



DIÁRIO DA REPÚBLICA

ÓRGÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE ANGOLA

Preço deste número - Kz: 280,00

<p>Toda a correspondência, quer oficial, quer relativa a anúncio e assinaturas do «Diário da República», deve ser dirigida à Imprensa Nacional - E.P., em Luanda, Rua Henrique de Carvalho n.º 2, Cidade Alta, Caixa Postal 1306, www.imprensanacional.gov.ao - End. teleg.: «Imprensa».</p>	<p>ASSINATURA</p> <p>Ano</p> <p>As três séries Kz: 470 615.00</p> <p>A 1.ª série Kz: 277 900.00</p> <p>A 2.ª série Kz: 145 500.00</p> <p>A 3.ª série Kz: 115 470.00</p>	<p>O preço de cada linha publicada nos Diários da República 1.ª e 2.ª série é de Kz: 75.00 e para a 3.ª série Kz: 95.00, acrescido do respectivo imposto do selo, dependendo a publicação da 3.ª série de depósito prévio a efectuar na tesouraria da Imprensa Nacional - E. P.</p>
--	---	---

SUMÁRIO

Presidente da República

Decreto Presidencial n.º 28/14:

Aprova a Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo, abreviadamente designada ENACRE, para o período 2013-2017.
— Revoga toda a legislação que contrarie o disposto no presente Diploma, nomeadamente a Resolução n.º 55/09, de 17 de Julho e o Decreto Executivo Conjunto n.º 106/11, de 1 de Agosto.

Ministério do Ensino Superior

Decreto Executivo n.º 30/14:

Cria o Curso de Enfermagem na Escola Superior Politécnica do Cunene da Universidade Mandume ya Ndemufayo, que confere o Grau de Licenciatura e aprova o plano de estudo do curso criado.

Decreto Executivo n.º 31/14:

Cria o Curso de Laboratório Clínico na Escola Superior Politécnica do Cunene da Universidade Mandume ya Ndemufayo, que confere o Grau de Licenciatura e aprova o plano de estudo do curso criado.

Ministério da Cultura

Despacho n.º 334/14:

Desvincula Francisco Domingos Van-Dúnem do quadro geral do pessoal da Direcção Nacional de Formação Artística, para efeitos de aposentação.

Despacho n.º 335/14:

Desvincula Maria Filipa Liberal Marcelino Francisco do quadro do regime geral de pessoal deste Ministério, para efeitos de aposentação.

Despacho n.º 336/14:

Desvincula António Sebastião Vicente do quadro do regime geral de pessoal deste Ministério, para efeitos de aposentação.

Despacho n.º 337/14:

Desvincula Garcia João Manuel do quadro do regime geral de pessoal deste Ministério, para efeitos de aposentação.

Despacho n.º 338/14:

Desvincula Domingos Andrade Capitão do quadro geral do pessoal deste Ministério, para efeitos de aposentação.

PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Decreto Presidencial n.º 28/14 de 11 de Fevereiro

Considerando a necessidade de se adoptar um instrumento para a materialização das políticas do Executivo traçadas para o quadriénio 2013-2017, mormente no que se refere ao fomento do Comércio Rural e Empreendedorismo, garantindo o crescimento da economia no País de forma sustentável;

Tendo em conta a necessidade de se contribuir para o desenvolvimento da produção nacional do emprego, da segurança alimentar e da fixação das populações nas zonas rurais;

Considerando que para o alcance destes objectivos é necessário, por um lado, assegurar a absorção dessa mesma produção e o seu escoamento para o mercado de consumo e, por outro lado, garantir à população a compra dos excedentes da produção;

O Presidente da República decreta, nos termos da alínea d) do artigo 120.º e do n.º 1 do artigo 125.º, ambos da Constituição da República de Angola, o seguinte:

ARTIGO 1.º (Aprovação)

É aprovada a Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo, abreviadamente designada ENACRE, para o período 2013-2017, anexo ao presente Diploma e que dele faz parte integrante.

ARTIGO 2.º (Coordenação)

À Ministra do Comércio compete a Coordenação Geral da ENACRE, bem como da sua materialização através do Programa de Aquisição de Produtos Agro-Pecuários, dora-

vante abreviadamente designado PAPAGRO, devendo criar Grupos Técnicos de Trabalho para a implementação das políticas e metodologias concernentes à referida estratégia.

ARTIGO 3.º
(Revogação)

É revogada toda a legislação que contrarie o disposto no presente Diploma, nomeadamente a Resolução n.º 55/09, de 17 de Julho, e o Decreto n.º 106/11, de 1 de Agosto.

ARTIGO 4.º
(Dúvidas e omissões)

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

ARTIGO 5.º
(Entrada em vigor)

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

Publique-se.

Luanda, aos 24 de Janeiro de 2014.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.

**ESTRATÉGIA NACIONAL DE COMÉRCIO RURAL
E EMPREENDEDORISMO (ENACRE)**

A Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo visa essencialmente o Programa de Comercialização Agro-Pecuária 2013-2017 e apresenta um conjunto de acções que, baseadas nas políticas económicas e de desenvolvimento rural do país, visam fomentar o crescimento e o desenvolvimento do comércio de produtos agro-pecuários, insumos e serviços agrícolas com vista a estimular a eficiência, a eficácia, a equidade e a transparência para todos os intervenientes neste subsector económico.

