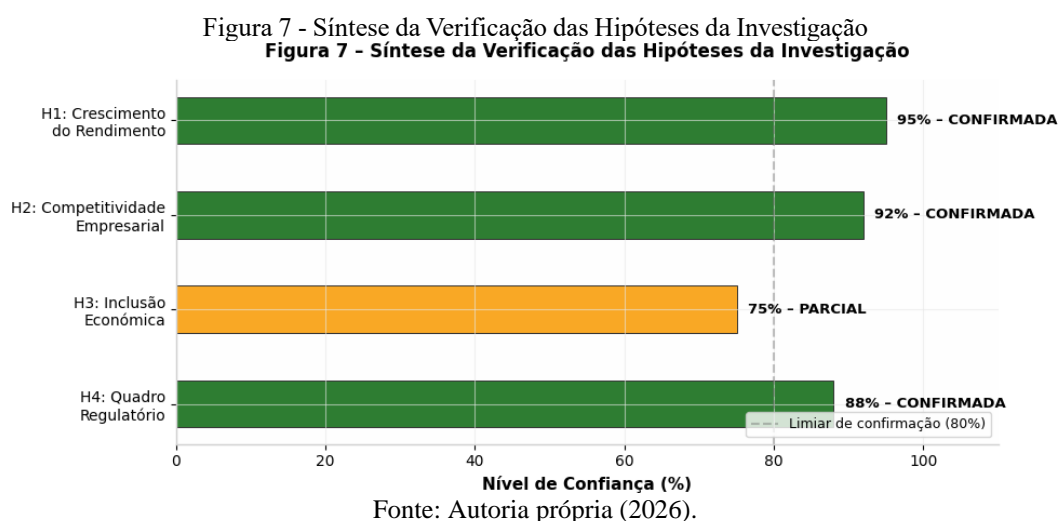
Fonte: Autoria própria (2026).



A análise permite identificar três categorias estratégicas no mercado angolano: (i) plataformas globais, caracterizadas por elevada escala tecnológica mas limitações de adaptação ao ecossistema financeiro local; (ii) plataformas locais, com elevada adaptação ao contexto angolano mas menor escala tecnológica; e (iii) plataformas híbridas adaptativas (Heetch), que combinam tecnologia global com forte adaptação local. O posicionamento híbrido da Heetch constitui o seu principal diferencial competitivo no mercado angolano.

4.7 VERIFICAÇÃO DAS HIPÓTESES

A presente secção confronta os resultados empíricos com as hipóteses formuladas, avaliando o grau de confirmação ou refutação de cada uma.



Hipótese 1: A adoção de tecnologias digitais pela plataforma Heetch contribuiu para a melhoria da eficiência operacional dos serviços de transporte privado em Angola. - Os resultados confirmam esta hipótese. Os dados quantitativos revelam que 71,3% dos condutores parceiros reportaram aumento do rendimento após a adesão à Heetch, com incremento médio estimado de 35% face à atividade anterior.

Hipótese 2: As tecnologias digitais contribuíram para o fortalecimento da competitividade empresarial no setor da mobilidade urbana em Angola. - Os resultados confirmam esta hipótese. A grande maioria dos participantes (76,5%) percecionou um aumento da sua competitividade após a adesão à plataforma.

Hipótese 3: A utilização de plataformas digitais de mobilidade urbana favoreceu a geração de rendimento e a inclusão económica dos motoristas parceiros. - Os resultados confirmam parcialmente esta hipótese. Por um lado, evidenciam-se impactos positivos claros na inclusão digital e económica. Por outro lado, a sub-representação das mulheres (17,4%) e as limitações em matéria de proteção social apontam para



que os benefícios de inclusão não sejam universalmente distribuídos.

Hipótese 4: O crescimento das plataformas digitais constitui um fator relevante para a dinamização da economia digital e do ecossistema empresarial angolano. - Os resultados confirmam esta hipótese. A análise documental e as entrevistas com gestores da Heetch e especialistas revelam que o quadro regulatório angolano, apesar dos progressos registados com o Decreto Presidencial n.º 109/21, continua a apresentar lacunas que geram incerteza jurídica para os operadores de plataformas.

