Decreto Presidencial n.º 105/14
de 16 de Maio

O Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2013-2017 tem como objectivo a promoção da estabilidade, o crescimento e a criação de emprego. Estes elementos que constituem a força motriz do Programa do Governo, que visa a melhoria permanente das condições de vida da população, através da promoção da produção agrícola e do abastecimento em quantidade e qualidade de bens de consumo.

Para atingir os objectivos propostos é necessário o enquadramento das Políticas de Desenvolvimento Sectorial e Territorial.

O quadro macro-económico para o período 2013-2017 visa preservar a estabilidade macro-económica, a protecção da produção nacional, tendo como base a substituição gradual das importações e a estabilidade dos preços, o que impõe a necessidade da formulação de uma Política Comercial favorável à promoção da iniciativa de todos os intervenientes no contexto de uma economia de mercado.

A Política Comercial traça os princípios orientadores, os objectivos de curto, médio e longo prazos para o desenvolvimento da actividade comercial em Angola, envolvendo activamente a iniciativa privada, tendo em conta as leis que regem o mercado, as parcerias público-privadas e o papel regulador e facilitador do Estado.

O Presidente da República decreta, nos termos da alínea d) do artigo 120.º e do n.º 3 do artigo 125.º, ambos da Constituição da República de Angola, o seguinte:

ARTIGO 1.º
(Aprovação)

É aprovada a Nova Política Comercial de Angola, anexa ao presente Decreto Presidencial e que dela é parte integrante.

ARTIGO 2.º
(Revogação)

É revogada toda a legislação que contrarie o disposto no presente Diploma.

ARTIGO 3.º
(Dúvidas e omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da interpretação e aplicação do presente Decreto Presidencial são resolvidas pelo Presidente da República.

ARTIGO 4.º
(Entrada em vigor)

O presente Diploma entra em vigor na data da sua publicação. Apreciado em Conselho de Ministros, em Luanda, aos 29 de Janeiro de 2014.

Publique-se.

Luanda, aos 21 de Abril de 2014.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.

1. Introdução

O Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2013-2017 tem como objectivo a promoção da estabilidade, o crescimento e a criação de emprego, elementos que constituem a força motriz do Programa do Governo.

Para atingir os objectivos propostos é necessário o enquadramento das Políticas de Desenvolvimento Sectorial e Desenvolvimento Territorial, à luz das quais devem ser analisados e avaliados os projectos estruturantes.

Com efeito, o apoio ao desenvolvimento do comércio e da produção agro-pecuária, aliado à industrialização, são aspectos preponderantes que contribuem para a redução dos desequilíbrios nas trocas comerciais internas e externas, na geração de emprego e para a criação da riqueza das populações.

Em termos sócio-económicos, o País tem vindo a registar progressos significativos e o sector comercial tem conhecido melhorias no seu desempenho que se traduzem na implementação de plataformas logísticas comerciais, expansão da rede comercial e infra-estruturas de apoio à comercialização rural, do fomento da produção agrícola comercializável, da oferta de bens e serviços, do incentivo das exportações, alteração da estrutura das importações, onde o domínio dos bens de consumo assume papel de relevo.

O quadro macro-económico para o período 2013-2017 visa preservar a estabilidade macro-económica, com base na estabilidade dos preços, o que impõe a necessidade da formulação de uma Política Comercial favorável à promoção da iniciativa de todos os intervenientes no contexto de uma economia de mercado.

A actividade comercial em Angola é ainda sustentada basicamente pelas importações e o circuito de distribuição é caracterizado por situações de oligopólio com consequências negativas para os consumidores, quer em termos das quantidades comercializadas, quer em termos de preços praticados.

A política comercial traça os princípios orientadores, os objectivos de curto, médio e longo prazos para o desenvolvimento da actividade comercial em Angola, envolvendo activamente a iniciativa privada, tendo em conta as leis que regem o mercado, as parcerias público-privadas e o papel regulador e facilitador do Estado.

No fundo a conjugação adequada de todos esses elementos no domínio do comércio, devem contribuir para se alcançar três desígnios fundamentais para o crescimento e desenvolvimento sócio-económico, designadamente:

- A estabilização macro-económica;
- Crescimento e emprego;
- Recuperação da produção interna.

Esses três vectores contribuem directamente para estabilidade da distribuição do consumo, concorrendo para o aumento da produção interna e da oferta de bens e serviços, a regularização de preços e da segurança alimentar.

A. Definição da Política Comercial

A Política Comercial abarca princípios e medidas concebidos em concordância com a Política Económica do País, preconizando os objectivos, as prioridades do desenvolvimento do comércio, assentes no papel regulador do Estado, na iniciativa privada e nas forças do mercado.

B. Objectivo Geral da Política Comercial

A Política Comercial de Angola visa impulsionar o desenvolvimento do comércio no País, estimulando a produção diversificada de bens e serviços, de modo a responder às necessidades do mercado interno e o incremento das exportações mercantis em conformidade com o Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2013-2017.

C. Visão Estratégica da Política Comercial

A concepção e adopção de uma Política Comercial justificam-se pela necessidade de:

- i.* Definir o quadro de intervenção do Estado;
- ii.* Traçar as grandes opções que devem nortear o desenvolvimento do sector;
- iii.* Definir as prioridades e os objectivos do desenvolvimento comercial no quadro do Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2013-2017;
- iv.* Garantir a previsibilidade na actuação do Estado;
- v.* Facilitar o acesso ao investimento e desenvolvimento do comércio;
- vi.* Garantir a qualidade dos produtos para o consumo interno, bem como para a exportação;
- vii.* Fomentar a produção nacional, bem como as exportações;
- viii.* Ajudar o comércio internacional, no estabelecimento de padrões e metas claras que podem ser entendidas por potenciais parceiros comerciais.