Para além de servir de base aos planos de actividades sectoriais e do Executivo, também transmite orientações económicas ao aumento da produção e da produtividade, da comercialização agrícola, pecuária, pesqueira e apícola, do processamento agro-industrial e da disponibilidade dos produtos nos mercados internos e externos.

É reconhecido nesta estratégia, o papel do sector privado, tanto dos comerciantes como dos agricultores, que podem utilizar e dinamizar as oportunidades existentes no ambiente económico criado pelo Governo.

Para a implementação descentralizada da estratégia, ao longo dos próximos anos, será priorizado o diálogo para maximizar todo o apoio e colaboração do sector público, a nível central, a nível provincial e a nível municipal, tal como do sector privado, da sociedade civil e dos parceiros internacionais na luta contra a pobreza e na conquista de melhorias substanciais nas condições de vida da população rural.

A comercialização agro-pecuária desempenha um papel extremamente importante na economia nacional, constituindo a principal, senão a única fonte geradora de rendimentos da população nas zonas rurais, onde a maioria da população tem as suas condições de vida assentes na agricultura de subsistência. A comercialização é um dos factores

impulsionadores das ligações entre o produtor/camponês e o mercado, em termos de relacionamento económico entre as zonas rurais e urbanas.

O comércio rural em Angola foi um factor preponderante para o crescimento económico do País ao longo de várias décadas, garantindo a subsistência alimentar das populações nas diferentes regiões, assim como a auto-suficiência alimentar em alguns produtos agro-pecuários. A sua revitalização toma-se por isso como um imperativo para a diversificação da economia comunitária e seu desenvolvimento sustentável.

Melhorias na produção e na produtividade agrícola, pecuária e pesqueira só podem ser realmente eficientes se os sistemas de apoio à comercialização forem eficazes. Um sistema de comercialização a funcionar de modo eficaz, eficiente e transparente ao longo da cadeia de valor de produtos agrícolas é, pois, essencial para orientar e valorizar a produção.

No âmbito da reactivação do Comércio Rural e Empreendedorismo, a actividade comercial exercida no campo tem atravessado algumas dificuldades de ordem estrutural, que deverão ser paulatinamente ultrapassadas com a envolvimento e o engajamento de agentes singulares ou colectivos, com capacidade civil e comercial, de modo a assegurar a absorção, comercialização, aprovisionamento, fornecimento de produtos manufacturados essenciais, assim como factores de produção e prestação de assistência técnica e material específica.

O Executivo definiu como um dos seus objectivos principais a promoção da comercialização agro-pecuária de modo a contribuir para o crescimento da agricultura e da indústria, orientadas para o mercado interno e para a exportação, visando deste modo os seguintes objectivos:

- A diminuição da fome e da pobreza, com principal incidência no meio rural;
- Asseguramento do funcionamento dos circuitos da produção, comercialização e consumo;
- Reactivação e reinstalação da rede retalhista rural;
- Ressurgimento do «Agente Logístico Rural», comerciante do mato;
- Remonetização da economia rural;
- Fomento da produção e da produtividade com recurso à inovação tecnológica;
- Valorização e promoção do consumo de produtos locais;
- Comercialização de produtos essenciais básicos;
- Criação de excedentes para a reserva estratégia alimentar e/ou exportação;
- Geração de empregos e aumento de rendimentos das famílias;
- Fixação das populações nas zonas rurais, estimulando a poupança e promovendo novos investimentos;
- Redução dos índices de pobreza no meio rural;
- Definição de preços mínimos de referência dos produtos agrícolas por regiões.

A Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo (ENACRE) é um conjunto de acções que baseadas nas políticas económicas e de desenvolvimento do País, visam fomentar o crescimento e desenvolvimento do comércio de produtos agro-pecuários, insumos e instrumentos agrícolas com vista a estimular a eficiência e transparência para todos os intervenientes deste subsector económico. Criar uma rede de comércio rural que estimula o aumento da produção agropecuária de forma especializada e sustentável, incentivar o cooperativismo, dinamizar o agro-negócio no seio da população rural, melhorar as condições de vida e sobretudo, garantir uma distribuição melhor da renda no meio rural.

1. Âmbito de aplicação

Tendo em conta a existência no País de várias entidades e/ou instituições para a promoção e dinamização da produção e comercialização de produtos agropecuários, como cereais (arroz, milho, massango) hortícolas, frutícolas (citrinos e bananas), tubérculos (mandioca, batata e batata-doce), oleaginosas (feijões, amendoim, girassol e dendém), respectivamente, INCA, INC e IDA ligadas ao Ministério da Agricultura, a DINACRE e a DINADIS do Ministério do Comércio os quais estabelecem estratégias para o desenvolvimento da cadeia de valor por cada um dos produtos, com metas quantitativas e prazos para o seu alcance, a ENACRE concentra-se nas acções transversais da comercialização agrícola para a sua facilitação e promoção a nível nacional e internacional.