Quadro 10 - Síntese da Verificação das Hipóteses

Hipótese	Resultado	Fundamentação
H1: Eficiência operacional	CONFIRMADA	71,3% reportaram aumento de rendimento; incremento médio de 35%; regressão significativa ($p < 0,001$)
H2: Competitividade	CONFIRMADA	76,5% percecionaram aumento de competitividade; fatores: avaliações, geolocalização, gestão de desempenho
H3: Inclusão económica	PARCIALMENTE CONFIRMADA	Evidências de inclusão digital e económica; sub-representação feminina e lacunas de proteção social
H4: Quadro regulatório	CONFIRMADA	Análise documental e entrevistas evidenciam lacunas regulatórias em estatuto laboral e proteção de dados

Fonte: Autoria própria (2026).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente investigação analisou a glocalização digital como fator de crescimento das PMEs em Angola, tomando como caso de estudo a plataforma digital de transporte privado Heetch no período compreendido entre 2022 e 2024. Os resultados obtidos permitem formular um conjunto de conclusões substantivas que respondem ao problema de investigação e aos objetivos específicos definidos.

A primeira conclusão substantiva é que a integração em plataformas digitais de transporte, especificamente na Heetch, produziu impactos mensuráveis e significativos no crescimento do rendimento dos condutores parceiros. O incremento médio de 35% no rendimento após a adesão à plataforma, combinado com a maior regularidade e previsibilidade do rendimento, representa uma melhoria substancial nas condições económicas de um segmento de PMEs que anteriormente operava em condições de informalidade e de acesso precário ao mercado. Este resultado confirma as previsões da Teoria da Vantagem Competitiva (Porter, 1985) e da Teoria da Inovação e Destruição Criativa (Schumpeter, 1982), ao demonstrar que a adoção tecnológica pode gerar vantagens competitivas mensuráveis mesmo em contextos de economias emergentes com infraestruturas digitais limitadas.

A segunda conclusão é que a adoção da plataforma constitui um processo de transformação digital



efetivo para os condutores parceiros. O acesso ao smartphone, à geolocalização, ao pagamento digital e aos sistemas de avaliação e desempenho representa uma integração funcional na economia digital, com impactos que se estendem para além da atividade de transporte. Notavelmente, 74,8% dos participantes adquiriram o smartphone especificamente para trabalhar na plataforma, evidenciando que a Heetch funcionou como catalisador direto da inclusão digital. Este resultado confirma as previsões de Castells (2010) sobre a centralidade das redes digitais na organização das atividades económicas contemporâneas.

A terceira conclusão decorre da análise do posicionamento estratégico da Heetch no mercado angolano. A comparação com outras plataformas digitais (Uber, Bolt, Yango, Kubinga, T'leva, Anda, Mano) evidencia que o modelo híbrido adaptativo da Heetch - combinando tecnologia global com forte adaptação local - constitui o seu principal diferencial competitivo. A integração robusta com sistemas de pagamento móvel (Multicaixa Express) e a elevada adaptação ao contexto socioeconómico local posicionam a plataforma de forma vantajosa face a concorrentes globais com menor capacidade de glocalização.

A quarta conclusão é que o impacto da transformação digital no crescimento das PME's em Angola não é uniforme, sendo condicionado por fatores de heterogeneidade como o género, a localização geográfica, o nível de escolaridade e o tempo de utilização da plataforma. Em particular, a sub-representação das mulheres no ecossistema da plataforma (17,4%) e as desigualdades no acesso às oportunidades por ela proporcionadas constituem um sinal de alerta para os riscos de reprodução de desigualdades pré-existentes no contexto da transformação digital, corroborando as preocupações de Cook et al. (2021) e Howson et al. (2020) sobre barreiras estruturais à participação feminina nas plataformas digitais.

A quinta e última conclusão é que o quadro regulatório angolano, embora tenha registado progressos assinaláveis com o Decreto Presidencial n.º 109/21, permanece insuficientemente adaptado às especificidades do modelo de negócio das plataformas digitais de transporte. As lacunas identificadas em matéria de estatuto laboral, proteção social e proteção de dados constituem fatores de vulnerabilidade estrutural para os trabalhadores de plataforma e de incerteza jurídica para os operadores, conforme alertado pela OIT (2023) no contexto mais amplo da economia gig.