D. Pressupostos Fundamentais da Política Comercial

A política comercial delimita a actividade comercial, enquadrando-a nos objectivos definidos no Programa do Governo que visam:

- i.* A facilidade e fluidez das trocas comerciais;
- ii.* A disponibilidade de bens, produtos e serviços aos consumidores;
- iii.* O alcance da segurança alimentar e nutricional;
- iv.* A estabilização dos preços;
- v.* A erradicação da fome e da pobreza;
- vi.* O desenvolvimento económico e humano sustentável;
- vii.* O aumento e a maior distribuição dos rendimentos;
- viii.* A redução da dependência económica do exterior;
- ix.* A diversificação das exportações;
- x.* A substituição gradual das importações;

- xi.* A integração regional e participação no comércio internacional.

E. Domínios da Política Comercial

Para cabal prossecução do papel que lhe é reservado no âmbito do Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2013-2017, a Política Comercial assenta fundamentalmente nos seguintes domínios:

E.1. Comércio e Serviços Mercantis:

- i.* Promover o estabelecimento de uma rede de armazenagem, compreendendo armazéns de grande, médio e pequeno porte, de forma a garantir a stockagem dos produtos, assim como a criação de armazéns de reserva alimentar para o País, organizados por regiões;
- ii.* Promover a expansão da rede comercial, com o surgimento de centros comerciais, supermercados, minimercados, mercearias, lojas de proximidade, rede de talhos e peixarias nas áreas urbanas, periurbanas e rurais;
- iii.* Promover o reordenamento da rede comercial e o urbanismo comercial;
- iv.* Organizar e modernizar a actividade comercial e de prestação de serviços mercantis do espaço público envolvente em áreas limítrofes aos centros urbanos com características de elevada densidade comercial, centralidade, multifuncionalidade de desenvolvimento económico, patrimonial e social;
- v.* Promover a reconversão progressiva do sector informal do comércio, contribuindo para a criação de infra-estruturas e meios apropriados, de modo a criar um clima propício ao desenvolvimento da actividade, num contexto da formalização do comércio;
- vi.* Desenvolver normas, técnicas e legislação adequada que permitam a salvaguarda e defesa dos consumidores, em particular no que se refere à saúde, higiene e segurança, bem como à protecção do meio ambiente;
- vii.* Reforçar a actividade reguladora do Estado, devendo para o efeito desenvolver um sistema de informação comercial sólido e fiável;
- viii.* Monitorar a produção e a importação de bens de consumo.

E.2. Comércio Rural e Empreendedorismo:

- i.* Contribuir para o crescimento da produção agrícola e industrial, orientada para o mercado interno e o alcance da segurança alimentar;
- ii.* Promover uma rede comercial de proximidade entre a cidade e o campo, virada para o abastecimento às populações rurais, ao desenvolvimento da actividade agrícola e industrial, estimulando

- o incremento da produtividade, especialização e qualidade da produção;
- iii.* Promover a transferência de excedentes de produção agrícola das zonas de produção para as de consumo;
- iv.* Contribuir para a redução dos custos das transacções comerciais entre o campo e os grandes centros de consumo;
- v.* Contribuir para a redução da inflação pela via do aumento da oferta entre os produtos manufacturados, agrícolas, pecuários e apícolas, elevando deste modo, o nível de vida das populações;
- vi.* Dinamizar e Incentivar o empreendedorismo e o agro-negócio.

E.3. Diplomacia Económica e Comércio Externo:

- i.* Contribuir para a melhoria da balança comercial;
- ii.* Promover o aumento e a diversificação das exportações, privilegiando os produtos e serviços que mais concorram para o aumento das receitas em moeda externa;
- iii.* Garantir o aprovisionamento do mercado interno em matéria-prima e equipamento para impulsionar a produção de bens para o mercado interno e externo;
- iv.* Fomentar e apoiar acções que visem garantir que os produtos importados obedeçam as normas internacionais;
- v.* Estabelecer medidas de políticas que promovam as exportações e a substituição gradual das importações;
- vi.* Apoiar as iniciativas regionais e internacionais que contribuam para a cooperação e integração económica a nível da região, bem como ao aproveitamento das sinergias para potenciar os benefícios do comércio internacional para os países.

E.4. Controlo de Qualidade, Inspeção e Defesa do Consumidor:

- i.* Garantir a segurança sanitária e qualidade dos produtos, baseados em análises laboratoriais, para consumo com vista à protecção da saúde pública e bem-estar do consumidor;
- ii.* Criar um sistema de protecção do consumidor que especifique as responsabilidades dos fornecedores, assegurando que os bens e serviços satisfaçam os requisitos normais de consumo, durabilidade, utilização e fiabilidade;
- iii.* Fiscalizar e inspeccionar a actividade comercial de forma a garantir a observância das normas e leis estipuladas no País;
- iv.* Promover acções junto das empresas produtoras e importadoras para a melhoria da qualidade dos produtos e diversificação de oferta;

- v.* Estabelecer mecanismos de cooperação institucional com o Ministério da Agricultura através do Gabinete de Segurança Alimentar para o permanente aprimoramento das técnicas e boas práticas de segurança alimentar na distribuição e no consumo.

F. Princípios Fundamentais e Prioridades da Política Comercial

F.1. Princípios Fundamentais

Na prossecução dos objectivos definidos, a Política Comercial orienta-se pelos seguintes princípios:

- i.* A conformidade com as opções fundamentais da política económica do País;
- ii.* A definição do comércio como actividade essencialmente baseada na iniciativa privada e como elo necessário entre a produção e o consumo;
- iii.* A necessidade de reabilitação, construção e modernização da rede comercial e de serviços afins;
- iv.* O desenvolvimento harmonioso do território nacional, contribuindo dessa forma para a redução das assimetrias regionais e para uma maior integração entre o meio rural e o meio urbano;
- v.* O reforço dos mecanismos de cooperação e de parceria entre o sector público e privado;
- vi.* O aprofundamento dos mecanismos de defesa do consumidor e da garantia da livre concorrência entre os agentes económicos;
- vii.* A necessidade de promoção das exportações e de administração do processo das importações, tendo em conta os interesses económicos do País, particularmente na protecção da produção nacional;
- viii.* O privilégio das relações económicas com os países da região, a nível bilateral e a nível das organizações multilaterais de cooperação;
- ix.* O desenvolvimento e a valorização do capital humano.