A ENACRE aplica-se à comercialização de todos os produtos agrícolas, pecuários e apícolas em geral, piscicultura, (excluindo os produtos pesqueiros industrializados), com perspectiva de médio e longo prazos fomentando o incremento da produção do tabaco, algodão, café, madeiras, batatas, mandioca, bananas e ananases, devido à sua importância na comercialização agrícolas tendo em vista o crescimento da produção de produtos para a exportação.

2. Enquadramento

A Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo enquadra-se nas actividades e nos objectivos do Programa do Governo 2012-2017, no Plano Nacional de Desenvolvimento, na Política e Estratégia Comercial e no

Programa de Combate à Fome e à Pobreza, em particular nos seguintes aspectos:

- i)* Facilitação da fluidez das trocas comerciais;
- ii)* Alcance da segurança alimentar;
- iii)* Desenvolvimento económico e social sustentável;
- iv)* Redução das importações;
- v)* Redução dos níveis de pobreza;
- vi)* Monitoria e avaliação sistemática do Plano de Acção do Comércio Rural.

3. Princípios gerais

A Estratégia Nacional de Comércio Rural e Empreendedorismo orienta-se pelos seguintes princípios:

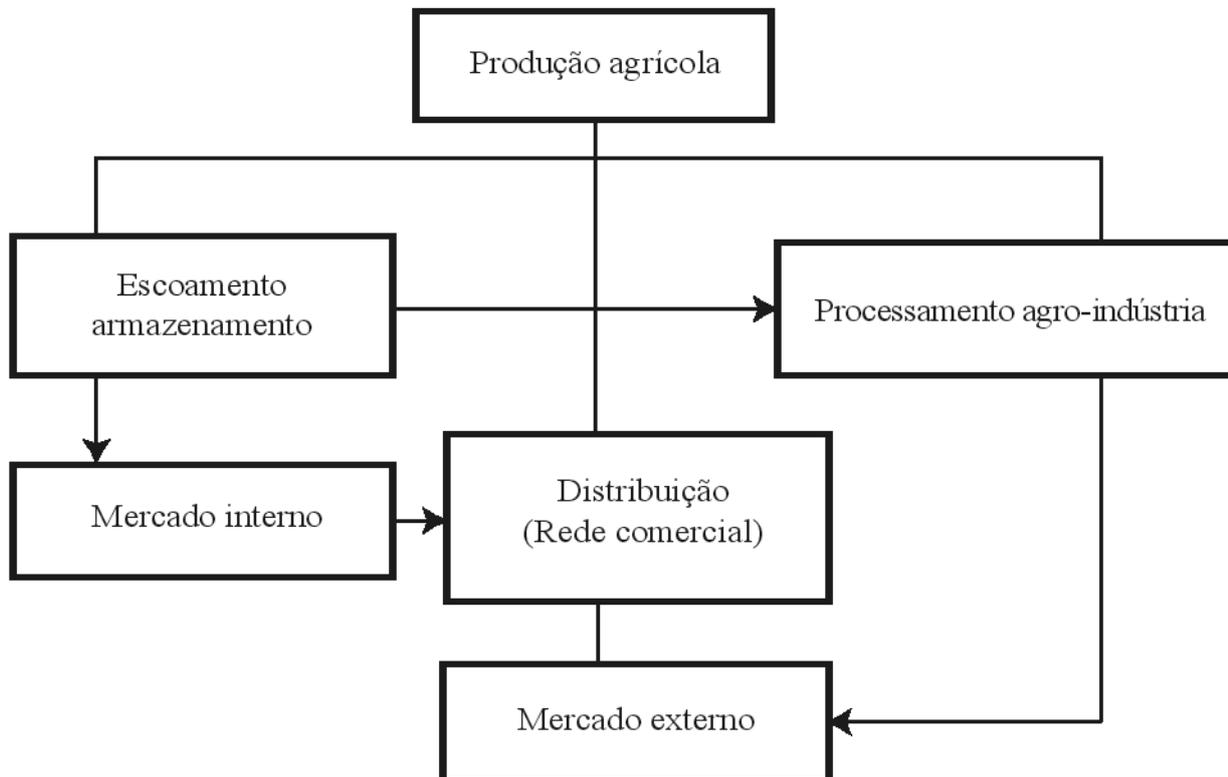
- i)* A conformidade com a política económica do País;
- ii)* A livre circulação de produtos agrícolas no país em geral e entre as zonas de produção e os mercados;
- iii)* A comercialização agrícola como elo de ligação necessária entre a produção e o consumo;
- iv)* A comercialização agrícola como actividade baseada em iniciativa privada;
- v)* Simplificação, descentralização e facilitação do exercício das actividades comerciais, em particular no meio rural;
- vi)* Revisão e aprimoramento da lei das cooperativas, (re) e estruturação das cooperativas;
- vii)* Implementação do programa do crédito para a comercialização agrícola, beneficiando as zonas de maior produção;
- viii)* Recolha e disseminação da informação de mercados e preços internos e internacionais;
- ix)* Manutenção e reabilitação das vias secundárias e terciárias;
- x)* Fomento das culturas tradicionais de exportação.