5.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS

Do ponto de vista teórico, este artigo contribui para o corpo de conhecimento sobre transformação digital em contextos africanos emergentes, ao introduzir e operacionalizar o conceito de glocalização digital enquanto vetor analítico para compreender o sucesso das plataformas digitais em mercados emergentes. A articulação entre as teorias da Inovação Tecnológica, da Economia de Plataformas e da Dependência Estrutural revelou-se particularmente fértil para a compreensão multidimensional do fenómeno em análise.

Do ponto de vista prático, os resultados têm implicações relevantes para a gestão das plataformas



digitais que operam em Angola, para as PMEs que delas fazem parte, e para os decisores políticos que enquadram o setor. A identificação dos fatores que amplificam ou limitam os benefícios da transformação digital para as PMEs constitui informação valiosa para a concepção de estratégias e políticas mais eficazes de promoção da economia digital inclusiva em Angola.

5.3 RECOMENDAÇÕES

Com base nos resultados obtidos, formulam-se as seguintes recomendações:

Para as plataformas digitais (Heetch Angola): Recomenda-se a intensificação dos programas de formação digital para condutores parceiros, com enfoque particular no desenvolvimento de competências de gestão financeira, análise de desempenho e marketing digital. A promoção ativa da participação das mulheres na plataforma, através de incentivos específicos e de mecanismos de segurança reforçados para condutoras, constitui igualmente uma prioridade. Adicionalmente, sugere-se a implementação de esquemas complementares de proteção social para condutores parceiros, em parceria com seguradoras e com o Instituto Nacional de Segurança Social (INSS).

Para as PMEs e empreendedores: Recomenda-se que os condutores parceiros aproveitem plenamente os instrumentos de análise de desempenho disponibilizados pela plataforma, utilizando-os para otimizar as suas estratégias de prestação de serviços. A diversificação de competências digitais para além das funcionalidades básicas da aplicação, incluindo a gestão de redes sociais e o recurso a serviços de mobile banking, é igualmente recomendada como fator de crescimento empresarial sustentado.

Para os decisores políticos e reguladores: Recomenda-se ao Governo angolano a adoção de regulamentação específica sobre o estatuto laboral dos trabalhadores de plataforma, que garanta um nível mínimo de proteção social sem comprometer a flexibilidade que constitui o principal atributo deste modelo de trabalho. A revisão da Lei de Proteção de Dados Pessoais (Lei n.º 22/11), com incorporação de disposições específicas aplicáveis às plataformas digitais e à utilização de dados de geolocalização, constitui igualmente uma prioridade regulatória. Por fim, recomenda-se o desenvolvimento de programas específicos de apoio financeiro e de capacitação para PMEs digitais, com enfoque nos setores de mobilidade, comércio eletrónico e serviços de logística.

5.4 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES

A presente investigação apresenta limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. A concentração significativa de dados provenientes da província de Luanda (80% da amostra) pode limitar a representatividade dos resultados para outras regiões de Angola. Além disso, a natureza transversal do estudo não permite estabelecer relações causais definitivas entre a adoção da plataforma e o crescimento empresarial.



Sugere-se que futuras investigações: (i) ampliem a amostra para incluir maior representatividade de outras províncias angolanas; (ii) adotem desenhos longitudinais para acompanhar a evolução dos impactos da plataforma ao longo do tempo; (iii) aprofundem a análise da dimensão de género, incluindo amostras maiores de condutoras parceiras; (iv) desenvolvam estudos comparativos entre múltiplas plataformas digitais de mobilidade em diferentes países africanos; e (v) analisem os impactos ambientais das plataformas digitais de mobilidade no contexto dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS 11 e ODS 13).

REFERÊNCIAS

AFRICAN DEVELOPMENT BANK [AfDB]. (2023). **African economic outlook 2023: Ordinary business in extraordinary times**. African Development Bank Group.

BANCO MUNDIAL. (2021). **Digital development overview**. World Bank.

BANCO MUNDIAL. (2023). **Angola digital economy diagnostic report**. World Bank. <https://doi.org/10.1596/39478>

BANISTER, D. (2008). The sustainable mobility paradigm. *Transport Policy*, 15(2), 73-80. BARDIN, L. (2011). **Análise de conteúdo** (4.a ed.). Edições 70.

CASTELLS, M. (2010). **The rise of the network society: The information age: Economy, society and culture** (2nd ed., Vol. 1). Wiley-Blackwell.