F.2. Critérios de Priorização

A definição de prioridade da Política Comercial permite orientar os recursos humanos, materiais e financeiros, por natureza escassos, para aqueles sectores e actividades que mais contribuem para o desenvolvimento do sector comercial em prol dos objectivos traçados.

Considerando o papel do Sector para a economia nacional e a situação em que este se encontra, a política comercial prioriza as áreas e actividades que:

Contribuam para a eliminação de obstáculos com que se confronta o desenvolvimento do comércio no País e no aproveitamento das oportunidades actualmente existentes para a rápida recuperação do sector;

- Promovam a revitalização e integração económica rural e urbana;
- Tenham um efeito dinâmico sobre os outros sectores da economia e agro-indústria;
- Contribuam para a eliminação da fome, da pobreza e aumento do rendimento;
- Contribuam para a expansão da rede comercial;
- Contribuam para a defesa do consumidor;
- Promovam a facilitação do comércio;
- Promovam a liberalização do comércio de serviços.

G. Intervenientes da Política Comercial

G.1. O Papel do Estado

Ao Estado compete orientar e regular o desenvolvimento do comércio e criar condições que promovam a sua expansão. Neste contexto, cabe ao Estado o seguinte:

- i.* Criar um ambiente favorável ao investimento nacional e estrangeiro no Sector do Comércio;
- ii.* Criar um ambiente atractivo à iniciativa privada e favorável à competição, através da:
 - Simplificação dos procedimentos burocráticos e adequados da legislação comercial;
 - Promoção do diálogo permanente com os principais intervenientes no sector;
 - Estabelecimento de sistemas de incentivos adequados;
- iii.* Apoiar a iniciativa privada para a realização de investimentos, no domínio do comércio e serviços mercantis;
- iv.* Promover as exportações, sobretudo de produtos excedentários e a conquista de novos mercados;
- v.* Promover e apoiar o enquadramento no mercado do sector agrícola familiar, valorizando o seu potencial produtivo;
- vi.* Monitorizar e implementar mecanismos que contribuam para a garantia do aprovisionamento e distribuição regular de produtos essenciais à população e de combate à especulação;
- vii.* Criar mecanismos de controlo e salvaguarda da saúde e bem-estar dos consumidores;
- viii.* Apoiar a criação e o desenvolvimento de uma rede nacional de laboratórios de testes devidamente reconhecidos de infra-estruturas no âmbito das análises de qualidade dos produtos alimentares e outros bens de consumo e o estabelecimento de um sistema nacional de acreditação;
- ix.* Fomento da cooperação entre o sector público e sector privado para a promoção da expansão da rede comercial e a criação, operacionalização de infra-estruturas logísticas;
- x.* Criação de mecanismos que encorajem a reconversão gradual do sector informal no formal,

- pela promoção do desenvolvimento dos meios e infra-estruturas necessários;
- xi.* Assegurar o alargamento da rede formal, logística e de distribuição a todo o território nacional, a preços estáveis e a um nível tal que satisfaça as necessidades das populações e da actividade produtiva, bem como promover o seu desenvolvimento;
- xii.* Promoção da comercialização de produtos agrícolas, sobretudo os do sector familiar e da segurança alimentar;
- xiii.* Incentivo ao empreendedorismo no meio rural e facilitação do acesso ao crédito;
- xiv.* Criar mecanismos para a supervisão e regulação dos produtos alimentares e farmacêuticos.
- xv.* Pelo cariz integrado que este tipo de intervenção assume, é pressuposto das mesmas um alinhamento intersectorial, nomeadamente com os sectores da economia real e com o sector empresarial público e privado.

G. 1.1. Sectores da Economia Real

No âmbito da Administração Central do Estado:

Agricultura e Desenvolvimento Rural, que define a política e estratégia para o desenvolvimento nacional nos domínios, agrário, florestal e rural, promovendo e coordenando as acções necessárias à sua execução, face à necessidade em provisionar em bens de consumo final e intermédio, o mercado interno e potenciar as exportações;

Pescas, que define a política e estratégias do desenvolvimento das actividades piscatória, em especial no que concerne à exploração e aproveitamento dos recursos naturais nacionais, a produção no domínio das capturas do pescado, a produção no domínio da aquacultura e extracção do sal, face à necessidade em garantir o aprovisionamento do mercado interno e externo;

Indústria, que elabora o quadro do planeamento geral do desenvolvimento do País, a política e os planos relativos à indústria transformadora, coordenando e assegurando a sua execução para a promoção da transformação das matérias-primas em produtos acabados para o mercado interno e externo, aumentando o valor acrescentado da economia nacional;

Transportes, que define estratégias e políticas do sector, com base nos indicadores macro-económicos, promovendo o desenvolvimento e optimização para a prestação dos serviços nos vários ramos da sua actividade, face a necessidade em assegurar o transporte e comunicação no domínio interno e externo, garantindo a

fácil e económica circulação de bens entre os agentes económicos;

Construção, que define a política no domínio das obras públicas e construção civil, no sentido da promoção das infra-estruturas económicas e sociais, assim como o licenciamento para a construção das infra-estruturas comerciais, e não só, do domínio público e privado, bem como a recuperação das infra-estruturas viárias, fundamentais para a prossecução do comércio;

Energia e Águas, sendo responsável pelo desenvolvimento das expectativas políticas, planificação, coordenação e supervisão, e controlo das actividades relativas ao aproveitamento e utilização dos recursos energéticos e hídricos, permitindo garantir a qualidade do serviço público e a economia dos factores de produção, servindo de força motriz para o arranque e sustentabilidade de todos os sectores económicos;

Planeamento e Desenvolvimento Territorial, que define o planeamento e desenvolvimento territorial, a política nacional de investimento público, bem como rege e monitoriza as estatísticas nacionais, através do Instituto Nacional de Estatística;