Para alcançar os objectivos definidos na ENACRE estabeleceram-se cinco Eixos Estratégicos que são transversais aos objectivos e cada um deles apresenta Linhas de Intervenção, dentro de um Plano de Acção que se denominou PAPAGRO, (Programa de Aquisição de Produtos Agro-Pecuários).

Eixos Estratégicos	Linhas de Intervenção
EIXO 1 – Implementação das infra-estruturas logísticas para armazenamento, processamento e comercialização de produtos agro-pecuários	-Produção agro-pecuária -Armazenamento e Transformação -Previsão das colheitas -Escoamento e comercialização
EIXO 2 – Fortalecimento e diversificação da produção agro-pecuária e pesqueira	-Organização -Capacitação e Extensão
EIXO 3 – Fortalecimento dos circuitos de comercialização e abastecimento	-Acesso aos alimentos -Abastecimento e Comercialização -Monitoria dos preços no mercado -Facilitar o acesso ao crédito
EIXO 4 – Dinamização do cooperativismo e associativismo	-Fomento da produção e da produtividade -Organização produtiva das comunidades
EIXO 5 – Apoio técnico e científico ao longo da cadeia de produção, armazenamento, processamento e comercialização	-Pesquisa e Investigação -Segurança dos Alimentos

4. Diagnóstico sobre o Processo de Comercialização

O diagnóstico foi realizado com base na cadeia de valor da comercialização agro-pecuária, tendo em conta as seguintes fases:



4.1. Produção agrícola

De um modo geral, a produção agrícola é realizada por pequenos agricultores, destinando grande parte da sua produção para o auto-consumo. A mão-de-obra é constituída principalmente pelo agregado familiar. A maior parte da produção é realizada em sequeiro por falta de água e alguns utilizam pequenos sistemas de regadio. O acesso ao crédito agrícola tem facilitado alguns camponeses, na aquisição de insumos e outros materiais quer em termos de sementes quer em animais.

As explorações agrícolas familiares (EAF) são as maiores responsáveis pela exploração da terra do sector agrícola

e estas apresentam 86% da área semeada, enquanto que as explorações agrícolas empresariais (EAE). O relatório sobre a campanha agrícola de 2011/2012 mostra que as principais culturas exploradas são o milho com 34% de área semeada, a mandioca (20%), os feijões (15%) e o amendoim com 6%. As outras culturas ocupam um total de 25% de área semeada.

Portanto o milho, a mandioca e os feijões representam um total de 69% da área semeada a nível nacional. Na fileira das fruteiras verifica-se um aumento considerável de área cultivada. Dados recentes em termos de área semeada assim como de produção agrícola 2011/2012, apresentam-se na tabela abaixo.

Fileira agrícola	Área semeada (ha)	Produção colhida
Cereais	2.408.421	919.684
Raízes e tubérculos	1.408.571	1.275.393
Leguminosas e Oleaginosas	1.252.490	859.767
Frutas	212.502	199.564
Hortícolas	407.509	405.221

A fileira dos cereais é composta pela cultura do milho, massango, massambala e arroz, sendo o milho a cultura chave desta fileira, sendo a principal cultura de subsistência do planalto angolano. A área semeada das explorações agrícolas familiares apresenta-se 10 vezes maior do que a área

das explorações agrícolas empresarial. O sector empresarial é mais forte no Huambo, Huila e Bié. A produção nacional cifrou-se em 465.441 ton. as EAF produziram 335.067 ton., o que representa apenas 66% da produção nacional.

Localização das Principais Zonas de Produção do Milho

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
MILHO	Kwanza-Sul	Sela	37.897	29.408
		Kibala	29.175	16.922
		Sumbe	23.320	11.193
		Kassongue	16.463	7.902
	Benguela	Ganda	33.938	16.290
		Cubal	20.387	9.786
		Balombo	14.835	7.121
		Baía Farta	9.818	3.829
		Bocoio	5.655	2.205
	Huila	Caconda	16.179	7.766
		Chicomba	18.256	8.763
		Caluquembe	15.947	7.654
		Matala	13.938	10.035
		Kipungo	14.075	5.067
	Huambo	Huambo	86.764	46.234
		Bailundo	82.351	68.187
		Caála	45.374	14.857
		Longonjo	44.060	14.305
	Bié	Catabola	30.009	11.704
		Camacupa	34.010	12.856
Andulo		60.018	28.809	
Chitembo		23.227	9.059	
Malanje	Cacuso	10.702	10.702	

Localização das Principais Zonas de Produção de Feijão Manteiga

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
FEIJÃO MANTEIGA	Benguela	Ganda	727	582
		Bocoio	980	784
		Balombo	4.279	3.423
		Lobito	2.512	2.010
	Huambo	Huambo	404	323
		Bailundo	520	416
		Caála	473	378
		Longonjo	171	137
		Catchiungo	231	185
		Mungo	192	154
		Ekunha	111	89
	Huila	Caconda	200	160
		Caluquembe	250	200
		Chicomba	185	148
	K. Sul	Cela	604	483
		Cassongue	801	641
		Kibala	502	402
		Seles	441	353
		Mussende	361	289
		Libolo	254	203
	Bié	Andulo	3.148	2.518
		Catabola	846	677
		Chinguari	2.116	1.733
		Nharea	968	774
	Uíge	Quimbele	385	308
		Damba	327	262
		Negage	257	206
		Milunga	197	158