CHEN, L., & XU, W. (2022). Platform economy and gig work in emerging markets: Evidence from sub-Saharan Africa. **Journal of Development Economics**, 158, 102907.

COOK, C., DIAMOND, R., HALL, J., LIST, J., & OYER, P. (2021). The gender earnings gap in the gig economy: Evidence from over a million rideshare drivers. **Review of Economic Studies**, 88(5), 2210-2238.

CRESWELL, J. W., & PLANO CLARK, V. L. (2018). **Designing and conducting mixed methods research** (3rd ed.). SAGE Publications.

DRUCKER, P. (1999). **Inovação e espírito empresarial**. Editora Câmara Brasileira do Livro.

GEELS, F. W. (2018). Disruption and low-carbon system transformation: Progress and new challenges in socio-technical transitions research and the Multi-Level Perspective. **Energy Research & Social Science**, 37, 224-231.

GSMA. (2024). **The mobile economy: Sub-Saharan Africa 2024**. GSMA Intelligence.

HOWSON, K., ABEBE, M. S., D'CRUZ, P., & BIRKS, M. (2020). **A global snapshot of the platform economy**. International Labour Organization Working Paper.

HUANG, J., BUDD, L., & ISON, S. (2021). Information and communication technologies and the



mobility of air passengers: A conceptual analysis. **Transport Reviews**, 41(2), 182-200.

ILO. (2021). **The world employment and social outlook 2021**: The role of digital labour platforms in transforming the world of work. International Labour Organization.

ILO. (2023). **Decent work and the social and solidarity economy**. International Labour Organization.

INE ANGOLA. (2024). **Indicadores socioeconómicos de Angola 2024**. Instituto Nacional de Estatística de Angola.

INACOM. (2024). **Relatório anual de estatísticas de telecomunicações 2023-2024**. Instituto Angolano das Comunicações.

KATZ, L. F., & KRUEGER, A. B. (2019). The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995-2015. **ILR Review**, 72(2), 382-416.

NDUNG'U, N. (2019). **How digital credit is changing the face of financial inclusion in Africa**. Brookings Institution.

NHANTUMBO, J. J. (2022). Digital transformation of SMEs in Mozambique: Challenges and opportunities. **Journal of African Business**, 23(4), 1-18.

NKOSI, M., & MUNYOKA, W. (2020). Digital transformation in South African SMEs: A systematic literature review. **South African Journal of Information Management**, 22(1), a1187.

OECD. (2019). **OECD SME and entrepreneurship outlook 2019**. OECD Publishing.

OECD. (2021). **The digital transformation of SMEs**. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship.

PARKER, G., VAN ALSTYNE, M., & CHOUDARY, S. P. (2016). **Platform revolution**: How networked markets are transforming the economy. W. W. Norton & Company.

PORTER, M. E. (1985). **Competitive advantage**: Creating and sustaining superior performance. Free Press.

PORTER, M. E., & HEPPELMANN, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. **Harvard Business Review**, 92(11), 64-88.

PREBISCH, R. (1950). **The economic development of Latin America and its principal problems**. United Nations.

ROBERTSON, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone et al. (Eds.), **Global modernities** (pp. 25-44). SAGE.

ROGERS, D. L. (2016). **The digital transformation playbook**: Rethink your business for the digital age. Columbia Business School Publishing.

SACHS, J. D. (2015). The age of sustainable development. Columbia University Press. SCHUMPETER,



J. A. (1982). **Teoria do desenvolvimento económico** (3.a ed.). Fundo de Cultura. (Obra original publicada em 1911).

SCHWAB, K. (2016). A quarta revolução industrial. Edições Actual. SRNICEK, N. (2017). **Platform capitalism**. Polity Press.

TAPSCOTT, D. (1996). **The digital economy**: Promise and peril in the age of networked intelligence. McGraw-Hill.

TEECE, D. J., PISANO, G., & SHUEN, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal**, 18(7), 509-533.

UNITED NATIONS. (2015). **Transforming our world**: The 2030 agenda for sustainable development. UN.

VIAL, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. **The Journal of Strategic Information Systems**, 28(2), 118-144.

WEILL, P., & WOERNER, S. L. (2018). What's your digital business model? **Harvard Business Review Press**.

YIN, R. K. (2018). **Case study research and applications**: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.