



**Ministério do Comércio**

**A Dinamização do Comércio, Redes de Distribuição e Incentivo ao Investimento Privado – Uma Oportunidade de Negócio para a Itália**

Por: **Álvaro Augusto Soares Paixão Júnior**  
Secretário de Estado para o Comércio  
08 Abril de 2014

## Índice

	Página
1. Políticas do Comércio alinhadas ao PND 2013-2017	2
2. Política Comercial Angolana	9
3. Desenvolvimento do Sector do Comércio nos últimos Anos	20
4. Estratégia para Expansão do Comércio em Angola	31

## Introdução

O **Plano Nacional de Desenvolvimento (PND) 2013-2017** tem como objectivo a **promoção da estabilidade, o crescimento e a criação de emprego**. Estes elementos 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 agropecuária, 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 socioeconómicos, 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 macroeconómico para o período 2013-2017** visa preservar a estabilidade macroeconómica, 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.

## Por forma a dar continuidade ao dinamismo do Executivo e do sector privado, foi estruturado o Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial.

### Alinhamento do Programa com o PND 2013-2017 e a Política Comercial

#### PND 2013-2017

#### Objectivos na vertente do Comércio:

*"Promover e manter um conjunto de infra-estruturas logísticas, de circuitos comerciais e uma rede de distribuição que possibilitem o abastecimento de todo o território em "inputs" produtivos e bens de consumo essenciais, contribuindo activamente para a eliminação da fome e da pobreza bem como para o desenvolvimento harmonioso do território e a valorização da posição geo-estratégica de Angola"*

#### Política Comercial

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

### Dinamização do Comércio

#### O Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

*É um programa que visa aglutinar um conjunto de iniciativas que permitam criar as condições para um desenvolvimento mais célere, uniforme e harmonioso do comércio em geral, estabelecendo os instrumentos e mecanismos que potenciem o envolvimento do Sector Privado na expansão da rede comercial existente e na criação das condições a jusante, produtivas, logísticas, e de distribuição, que permitam uma operação sustentável da mesma*

#### Objectivos

- Criar, reabilitar e modernizar infra-estruturas comerciais de forma a assegurar a organização do comércio assim como aumentar a cobertura da rede comercial
- Criar infra-estruturas logísticas que garantam a recepção, a armazenagem e a distribuição da produção nacional
- Apoiar o investimento privado na expansão da sua rede comercial grossista e retalhista, criando instrumentos que facilitem a sua concretização

## Índice

	Página
1. Políticas do Comércio alinhadas ao PND 2013-2017	2
<b>2. Política Comercial Angolana</b>	<b>9</b>
3. Desenvolvimento do Sector do Comércio nos últimos Anos	20
4. Estratégia para Expansão do Comércio em Angola	31

## Definição, objectivo geral e visão estratégica da Política Comercial de Angola aprovada em Conselho de Ministros em 29/01/2014

### Definição da Política Comercial

A Política comercial abarca, princípios e medidas concebidas 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.

### 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 2013/2017.

### Visão Estratégica da Política Comercial

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

- i. Definir o quadro de intervenção do Estado;
- ii. Traçar as grandes opções que nortearão o desenvolvimento do sector;
- iii. Definir as prioridades e os objectivos do desenvolvimento comercial no quadro do Plano Nacional de Desenvolvimento;
- 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 a para a exportação;
- vii. Fomentar a produção nacional bem com as exportações;
- viii. Ajudar ao comércio internacional, pelo estabelecimento de padrões e metas claras que podem ser entendidas por potenciais parceiros comerciais.

### 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.

## Domínios da Política Comercial

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



- **Comércio e Serviços Mercantis**
- **Comércio rural e empreendedorismo**
- **Diplomacia económica e comércio externo**
- **Controlo de Qualidade, Inspeção e Defesa do consumidor**

### 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, peri-urbanas 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.