Localização das Principais Zonas de Produção de Feijão Catarino

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
FEIJÃO CATARINO	Benguela	Ganda	4.844	3.391
		Bocoio	6.536	4.575
		Balombo	26.524	18.567
		Lobito	13.316	9.321
	Huambo	Bailundo	3.468	2.428
		Catchiungo	1.538	1.077
		Huambo	1.821	1.275
		Longonjo	1.141	799
		Caála	3.153	2.207
		Mungo	1.278	895
		Ekunha	743	520
	Huila	Caconda	5.256	3.679
		Caluquembe	4.380	3.066
		Chicomba	4.205	2.944
	K. Sul	Cela	4.029	2.820
		Cassongue	3.673	2.571
		Kibala	3.346	2.342
		Seles	2.942	2.059
		Mussende	2.404	1.683
		Libolo	1.691	1.184
	Bié	Andulo	20.989	14.692
		Catabola	14.437	10.106
		Chinguari	6.453	4.517
		Nharea	5.640	3.948
	Uíge	Quimbele	2.568	1.798
		Damba	2.182	1.527
		Negage	1.713	1.199
		Milunga	1.313	919

Localização das Principais Zonas de Produção de Feijão Carioca

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
FEIJÃO CARIOCA	Benguela	Ganda	1.162	813
		Bocoio	1.570	1.099
		Balombo	6.845	4.791
		Lobito	2.071	1.450
	Huambo	Bailundo	833	583
		Catchiungo	370	259
		Huambo	727	509
		Longonjo	274	192
		Caála	756	529
		Mungo	307	215
		Ekunha	178	124
	Huila	Caconda	1.008	706
		Caluquembe	912	638
		Chicomba	845	591
	K. Sul	Cela	967	677
		Cassongue	881	617
		Kibala	804	563
		Seles	706	494
		Mussende	576	403
		Libolo	406	284
	Bié	Andulo	5.038	3.526
		Chinguari	3.466	2.426
		Nharea	1.548	1.084
		Catabola	1.354	948
	Uíge	Quimbele	617	432
		Damba	523	366
		Negage	410	287
		Milunga	314	220

Localização das Principais Zonas de Produção de Mandioca

Produto	Províncias	Municípios	Produção Estimada (Toneladas)	Produção Comercializável (Toneladas)
MANDIOCA	Malanje	Calandula	551.950	347.949
		Malanje	335.821	211.701
		Quela	292.007	184.081
		Cacuso	237.914	149.981
		Cangadala	161.302	101.685
	Kwanza-Norte	Cambambe	237.240	149.556
		Cazengo	202.498	127.655
		Ambaca	180.573	113.833
		Golungo Alto	129.077	81.370
		Samba Caju	97.032	61.169
	Bengo	Dembos	161.234	101.642
		Nambuagongo	107.384	67.695
		Ambriz	89.205	56.235
		Dande	85.928	54.169
	Cabinda	Cabinda	764.877	482.179
		Cacongo	84.654	53.366
		Buco Zau	56.716	35.754
		Belize	28.498	17.965
	Uíge	Quimbele	443.159	279.368
		Songo	279.172	175.990
		Mucaba	267.789	168.814
		Uíge	229.920	144.941
		Puri	210.084	132.437
		Milunga	206.274	130.035
		Quitexe	196.965	124.167
		Ambuila	195.387	123.172
		Cangola	220.903	139.257
		Maquela do Zombo	176.272	111.122
		Damba	190.924	120.358
	Kwanza-Sul	Sumbe	120.360	72.216
Amboim		106.987	64.192	
Conda/Seles		147.107	88.264	
Seles		173.853	104.312	
Mussende		200.600	120.360	

Produto	Províncias	Municípios	Produção Estimada (Toneladas)	Produção Comercializável (Toneladas)
MANDIOCA	Zaire	Mbanza Congo	3.078	1.847
		Cuimba	1.441	864
		Soyo	893	536
	Bié	Cuimba	122.886	86.020
		Nharea	91.508	64.055
		Andulo	73.206	51.244
		Chitembo	36.603	25.622
	Lunda-Norte	Xá-Muteba	243.808	146.285
		Capenda-Camulemba	212.348	127.409
		Chitato	188.754	113.252
		Cuango	165.160	99.096
		Lucapa	125.836	75.502
	Lunda-Sul	Saurimo	384.313	230.588
		Cacolo	174.688	104.813
		Dala	165.953	99.572
		Muconda	148.484	89.091
	Moxico	Luau	820.101	492.061
		Alto Zambeze	188.810	113.286
		Bundas	142.100	85.260
		Camanongue	51.634	30.981
		Moxico	28.139	16.883
Kuando Kubango	Menongue	273.618	191.533	