Economia, enquanto responsável pela definição da estratégia de desenvolvimento e política económica nacional, e a quem compete tutelar o sector empresarial público, bem como definir as políticas de intervenção para o desenvolvimento do sector privado, nomeadamente no domínio das micro, pequenas e médias empresas. Assume ainda, em consonância com a Justiça, Comércio e Finanças, uma responsabilidade fundamental na desburocratização do processo de criação de empresas;

Finanças e Banco Nacional de Angola, no que tange a reger a política monetária, financeira e cambial nacional, a política nacional de preços, a supervisão das instituições financeiras bancárias e não bancárias nacionais e dos grandes fluxos monetários nacionais, o sistema de desalfandegamento de mercadorias e o controlo geral do sistema fiscal nacional;

O aperfeiçoamento dos sistemas de controlo adoptados pelo Serviço Nacional das Alfandegas, em especial daqueles destinados a assegurar a observância de exigências relativas à saúde (tanto humana quanto animal e vegetal), ao meio ambiente e à segurança nacional, também demandou elevados investimentos em infra-estruturas e capacitação de pessoal, além de reformas institucionais e administrativas;

A modernização dos procedimentos aduaneiros é tarefa essencial, para a implementação de medidas de facilitação do comércio.

No âmbito da Administração Local do Estado:

Governos Provinciais e Administrações Municipais, que, através da Lei n.º 17/10, de 29 de Julho, da Organização e do Funcionamento dos Órgãos da Administração Local do Estado, desempenham um papel fundamental na operacionalização da política comercial ao seu nível mais directo e local, através das Direcções Provinciais do Comércio, tornando célere o licenciamento, promovendo o urbanismo comercial dentro das políticas de ordenamento local e sendo o ponto de contacto de maior capilaridade com os operadores e os últimos destinatários da política comercial, nomeadamente os cidadãos e empresa enquanto clientes e consumidores.

G.2. O Papel do Sector Empresarial

O sector empresarial desempenha um papel crucial na materialização da política comercial, assumindo a liderança no seguinte:

G.2.1. Sector Empresarial Público

- i.* Estabelecimento de parcerias público privadas, para a exploração de infra-estruturas logísticas que garantam a recepção, o armazenamento, a conservação e a distribuição da produção interna (agrícola e industrial nas zonas da sua maior concentração);
- ii.* Realização de investimentos na área comercial, visando a reabilitação, expansão e modernização da rede comercial e a criação de emprego;
- iii.* Compra dos excedentes agrícolas, canalizando-os para o abastecimento do mercado interno e para a exportação;
- iv.* Diversificação da produção exportável e pesquisa de mercados;
- v.* Garantia do aprovisionamento do mercado em matérias-primas e equipamentos para impulsionar a produção de bens para o consumo e para a exportação;
- vi.* Incentivar a concorrência por via da qualificação dos serviços e garantia de preços justos;
- vii.* Promover a criação de postos de trabalho directos e indirectos;
- viii.* Dinamizar o Instituto Nacional de Promoção das Exportações — INAPEX;
- ix.* Promover e fortalecer redes de transportação de produtos, para apoio do comércio rural;
- x.* Fortalecer os Entrepostos Aduaneiros e outras estruturas do ramo do comércio;
- xi.* Promover o aumento da oferta de bens e serviços para a estabilização dos preços.

G.2.2. Sector Empresarial Privado

- i.* Dinamização e diversificação da produção nacional;
- ii.* Realização de investimentos na área comercial e contribuir na expansão da rede comercial com vista a cobrir o défice existente;
- iii.* Reabilitação, modernização e expansão da rede comercial e das infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio, com prioridade para as zonas rurais;
- iv.* Desenvolvimento e exploração de infra-estruturas logísticas que garantam a recepção, o armazenamento, a conservação e a distribuição da produção interna;
- v.* Participação no processo de formalização das estruturas comerciais;
- vi.* Participação no abastecimento e distribuição de bens e serviços mercantis no circuito urbano e rural;
- vii.* Participação nas iniciativas de cariz público-privado para a promoção e exploração das infra-estruturas logísticas que garantam a recepção e o armazenamento da produção agrícola e industrial de cariz grossista e retalhista;
- viii.* Participação no abastecimento e distribuição de bens e serviços mercantis no circuito urbano e rural;
- ix.* Dinamização de operadores de transportação e distribuição logística.

2. Estratégias de Implementação da Política Comercial

H. Instrumentos da Política e Acções Prioritárias

A estratégia de implementação da política comercial compreende a adopção de um conjunto de medidas que devem orientar o desenvolvimento das actividades do sector e a sua programação estratégica.

Para o alcance dos objectivos da política comercial, são definidos os seguintes vectores de actuação estratégica:

H.1. Comércio e Serviços Mercantis

H.1.1. Reabilitação e Expansão de Infra-Estruturas para o Exercício da Actividade Comercial e de Prestação de Serviços

A rede comercial é fundamental para a viabilização das trocas entre os centros de produção, localizados fora dos meios urbanos e os centros de consumo, mais concentrados nos meios urbanos, contribuindo, deste modo, para a melhoria das condições de vida das populações.