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

6

## Domínios da Política Comercial

### 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 e os agrícolas, pecuários, apícolas, elevando deste modo, o nível de vida das populações;
- vi. Dinamizar e Incentivar o empreendedorismo e o agro-negócio;

### Diplomacia Económica e Comércio Externo

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

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

7

## Domínios da Política Comercial

### Controlo da Qualidade, Inspeção e Defesa do Consumidor

- i. Contribuir 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 em 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 inspecionar 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, boas práticas de segurança alimentar na distribuição e no consumo;

## Índice

	Página
1. Políticas do Comércio alinhadas ao PND 2013-2017	2
2. Política Comercial Angolana	9
3. <b>Desenvolvimento do Sector do Comércio nos últimos Anos</b>	<b>20</b>
4. Estratégia para Expansão do Comércio em Angola	31

**Apesar da recuperação assistida nos últimos anos, a cobertura da rede comercial ainda se encontra abaixo dos níveis de 1970, que era de 174 habitantes por estabelecimento ou seja, cerca de 100 m2 por 1.000 habitantes.**

#### Evolução da cobertura da rede comercial de Angola

	1970	2000	2013
População	5.260.001	12.870.494	19.183.590
Rede comercial estimada (n.º de estabelecimentos comerciais)	30.207	27.870	88.897
<b>Cobertura da rede comercial - n.º de habitantes por loja</b>	<b>174</b>	<b>462</b>	<b>216</b>

Em 1970 a cobertura em termos de área de comércio era, de cerca de 100 m2 por cada 1.000 habitantes<sup>1</sup>

Em 1970, Angola tinha um rácio de um estabelecimento para cada 174 habitantes, o que corresponde aproximadamente a uma área de comércio de 100 m2 por mil habitantes.

Em 2000 este rácio passou para um estabelecimento por cada 462 habitantes, tendo-se entretanto vindo a observar uma melhoria da cobertura da rede comercial, que se estima actualmente em um estabelecimento para 216 habitantes.

<sup>1</sup>Considerando uma área média de 20 m2 por estabelecimento

Fonte: Censo Colonial de 1970 e Licenciamento Comercial realizado pelo Ministério do Comércio; INE para os dados de população

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

10

**Não obstante o desenvolvimento verificado no sector do Comércio nos últimos anos, fruto das políticas de desenvolvimento económico e comercial do Executivo e da forte dinâmica do sector Privado...**

**O Estado tem vindo a realizar iniciativas estruturantes para a dinamização do sector do Comércio...**

#### Retalho alimentar

- Dinamização do projecto **Nosso Super** que resultou na construção de 31 supermercados distribuídos por todas as províncias (rede actualmente operada pela *Odebrecht*)
- Criação da rede de proximidade **Poupa Lá** com cerca de 17 estabelecimentos
- Construção de **mercados municipais** que permitem colocar à disposição da população produtos a preços alinhados com o poder de compra dos consumidores alvo

#### Infra-estruturas de suporte

- Construção do **Centro Logístico de Operação e Distribuição de Luanda** (1ª fase concluída)
- Construção do Entrepósito Logístico de Luanda
- ...

#### Facilitação do Sector

- Lançamento do novo **Alvará Comercial**
- ...

**... acompanhado pelo aparecimento de operadores organizados e com dimensão relevante nomeadamente na rede alimentar**

#### Rede grossista



**Cerca de 300 estabelecimentos a nível nacional**

#### Rede retalhista

**SHOPRITE**

**kero**

**jumbo**

**maxi**

**Pomobel**

**INTERTRANSPORTS CENTRE**

**Cerca de 220 estabelecimentos a nível nacional**

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

11

**No que diz respeito ao segmento não alimentar, é de destacar a nova face do retalho em Angola: o aparecimento de centros comerciais.**