Localização das Principais Zonas de Produção de Batata Rena

Produto	Províncias	Municípios	Produção Estimada (Toneladas)	Produção Comercializável (Toneladas)
BATATA RENA	Huambo	Ekunha	91 387,5	82.249
		Caála	106752	96.077
		Bailundo	14786,25	13.308
		Longonjo	16286,25	14.658
		Catchiungo	14786,25	13.308
		Mungo	11786,25	10.608
	Huila	Matala	52399,5	47.160
		Humpata	9825	8.843
		Chicomba	16374	14.737
		Caconda	21562,5	19.406
		Caluquembe	24562,5	22.106
	Kwanza-Sul	Ebo	34914	31.423
		Cassongue	26158,5	23.543
		Kibala	12727,5	11.455
		Cela	27466,5	24.720
		Amboim	21973,5	19.776
	Benguela	Ganda	61,5	55
		Cubal	76,5	69
		Chongoroi	114	103
		Balombo	121,5	109
		Bocoio	39	35
		Lobito	55,5	50
	Kwanza-Norte	Ambaca	1084,5	976
		Gulongo Alto	6	5
		Samba Caju	7,5	7
	Bié	Chinguar	93211,5	83.890
		Kuito	29128,5	26.216
		Andulo	7282,5	6.554
Kunhinga		4369,5	3.933	
Kamacupa		7282,5	6.554	
Catabola		5826	5.243	
Ambaca		1084,5	976	

Localização das Principais Zonas de Produção de Hortícolas

Produto	Províncias	Municípios	Produção Estimada (Toneladas)	Produção Comercializável (Toneladas)
HORTÍCOLAS	Huila	Humpata	36.302	36.143
		Chibia	51.401	51.175
		Matala	101.410	100.965
		Caluquembe	17.562	17.485
		Caconda	18.205	18.125
	Huambo	Catchiungo	77.354	77.014
		Huambo	493.056	490.889
		Caála	173.510	172.747
		Ekunha	42.866	42.678
		Londumbali	44.035	43.841
		Bailundo	28.642	28.516
	Kwanza-Sul	Amboim	73.055	72.734
		Seles	75.301	74.970
		Conda	68.188	67.888
		Ebo	52.892	52.660
		Libolo	38.292	38.124
		Quilenda	37.169	37.006
		Cela	134.664	134.073
	Benguela	Baia Farta	259.386	258.246
		Benguela	348.319	346.788

Localização das Principais Zonas de Produção de Café Comercial Robusta

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
CAFÉ COMERCIAL ROBUSTA	Kwanza-Sul	Amboim	2.292	2.292
		Libolo	1.719	1.719
		Conda/Seles	1.146	1.146
		Quilenda	287	287
	Uíge	Uíge	648	648
		Negage	432	432
		Quitexe	432	432
		Songo	649	649
		Mucaba	865	865
		Buengas	3	3
		Sanza Pombo	3	3
		Damba	160	160
		Maquela do Zombo	3	3
	Kwanza-Norte	Cazengo	85	85
		Golungo Alto	128	128
		Samba Caju	85	85
		Quiculungo	128	128
		Ambaca	213	213
		Bolongongo	85	85
		Banga	128	128
	Bengo	Quibaxe	75	75
		Nambuanguongo	50	50
		Bula Atumba	75	75
		Pango Aluquém	50	50
	Cabinda	Cabinda	123	123
		Buco Zau	175	175
		Belize	53	53
	Malanje	Kalandula	22	22
Massango		72	72	
Kiwaba-Nzaji		22	22	
Kambundo-Katembo		29	29	

Localização das Principais Zonas de Produção de Café Mabuba Robusta

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
CAFÉ MABUBA (ROBUSTA)	Kwanza-Sul	Amboim	4.564	4.564
		Libolo	3.438	3.438
		Conda/Seles	2.292	2.292
		Quilenda	573	573
	Uíge	Uíge	1.297	1.297
		Negage	865	865
		Quitexe	865	865
		Songo	1.297	1.297
		Mucaba	1.729	1.729
		Buengas	6	6
		Sanza Pombo	6	6
		Damba	319	319
		Maquela do Zombo	6	6
	Kwanza-Norte	Cazengo	170	170
		Golungo Alto	255	255
		Samba Caju	170	170
		Quiculungo	255	255
		Ambaca	425	425
		Bolongongo	170	170
		Banga	255	255
	Bengo	Quibaxe	150	150
		Nambuagongo	100	100
		Bula Atumba	150	150
		Pango Aluquem	100	100
	Cabinda	Cabinda	245	245
		Buco Zau	350	350
		Belize	105	105
	Malanje	Kalandula	22	22
Massango		72	72	
Kiwaba-Nzaji		22	22	
Kambundo-Katambo		29	29	

Localização das Principais Zonas de Produção de Café Comercial Arábica

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
CAFÉ COMERCIAL (ARÁBICA)	Kwanza-Sul	Cassongue	287	287
	Huambo	Huambo	32	32
		Bailundo	5	5
		Londumbali	13	13
	Bié	Andulo	42	42
		Nharea	18	18
	Benguela	Ganda	30	30
	Huila	Caluquembe	24	24
		Caconda	6	6

Localização Das Principais Zonas de Produção de Café Mabuba Arábica

Produto	Províncias	Municípios	Produção estimada (ton)	Produção comercializável (ton)
CAFÉ COMERCIAL (ARÁBICA)	Kwanza-Sul	Cassongue	573	573
	Huambo	Huambo	63	63
		Bailundo	10	10
		Londumbali	27	27
	Bié	Andulo	84	84
		Nharea	36	36
	Benguela	Ganda	60	60
	Huila	Caluquembe	48	48
		Caconda	12	12

4.2. Escoamento e armazenamento

O processo pós-colheita é caracterizado por perdas na ordem dos 30%, variando de produto, devido à deficiente transportação e ao sistema de conservação e acondicionamento dos produtos.