Com vista a assegurar a sua reconstituição e expansão devem ser empreendidas as seguintes acções:

- i.* A mobilização de recursos internos e externos e a sua colocação à disposição do sector privado para a reabilitação da rede comercial rural. Neste contexto, deve ser potenciada a acção do

Fundo de Desenvolvimento através do BDA, no apoio à iniciativa dos comerciantes para a recuperação da rede comercial quer urbana, assim como periurbana e rural;

- ii.* Promover a realização de investimentos em infra-estruturas que assegurem a recepção, o armazenamento e a conservação dos produtos nas zonas de maior concentração de produção e que garantam a distribuição dos mesmos por todo o País;
- iii.* Consolidar a existência de uma rede comercial retalhista que seja capaz de converter de modo progressivo e gradual a rede comercial informal numa rede formal convenientemente estruturada;
- iv.* Incentivar o urbanismo comercial, promovendo a construção de centros comerciais de bairro, onde se possa concentrar o comércio e o serviço mercantil de proximidade;
- v.* A aceleração da venda das lojas pertencentes ao Estado nas zonas rurais e promoção da sua reabilitação através de:
 - a)* Simplificação dos processos de avaliação e adjudicação;
 - b)* Estabelecimento de prazos, nos contratos de adjudicação, para início ou reinício de actividade;
- vi.* Construção e expansão de mercados de perímetro urbano e suburbano que permitam albergar os vendedores de rua. Estudos de diagnóstico da situação devem ser realizados com vista a avaliação real e identificação das necessidades;
- vii.* A descentralização do licenciamento da actividade comercial;
- viii.* A coordenação institucional visando a priorização da reabilitação das vias de acesso e das comunicações para as zonas com maior densidade populacional e com potencial produtivo;
- ix.* A concessão de benefícios fiscais aos investimentos de construção e reconstrução de infra-estruturas comerciais, particularmente nas zonas rurais.

Na prossecução destes objectivos, deve ser observado o princípio de especialização dos estabelecimentos comerciais por classes de produtos, nas zonas urbanas.

H.1.2. Mecanismos de Comercialização de Produtos Agro-Pecuários

A existência de sistemas funcionais de comercialização de produtos agrícolas é fundamental para incentivar o desenvolvimento da agricultura e para a obtenção de rendimentos monetários por parte das populações. O Estado deve procurar realizar acções que visem a absorção dos excedentes agrícolas das populações, pelo mercado, a redução das perdas pós colheita e a redução dos custos de comercialização, através do Programa de Aquisição de Produtos Agro-pecuários aos camponeses, abreviadamente designado por «PAPAGRO».

Com efeito, o Estado deve desenvolver as seguintes acções:

- i.* Implementação da Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo (ENACRE);
- ii.* Criação de condições estruturais para a implementação do Programa de Aquisição de Produtos Agro-pecuários (PAPAGRO) aos camponeses em todos os municípios do País;
- iii.* Implementação das feiras rurais, denominadas «AGROMERCAS» e dependências do Banco de Poupança e Crédito, em todos os municípios e comunas produtoras do País, onde o Estado e outras entidades possam comprar os excedentes de produção;
- iv.* Implementação de uma rede logística rural de frio em todas as províncias, para a conservação de hortofrutícolas;
- v.* Promoção do estabelecimento de uma rede de comércio rural nacional, com grossistas e retalhistas, capazes de assegurar os consumos dos camponeses e das suas produções, assim como o escoamento dos seus excedentes;
- vi.* Promoção, inicialmente nas zonas de maior concentração de actividade rural e agro-industrial, e posteriormente em todo o território rural, a entrada em exploração de centros de recolha da produção interna, capazes de a recepcionar, tratar, armazenar e conservar, assim como de a distribuir, localmente ou para os principais centros de consumo;
- vii.* Estímulo ao surgimento de associações de poupança e crédito de âmbito local;
- viii.* A reabilitação e manutenção das vias de acesso às zonas produtivas;
- ix.* A adopção de uma política de preços que permita o desenvolvimento da competição e da concorrência entre os intervenientes e transmita sinais correctos à orientação da produção agro-pecuária;
- x.* O fomento e apoio de todas as iniciativas que visem a criação de feiras e mercados agrícolas rurais e a criação de associações de produtores e de prestação de serviços;
- xi.* Criação de infra-estruturas para a lavagem e calibragem de produtos no meio rural;
- xii.* Criação dos Centros Integrados de Micro-Processamento de Alimentos nos municípios (CIMPA);
- xiii.* A recolha, o processamento e a disseminação das informações pertinentes sobre os mercados internos e externos dos principais produtos agrícolas, de modo a facilitar a realização das trocas e estimular o desenvolvimento da produção;
- xiv.* Promoção da exportação de produtos agrícolas;
- xv.* Melhoria dos serviços de cabotagem, transporte rodoviário e ferroviário, através da promoção de investimentos privados, de forma a dinamizar a circulação interna de mercadorias;
- xvi.* Promoção dos Agentes Logísticos Rurais, com o objectivo de intervirem na comercialização de produtos do campo e outros bens essenciais e dotá-los de uma estrutura orgânica e regulamento de funcionamento que melhor se adequa às realidades locais;
- xvii.* Criação de incentivos aos intervenientes na comercialização agrícola, particularmente aos que actuam em zonas com fraca cobertura em infra-estruturas;
- xviii.* Promoção e apoio ao surgimento de gestores privados para os centros logísticos e de distribuição (CLOD's) nas várias províncias, onde os centros estão a ser construídos, para suporte à comercialização e distribuição de produtos, fundamentalmente de produção interna.

H.1.3. Abastecimento, Distribuição e Reserva Alimentar Estratégica

No domínio do abastecimento e reserva alimentar estratégica, o Estado intervém com o objectivo de criar um ambiente favorável à actuação do sector estatal e privado, para:

- i.* Garantir um nível mínimo de stocks de produtos essenciais que permitam, pela sua comercialização responder as necessidades urgentes das populações;
- ii.* Garantir a regulação de preços, através do aumento da oferta de produtos em períodos críticos;
- iii.* Prevenir contra eventuais roturas de stocks que criem condições de instabilidade social;
- iv.* Promoção do aumento da oferta de mercadorias e a sua distribuição equilibrada no País;
- v.* Consolidação e racionalização dos circuitos de distribuição;
- vi.* Garantia da estabilidade dos preços dos principais produtos alimentares, incluindo os da cesta básica;
- vii.* Criação de armazéns de reserva estratégica alimentar do Estado;
- viii.* Implementação de Centros Logísticos e de Distribuição (CLOD's) de grande e média dimensão em todas as províncias;
- ix.* Facilitação do acesso regular e permanente de alimento de qualidade à população de forma adequada, respeitando os hábitos alimentares, bem como a diversidade cultural;
- x.* Garantia de que os bens e serviços colocados à disposição do consumidor satisfaçam os requisitos que promovam a saúde pública, inocuidade,

segurança das pessoas e bens e a protecção do meio ambiente;

- xi.* Desenvolvimento, promoção e implementação de mecanismos eficazes de defesa dos direitos do consumidor.