 <p><b>Belas Shopping</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município de Belas (Luanda)</li> <li>• 16.743 m<sup>2</sup> de área bruta locável (ABL)</li> <li>• ~ 100 lojas</li> </ul>	 <p><b>Maxipark</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município de Belas (Luanda)</li> <li>• 7.000 – 12.000 m<sup>2</sup> de ABL</li> <li>• 13 Lojas</li> </ul>
 <p><b>Atrium Nova Vida</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município de Belas (Luanda)</li> <li>• 9.200 m<sup>2</sup> de ABL</li> <li>• 40 Lojas</li> </ul>	 <p><b>Ango-chi Shopping</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município de Belas (Luanda)</li> <li>• 5.000 m<sup>2</sup> de ABL</li> <li>• 420 Lojas</li> </ul>
 <p><b>Ginga Shopping</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município de Viana (Luanda)</li> <li>• 6.500 m<sup>2</sup> de ABL</li> <li>• 38 Lojas</li> </ul>	 <p><b>Shopping Millennium</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município do Lubango (Huila)</li> <li>• 14.000 m<sup>2</sup> de ABL</li> <li>• ~100 Lojas</li> </ul>
 <p><b>Nosso Centro Gamek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município de Luanda</li> </ul>	 <p><b>Mundo da Casa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Município do Belas (Luanda)</li> </ul>

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

12

**No âmbito da componente do investimento privado do Subprograma da Organização da Rede Nacional de Comércio na componente de centros comerciais, encontram-se em construção 11 centros comerciais inseridos em grandes projectos imobiliários.**

*Estão em curso grandes projectos imobiliários de construção de apartamentos residenciais, escritórios e centros comerciais*

- |                         |                        |
|-------------------------|------------------------|
| 1. Luanda Shopping      | 7. Vista Club Shopping |
| 2. Shopping Fortaleza   | 8. Muxima plaza        |
| 3. Kinaxixi Shopping    | 9. Shopping Mulemba    |
| 4. Luena Retail Park    | 10. Sky Center         |
| 5. Torres Kianda        | 11. Lobito Retail Park |
| 6. Golf Center Shopping |                        |



Às infra-estruturas em operação e construção, adicionam-se as intenções de investimento reportadas pelos operados privados<sup>1</sup> neste formato que passam pela criação de 17 centros comerciais de dimensão diversa, distribuídos pelas províncias de Luanda, Benguela, Huila, Huambo, Malange e Kwanza Sul.

<sup>1</sup>Inquérito realizado a 26 empresas sobre a sua situação actual e planos de expansão até 2017

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

13

No que respeita às infra-estruturas públicas é de realçar a conclusão da 1ª fase do CLOD de Luanda, assim como a construção de vários mercados municipais.

Infra-estruturas de investimento público realizadas	
Tipo de infra-estrutura	Resultados obtidos
<b>Infraestruturas Logísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>1ª fase do CLOD de Luanda concluída:</b> 1 Edifício administrativo e 4 Naves para armazenamento e venda a grosso</li> <li>✓ <b>1ª fase do entreposto logístico de Viana (Luanda) concluída:</b> 1 Centro de Recolha e Calibragem de produtos horto-frutícolas</li> <li>✓ <b>1ª Fase do entreposto logístico do Chinguar (Bié) em curso</b> com um grau de conclusão física de 82%</li> </ul>
<b>Mercado Retalhista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>14 Mercados Municipais Integrados construídos e reabilitados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 em Benguela</li> <li>• Lobito (Benguela)</li> <li>• 2 no Kuito (Bié)</li> <li>• 2 no Huambo</li> <li>• Sanza Pombo (Uíge)</li> <li>• Nzeto (Zaire)</li> <li>• Sumbe (Kwanza Sul)</li> <li>• Estalagem (Luanda)</li> <li>• Ndalatando (Kwanza Norte)</li> <li>• Huíla</li> <li>• Malange</li> </ul> </li> <li>✓ <b>No âmbito do Programa de Combate à Pobreza:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 57 Mercados Rurais/Populares concluídos</li> <li>• 24 Mercados Rurais em construção</li> </ul> </li> </ul>