O escoamento é dificultado pelo mau estado das vias secundárias e terciárias. A capacidade de armazenamento também é baixa, existindo alguns armazéns alugados a entidades privadas. No entanto, a população camponesa conserva os seus produtos de acordo com os hábitos e costumes da região onde se encontram, conservando muita das vezes na própria lavoura, pendurados em troncos de árvores, em silos tradicionais, como as quitogas, quipupas, tchilas, tambores e outros.

4.3. Processamento

A este nível a situação ainda é muito débil. Os camponeses transformam a maior parte dos produtos com métodos tradicionais, recorrendo também a pequenas moageiras geralmente de provados, para processamento do milho e da mandioca seca.

4.4. Comercialização — rede comercial

A rede comercial é constituída fundamentalmente por cantinas, por vendedores ambulantes, mercados informais e feiras rurais. Em alguns municípios existem algumas lojas rurais, cuja vocação não está na venda de produtos do campo.

4.5. Mercado interno

A produção agro-pecuária tanto a produzida pelas explorações agrícolas familiares assim como pelas explorações agrícolas empresariais, apresentam ainda um carácter de subsistência e somente algum excedente é comercializado. Em virtude dos níveis de produção agropecuária no país não satisfazerem a demanda, somente são comercializados internamente, verificando-se perdas consideráveis por falta de escoamento.

5. Hierarquização de Prioridades de Acções

Alinhando os eixos definidos na ENACRE, com as linhas de intervenção estratégicas, consideram-se prioritárias entre outras as seguintes acções:

1. Identificação das fontes de financiamento.
2. Estabelecimento das infra-estruturas adequadas ao mercado:
 - a) Construção, reabilitação e manutenção das vias de acesso;
 - b) Construção, reabilitação e manutenção de armazéns e silos;
 - c) Construção, reabilitação das lojas do campo.
3. Reorganização e Reestruturação das Estações de Desenvolvimento Agrário (EDAs).
4. Mapeamento das cooperativas e associações existentes nas zonas rurais e periurbanas.
5. Identificação dos Agentes Logísticos Rurais (ALR).
6. Fomento de cooperativas de transportadores.
7. Identificação dos pontos de recolha dos produtos para os armazéns.
8. Capacitação dos agentes logísticos rurais.
9. Capacitação e formação dos operadores dos produtos.
10. Redução dos custos de transação e de transportes rodoviários, ferroviários e marítimo.

6. Fontes de Financiamento e Procedimentos

Orçamento Geral do Estado (OGE) via Ministério do Comércio

i) Orçamento de funcionamento do PAPAGRO.

Dotações orçamentais para a cobertura das despesas inerentes ao programa.

Fundo Nacional de Desenvolvimento (FND) sob a égide do Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA) podendo ser:

6.1 Orçamento de funcionamento

As verbas de funcionamento, destinam-se essencialmente para a implementação da própria estratégia e em grande parte serão orçadas pelo Ministério do Comércio a nível central e pelas direcções provinciais do Comércio, Turismo e Hotelaria e servirão para cobrir como reuniões, ajudas de custo, pesquisa, capacitação e consultoria.

6.2 Orçamento de Investimento

Os investimentos previstos para a ENACRE estão divididos em quatro grupos:

- i) Fundo de investimento para a construção de infra-estruturas;
- ii) Fundo para a compra directa do produto ao camponês;
- iii) Fundo para a promoção da qualidade e serviços de suporte;
- iv) Fundo para aquisição de mercadorias diversas.

O fundo destinado à construção de infra-estruturas estão previstos como investimento a construção de armazéns de campo, com câmaras frigoríficas quer para a conservação assim como para congelação de acordo com o produto. As mesmas terão acopladas lojas para a venda de mercadorias diversas a população.

Para a compra directa do produto ao camponês, estão previstos fundos que irão garantir a compra da produção agrícolas, podendo esta modalidade ser feita ainda no acto da preparação das terras e sementeira. Esta compra pode ser efectuada directamente com as cooperativas, associações ou ainda ao camponês individualmente. Para tal estão a ser identificados pontos de recolha próximos das áreas agrícolas.

O fundo para a promoção da qualidade e serviços de suporte, estão previstos financiamentos ligados ao fomento da produção com produtos de qualidade, normas fitossanitárias, actividades de manuseamento, embalagem, calibragem, certificação e acondicionamento seguro dos produtos, considerando que a qualidade é essencial para garantir a aceitação do produto no mercado.