Com vista a assegurar a estabilidade na oferta dos produtos básicos de abastecimento e promover a iniciativa privada no aprovisionamento do mercado, o Estado providenciará:

- i.* A constituição de uma reserva alimentar, sob forma de fundo de mercadorias (reserva física) ou recursos em moeda externa para importação (reserva financeira);
- ii.* A produção e disseminação da informação regular e periódica sobre o mercado de produtos básicos para o abastecimento, de forma a orientar o sector privado na tomada de decisões.

H.2. Diplomacia Económica e Comércio Externo

H.2.1. Promoção das Exportações

O desenvolvimento económico e social do País pressupõe, de entre outros, o aumento e a diversificação das exportações conforme as tarifas preferenciais de cada país. Existe no País, um potencial considerável de produtos exportáveis, cujo aproveitamento importa assegurar.

Assim, na materialização da política comercial, devem ser realizadas as seguintes acções estratégicas:

- i.* Condução de um programa de reforço das capacidades dos quadros técnicos das instituições de apoio às exportações;
- ii.* Operacionalização das estruturas de representação comercial e de apoio à actividade exportadora nos principais mercados-alvo identificados, nomeadamente, através da recolha de informações relevantes sobre a competitividade de produtos angolanos e sobre o seu acesso aos mercados, (acompanhamento e difusão de informação sobre novas normas);
- iii.* Promoção e apoio às iniciativas com vista a diversificar cada vez mais, os produtos destinados a exportação, através da concepção de incentivos aos exportadores, tais como:

Facilidades de crédito à exportação;

Implementação de armazéns afiançados, junto dos Serviços Nacionais das Alfândegas;

Introdução de um sistema de seguros e de créditos à exportação;

- iv.* Consolidação e identificação de novos mercados para os produtos de exportação, sobretudo os excedentários, dando particular importância à: Realização de missões comerciais de promoção de exportações e participação em feiras e exposições; Capacitação das representações comerciais para promoção das relações comerciais;

Celebração de acordos comerciais, privilegiando os países da região, tendo em vista o aproveitamento das vantagens comparativas;

Expansão das representações comerciais para os países cujos acordos bilaterais ou multilaterais, assim o justifiquem;

- v.* Acompanhamento da evolução dos mercados externos e apoio aos exportadores nos domínios de marketing, desenvolvimento e qualidade dos produtos;
- vi.* Simplificação dos procedimentos de licenciamento para as exportações. Neste contexto, deve ser revista a legislação vigente e os procedimentos requeridos;
- vii.* Promoção para a utilização de produtos financeiros que contribuam para o aumento das exportações;
- viii.* Institucionalização do Instituto de Apoio às Exportações (INAPEX), numa lógica empresarial e numa perspectiva de aumento da base mercantil das exportações;
- ix.* Desenvolvimento de um sistema nacional de acreditação e certificação dos produtos elegíveis para exportação devidamente reconhecido;
- x.* Estabelecimento de medidas de defesa comercial;
- xi.* Criação de ambiente para a remoção das barreiras não tarifárias no comércio externo;
- xii.* Notificação de normas e demais legislação aprovada sobre o comércio em Angola.

H.2.2. Substituição das Importações de Bens Essenciais

No âmbito das importações, assume particular importância o aprovisionamento do mercado em matérias-primas e equipamentos de modo a impulsionar a produção de bens para o consumo e exportação. Isto pressupõe a definição de quotas máximas e mínimas para os importadores, numa defesa da produção interna e de restrição à prática monopolista. As quotas mínimas são para a defesa da eficiência do processo, permitindo a continuidade apenas aos importadores mais eficientes e importação de produtos para aqueles produtos, cuja produção nacional satisfaça o consumo interno.

Para a prossecução deste objectivo devem ser adoptadas as seguintes medidas:

- i.* Simplificar os procedimentos de licenciamento de importação, no âmbito do Sistema Integrado do Comércio Externo (SICOEX);
- ii.* Dispor de uma estrutura de quotas máximas e quotas mínimas por importador;
- iii.* Desenvolver um processo específico de licenciamento e regulação das redes de grande e média distribuição, no sentido de garantir os direitos do consumidor e fomentar a cobertura nacional gradual, por parte das grandes e médias superfícies;

- iv. Alargar a prática de plafond global da importação a todos os produtos com produção interna, como incentivo a esta, numa perspectiva de substituição de importações, através da utilização dos seguintes instrumentos:
 - a) Medidas de sobretaxas a importação, sempre que necessário para que os preços estejam a um nível que favoreça a produção interna;
 - b) Medidas anti-dumping, para a protecção da produção nacional contra os produtos que entrem no território nacional;
 - c) Medidas restritivas quantitativas as importações, sempre que estas constituam uma ameaça real ao desenvolvimento da produção nacional, recorrendo ao sistema de quotas;
 - d) Medidas de salvaguarda, sempre que necessário, para restringir temporariamente as importações, cujo aumento ameaça a produção nacional;
 - v. Restringir progressivamente a importação de produtos pré-emballados, em particular da pequena embalagem, em benefício da importação de produtos a granel (garantir um maior Valor Acrescentado Bruto -VAB no circuito comercial interno);
 - vi. Descentralizar os procedimentos de licenciamento e registo das exportações;
 - vii. Estabelecer e zelar pela observância das normas técnicas sobre importação, particularmente no que concerne à qualidade, equidade, fitossanidade e saúde pública;
 - viii. Reduzir ao mínimo as taxas sobre as importações de insumos e bens de capital, particularmente os que concorrem para o aumento das exportações e para a redução das importações;
 - ix. Consolidar e aprimorar os mecanismos de inspeções pós embarque das mercadorias quer de entradas por via marítima, rodoviária e ferroviária.