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

Fonte: Banco Africano de Desenvolvimento (Set. 2012) 14

## Índice

	Página
1. Políticas do Comércio alinhadas ao PND 2013-2017	2
2. Política Comercial Angolana	9
3. Desenvolvimento do Sector do Comércio nos últimos Anos	20
<b>4. Estratégia para Expansão do Comércio em Angola</b>	<b>31</b>

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

15



**A concretização do Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial implica a intervenção do Estado assim como do sector Privado, cada um com responsabilidades distintas.**

**O papel do Estado vs. sector Privado no Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial**

**O papel do Estado**

- Criar um ambiente favorável à atracção do investimento nacional e estrangeiro no sector do comércio;
- Criar as condições necessárias para o desenvolvimento salutar da concorrência;
- Promover a criação de condições favoráveis para a realização de investimentos privados, que sejam geradores de economias e externalidades;
- Criar mecanismos que encorajem a reconversão gradual do sector informal no formal, pela promoção do desenvolvimento dos meios e infra-estruturas necessários;
- Assegurar o alargamento da rede formal, logística e de distribuição a todo o território nacional, a custos competitivos e a um nível tal que satisfaça as necessidades das populações e da actividade produtiva, bem como promova o seu desenvolvimento;
- Estabelecer parcerias público privadas, como modelo para a promoção das instalações e exploração de infraestruturas logísticas e outros investimentos;

*Criar as condições de regulação e de infra-estruturas básicas para permitir o desenvolvimento sustentável do sector*

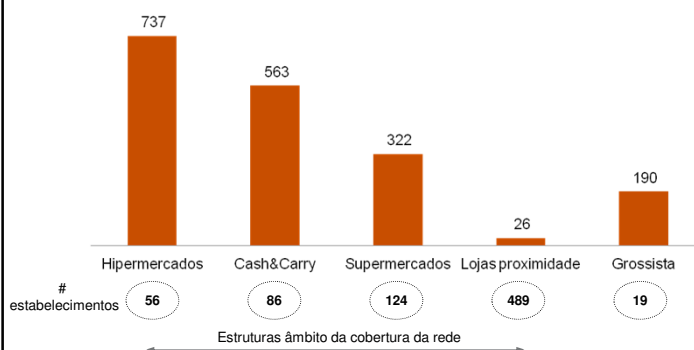
**O papel do sector Privado**

- Reabilitar, modernizar e expandir a rede comercial e as infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio, com prioridade para as zonas rurais;
- Desenvolver e explorar infra-estruturas logísticas que garantam a recepção, o armazenamento, a conservação e a distribuição da produção interna;
- Participar na criação de estímulos com vista ao estabelecimento de uma rede grossista assente em empresários nacionais, capazes de contribuir de forma decisiva para a normalização da oferta de produtos e assegurar a estabilidade de preços;
- Participar no processo de formalização das estruturas comerciais;
- Participar no abastecimento e distribuição de bens e serviços mercantis no circuito urbano e rural;
- Participar na dinamização e diversificação da produção nacional;

*Realizar investimentos na área comercial e contribuir para a expansão da rede comercial com vista a cobrir o défice existente*

**Na componente do investimento privado do Subprograma da Organização da Rede Nacional de Comércio em grosso e retalho alimentar, importa ter em consideração os planos de expansão reportados pelos operadores do sector privado<sup>1</sup>.**

**Overview sobre os planos de expansão do sector privado até 2017 (MUSD)**



- Os planos de expansão do sector privado na rede grossista e retalhista alimentar até 2017 totalizam um valor de ~1.840 milhões de USD (Kz 184 mil milhões), dos quais ~40% correspondem a investimento em hipermercados
- Em termos de número de estabelecimentos, irão ser criados:
  - 56 estabelecimentos grossistas
  - 86 cash&carry
  - 124 supermercados
  - 489 lojas de proximidade
  - 19 grossistas armazenistas