H.3. Relações Internacionais e Cooperação Externa

O desenvolvimento de relações económicas a nível internacional é fundamental para o sucesso na materialização dos objectivos de crescimento e desenvolvimento económico e social do País.

Assim, a estratégia de acção prioriza:

- i. A nível interno, a promoção de políticas comerciais consentâneas com os compromissos regionais, principalmente em matérias de facilitação do comércio, como as políticas aduaneiras, de transportes, procedimentos migratórios e documentação comercial;
- ii. A nível externo, estabelecer e aprofundar as relações bilaterais com os países membros da

OMC, no respeito mútuo e na reciprocidade de vantagens;

- iii. O fortalecimento da capacidade produtiva de produtos exportáveis para os mercados da região e outros. Deverá ser instituído o Instituto Nacional de Apoio às Exportações cujo objectivo principal, será o fomento as exportações e identificação de mercados prioritários;
- iv. A divulgação e o estudo dos principais acordos comerciais internacionais, com o envolvimento dos organismos do Estado e Associações Económicas com vista a tirar melhor partido das oportunidades oferecidas e minimizar os riscos inerentes;
- v. A negociação de acordos bilaterais e multilaterais que conduzam ao acesso preferencial de produtos nacionais aos mercados internacionais.

H.4. Reestruturação e Modernização dos Serviços de Inspeção e da Defesa do Consumidor

As actividades de inspecção e fiscalização do sector, visam fundamentalmente, educar os operadores económicos a respeitar as leis, contribuindo deste modo para um ambiente propício da actividade comercial no País. Deste modo, devem ser realizadas as seguintes acções:

- i. Modernização das técnicas e mecanismos de fiscalização e inspecção a todos os níveis;
- ii. Descentralização da actividade inspectiva e de defesa do consumidor a todo território nacional;
- iii. Fusão e harmonização institucional dos serviços de inspecção e fiscalização com a perspectiva do surgimento de uma entidade nacional única de inspecção com excepção dos serviços de inspecção específicos da saúde e pescas;
- iv. Promoção de contactos permanentes com os órgãos de comunicação social para a divulgação de assuntos e matérias de interesse público, nomeadamente cívica, informação e sensibilização dos consumidores no que concerne ao consumo de produtos que possam perigar a saúde dos mesmos;
- v. Divulgação da Legislação pertinente junto dos agentes do sector, bem como Instituições do Estado e da sociedade civil;
- vi. Aferição do cumprimento dos princípios e normas de organização e funcionamento na aplicabilidade da Legislação;
- vii. Criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor;
- viii. Introdução do livro de reclamações e do Código do Consumidor em todos estabelecimentos comerciais;
- ix. Promoção e apoio ao surgimento de associações de defesa dos consumidores.

H.5. Simplificação dos Procedimentos Administrativos e Reformas Legislativas

Serão prosseguidas as reformas, visando a desburocratização e adopção, por parte dos agentes do Estado, de uma postura tendente a uma maior facilitação da actividade económica do sector. Para o efeito serão tomadas as seguintes medidas:

- i.* A criação de um quadro legal e de procedimentos que assegurem a transparência, o rigor e a previsibilidade entre o Estado e os agentes económicos provados;
- ii.* A revisão da legislação comercial e a sua adequação ao contexto actual da economia. Deverá merecer especial atenção a redução quer em termos de documentos para a criação de empresas, o licenciamento da actividade comercial e a redução das taxas e emolumentos para o efeito;
- iii.* A modernização do Sistema Integrado de Licenciamento da Actividade Comercial (SILAC), através da informatização dos procedimentos e do cadastro comercial;
- iv.* A descentralização das competências de licenciamento comercial para as Províncias e Municípios, criando os Centros de Apoio ao Empreendedorismo Comercial (CAECS);
- v.* A acomodação no ordenamento jurídico nacional das convenções sobre o comércio internacional de que o País é subscritor.

H.6. Desenvolvimento dos Recursos Humanos de Formação de Quadros

A estratégia de desenvolvimento dos recursos humanos do sector do comércio, baseia-se no Plano Nacional de Formação de Quadros e envolve:

Formação e enquadramento de técnicos nacionais do sector comercial;

Estabelecimento de mecanismos de incentivo e consolidação do sistema de carreiras profissionais;

Assim, a política comercial, preconiza as seguintes estratégias:

3. Monitoria e Avaliação da Implementação da Política Comercial

A definição e implementação de políticas com o carácter estrutural das que são preconizadas pelo Ministério do Comércio, carece de acesso permanente a informação actual, consistente e coerente sobre o sector em particular e a economia em geral, assim como da preparação da mesma informação para os diferentes tipos de utilizadores e de utilização. Para tal é fundamental criar mecanismos de recolha, tratamento, análise e divulgação sistemática dos indicadores do Sector do comércio, como elemento de orientação, avaliação das tendências e decisão política.

A implementação da Política Comercial, deve ser monitorada pelos órgãos especializados do Titular do Poder Executivo,

que irão proceder ao acompanhamento regular da evolução da actividade comercial.

O Conselho Nacional do Comércio deve ser o ponto focal para a coordenação da implementação das acções preconizadas na Política Comercial, permitindo dinamizar e fiscalizar a responsabilidade colectiva e assegurar que todas as recomendações e iniciativas futuras do sector, sejam elaboradas e implementadas dentro do quadro de uma Estratégia Nacional do Comércio e Serviços Mercantis, numa perspectiva de defesa do consumidor.

4. Instrumentos de Implementação da Política Comercial

A Política Comercial do País, define estratégias e programas prioritários que devem ser materializados e executados com a participação do sector privado, e que constituem os instrumentos de implementação, para a concretização dos objectivos definidos, como sejam:

Estratégia de Expansão da Rede Comercial;

Estratégia Nacional do Comércio Rural e Empreendedorismo;

Sistema Integrado de Licenciamento da Actividade Comercial;

Sistema Integrado de Comércio Externo;

Estratégia de Formação de Quadros para o Sector;

Estratégia Comercial;

Estratégia Nacional de Abastecimento e Distribuição;

Estratégia Nacional de Inspeção e Defesa do Consumidor;

Sistema Nacional de Defesa do Consumidor;

Estratégia de Marketing Comercial;

Estratégia Nacional de Exportação;

Sistema Integrado de Gestão da Comercialização Agro-pecuária — SIGECAP.