<sup>1</sup>Inquérito realizado a 26 empresas sobre a sua situação actual e planos de expansão até 2017

**Os dois subprogramas do Programa Executivo resultarão na criação de um conjunto vasto de infra-estruturas de suporte e de estabelecimentos grossistas e retalhistas, permitindo a criação de cerca de 67.000 postos de trabalho directos.**

	<i>Infra-estruturas a criar</i>	<i>Emprego a gerar</i>
<b>Subprograma Nacional de Entrepósitos Logísticos de Distribuição</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 CLODs</li> <li>• 9 Entrepósitos Logísticos</li> <li>• 4 Armazéns de Reserva Estratégica</li> </ul>	Total de ~12.000 postos de trabalho directos e ~13.000 indirectos a gerar
<b>Subprograma da Organização da Rede Nacional de Comércio</b>	<b>Grossista</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 41 Mercados abastecedores</li> <li>• ~105 estabelecimentos da rede grossista em livre serviço: <i>cash&amp;carry</i> e armazenistas</li> </ul>	Total de ~15.000 postos de trabalho directos e ~3.000 indirectos a gerar
	<b>Retalhista</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 27 Mercados municipais integrados</li> <li>• 142 Mercados e feiras suburbanas e rurais</li> <li>• ~60 Hipermercados e 400 Supermercados</li> <li>• ~8.500 Lojas de proximidade (urbanas, suburbanas e rurais)</li> <li>• ~28 Centros comerciais</li> </ul>	Total de ~40.000 postos de trabalho directos e ~7.000 indirectos a gerar

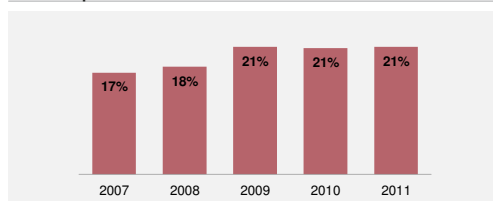
Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

18

**O peso do sector do comércio no PIB subiu de 17% para 21%, entre 2007 e 2011, perspectivando-se a manutenção do seu crescimento nos próximos anos, em linha com as projecções do PIB não petrolífero.**

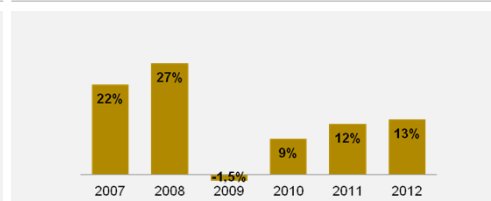
#### Sector do Comércio

Representatividade do Sector do Comércio no PIB



O sector do Comércio (grossista e retalho, alimentar e não alimentar) **representou em 2011 cerca de 21% do PIB de Angola**

Taxa de Crescimento do Sector do Comércio



É expectável um **aumento médio anual do PIB não petrolífero entre 2013 a 2017 em cerca de 9,5%**, assim como um aumento do seu peso relativo, pelo que o sector do Comércio deverá acompanhar esta tendência

- O sector do Comércio e retalho caracteriza-se pela existência de dois segmentos, **o mercado formal e o informal, sendo que este último é predominante** e desempenha um papel importante no acesso das pessoas mais desfavorecidas à economia.
- Contudo, tem-se assistido ao aumento da relevância dos operadores formais. Para tal, tem sido muito importante a acção do Estado no estabelecimento de exigências regulamentares aos agentes comerciais relacionadas com a higiene e a segurança alimentar.

Fonte: INE; Plano Nacional de Desenvolvimento 2013-2017; Fundo Monetário Internacional

Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

19

# PAPAGRO



**MUITO OBRIGADO PELA ATENÇÃO**



Programa Executivo de Expansão da Rede Comercial

20