5. Resultados Esperados

A implementação com sucesso das Políticas do comércio visa contribuir decisivamente para os objectivos gerais do PND em geral, e do Comércio em particular e alcançar os seguintes resultados esperados:

Crescimento e diversificação da produção e do comércio;

Melhor organização e expansão da rede comercial urbana, suburbana e rural, por especialidades e capacitação dos agentes do comércio;

Simplificação do licenciamento da actividade comercial interna e externa, e aumento do grau de formalização e inserção dos Agentes Económicos no comércio formal;

Simplificação e modernização de procedimentos potenciadores do desenvolvimento do comércio e serviços mercantis, através da revisão/estabelecimento de um quadro jurídico favorável;

Melhoria da eficácia da fiscalização da actividade comercial;

Melhoria das condições da oferta de bens e serviços pela criação de mecanismos de defesa do consumidor e do estabelecimento de regras sobre a concorrência;

Substituição gradual das importações;

Reforço do intercâmbio a nível da integração regional e multilateral;

Aumento da actividade comercial nas zonas rurais;

Aumento da inserção dos agentes económicos na economia internacional através da criação de um centro de facilitação comercial;

Melhoria do desempenho dos agentes do comércio através da formação, divulgação e formação sobre as políticas e procedimentos do sector.

No sentido de contribuir para uma implementação coerente, consistente e eficaz das políticas preconizadas, o Ministério do Comércio deve criar um Plano Director do Sector Comercial no País, que se deve estabelecer como a arquitectura base e a referência para o desenvolvimento dos próximos anos, servindo simultaneamente como instrumento de divulgação da política comercial de Angola no exterior, contribuindo assim para o fomento do índice de Desenvolvimento Económico no sector comercial.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.

—————
Despacho Presidencial n.º 112/14
de 16 de Maio

Tendo em conta a limitação das capacidades instaladas dos sistemas, foi lançado um Concurso Público para a Realização de Estudos, Projecto Executivo e Construção da Estação de Tratamento de Água, Sistema 4 (BITA) e Sistema de Distribuição, para responder à necessidade de suprir a deficiência de abastecimento de água e expansão das redes de distribuição da Cidade de Luanda;

Havendo necessidade de se aprovar o Projecto para a Realização de Estudos, Projectos Executivos e Construção de Estações de Tratamento de Água, Sistema 4 (BITA) e Sistema de Distribuição;

O Presidente da República determina, nos termos da alínea d) do artigo 120.º e do n.º 5 do artigo 125.º, ambos da Constituição da República de Angola, o seguinte:

1.º — É aprovado o Projecto para a Realização de Estudos, Projectos Executivos e Construção de Estações de Tratamento de Água, Sistema 4 (BITA) e Sistema de Distribuição.

2.º — É aprovada a minuta do Contrato de Empreitada (Lote B5) para a Realização de Estudo, Projecto Executivo e Construção de Centro de Distribuição de (CD Ramiros), composto por Reservatórios, Tanque Elevado incluindo Estação de Bombagem, Edifícios Auxiliares e Rede de Distribuição Associada, a ser celebrado com o consórcio Somague/Griner/Progest, no valor total de Kz: 1.340.003.146,00 (um bilião, trezentos e quarenta milhões, três mil e cento e quarenta e seis Kwanzas).

3.º — É autorizado o Ministro da Energia e Águas a celebrar o Contrato acima referido.

4.º — O Ministro das Finanças deve assegurar a disponibilidade dos recursos financeiros necessários à implementação do Projecto.

5.º — O presente Diploma entra em vigor na data da sua publicação.

Publique-se.

Luanda, aos 10 de Abril de 2014.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.

—————
Despacho Presidencial n.º 113/14
de 16 de Maio

Convindo garantir a concretização do Programa de Alargamento da Rede de Equipamentos Sociais e Infra-Estruturas;

Havendo necessidade de se celebrar Contratos de Empreitadas de Infra-Estruturas e Reabilitação de Estradas na Província do Cunene;

O Presidente da República determina, nos termos da alínea d) do artigo 120.º e do n.º 5 do artigo 125.º, ambos da Constituição da República de Angola, o seguinte:

1.º — É aprovada a minuta de Contrato de Empreitada de Reabilitação da Estrada Cahama/Otchinjau, na Província do Cunene, a ser celebrado com a empresa LEVON-LE, Construções, Limitada, no valor global de Kz: 5.780.000.000,00 (cinco biliões, setecentos e oitenta milhões de Kwanzas).

2.º — É autorizado o Ministro da Construção a celebrar o Contrato acima referido.

3.º — O Ministro das Finanças deve assegurar os recursos financeiros necessários à implementação do referido Projecto.

4.º — As dúvidas e omissões resultantes da interpretação e aplicação do presente Diploma são resolvidas pelo Titular do Poder Executivo.

5.º — O presente Despacho Presidencial entra em vigor na data da sua publicação.

Publique-se.

Luanda, aos 9 de Abril de 2014.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.

—————
Despacho Presidencial n.º 114/14
de 16 de Maio

Tendo em conta a limitação das capacidades instaladas dos sistemas, foi lançado um Concurso Público para a Realização de Estudos, Projecto Executivo e Construção da Estação de Tratamento de Água, Sistema 4 (BITA) e Sistema de Distribuição, para responder à necessidade de suprir a deficiência de abastecimento de água e expansão das redes de distribuição da Cidade de Luanda;

Havendo necessidade de se aprovar o Projecto para a Realização de Estudos, Projectos Executivos e Construção de Estações de Tratamento de Água, Sistema 4 (BITA) e Sistema de Distribuição;