Neste fundo estão previstas despesas de aquisição de meios de transporte (carrinhas e tractores com atrelados), balanças e pesos de referência, caixas e equipamentos necessários para o pessoal que irá manusear os produtos.

Estão também previstos como serviços de suporte, assistência técnica às cooperativas e associações, fomento de seminários, pressupostos legais para a constituição de associações, diversificação agrícola, empreendedorismo, capacidade de negociação na venda dos produtos e capacidade de aumentar a renda familiar.

Na rubrica *compra de mercadorias diversas*, está previsto um fundo, que irá possibilitar o agente logístico rural a compra de produtos da cesta básica, insumos agrícolas e outros produtos de acordo com os hábitos e costumes de cada região.

6.3 Orçamento global

O BDA irá disponibilizar em 2013 a quantia de 5.500.000.000 milhões de Kwanzas, equivalente a 55 milhões de dólares dos Estados Unidos da América, dos quais 65% são destinados à construção das infra-estruturas (armazéns e lojas), 13,7% para a promoção da qualidade e serviços de suporte, 10,7% para a compra do produto ao camponês, 10,7% para a compra de mercadoria diversa, conforme tabela abaixo.

O valor do financiamento será repassado a cinco Bancos comerciais operadores, nomeadamente o BPC, BMF, BCI, Banco Sol e Banco KEVE, constituindo-se estes em mutuários do BDA. O total de investimentos para o Comércio Rural apresenta-se na tabela abaixo.

Total do Orçamento de Investimento

Designação	Valores (USD)	Total (USD)	%
Infra-estruturas – Armazém e loja	500.000	35.000.000	63
Compra de produto ao camponês	80.000	5.600.000	10
Compra de mercadoria diversa	100.000	7.000.000	12
Qualidade e serviços de suporte	105.710	7.400.000	13
Total	785.710	55.000.000	100

Nos termos rubricados, o BDA colocará a disposição dos bancos operadores, montantes em tranches de 2,5 a 5 milhões de Dólares Americanos USD, dependendo da capacidade de cada banco operador, com taxas de juros de 3,5%, período de carência de 2 anos e prazo de reembolso de 5 anos.

1.ª MODALIDADE — Fundo de Investimento – Infraestruturas

Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA)					
<ul style="list-style-type: none"> • Valor inicial 35.000.000 USD • Taxa de reembolso: 3,5% • Período de graça: 2 anos 					
1.ª Fase: Construção de 70 armazéns com frente loja					
Período de construção ou reabilitação de armazéns e lojas do campo: 4 a 6 meses					
Bancos operadores	Valor inicial (500.000 USD)	Província/Município	N.º de agentes logísticos beneficiários (70)	Localização da infra-estrutura	Pagamentos mediante autos de medição
Banco KEVE					
BPC					
BCI					
BMF					
Banco Sol					

2.ª MODALIDADE — Fundo para a Compra Directa da Produção ao Camponês

Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA)					
<ul style="list-style-type: none"> • Valor inicial 5.600.000 USD • Taxa de reembolso: 3,5% • Período de graça: 2 anos 					
2.ª Fase: Pagamento e recolha da produção agro-pecuária					
Período de colheita e venda da produção: 1.ª fase (Jan. a Março) e 2.ª fase (Maio a Julho)					
Bancos operadores	Valor inicial (80.000 USD)	Provincia/Município	N.º de agentes logísticos beneficiários (70)	N.º de camponeses envolvidos	N.º de cooperativas ou associações
Banco KEVE					
BPC					
BCI					
BMF					
Banco Sol					

3.ª MODALIDADE — Fundo para a Compra de Mercadorias Diversas

Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA)					
<ul style="list-style-type: none"> • Valor inicial 7.000.000 USD • Taxa de reembolso: 3,5% • Período de graça: 2 anos 					
3ª Fase: Pagamento de bens alimentares e insumos agrícolas					
Todo o ano — produtos a serem vendidos ou trocados nas lojas de campo					
Bancos operadores	Valor inicial (100.000 USD)	Provincia/Município	N.º de agentes logísticos beneficiários (70)	N.º de camponeses envolvidos	N.º de cooperativas ou associações
Banco KEVE					
BPC					
BCI					
BMF					
Banco Sol					

4.ª MODALIDADE — Fundo de Promoção da Qualidade e Serviços de Suporte

Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA)					
4.ª Modalidade: Promoção da Qualidade e Serviços Complementares					
<ul style="list-style-type: none"> • Valor inicial 7.400.000 USD • Taxa de reembolso: 3,5% • Período de graça: 2 anos 					
4.ª Fase: Aquisição de equipamentos de transportação, balanças grandes e de pequeno porte, caixa, paletas e pratos para embalagem dos produtos					
Bancos operadores	Valor inicial (105.716 USD)	Província/Município	N.º de agentes logísticos beneficiários (70)	N.º de equipamentos adquiridos	N.º de armazéns beneficiados
Banco KEVE					
BPC					
BCI					
BMF					
Banco Sol					

Agente Logístico Rural

Por meio do PAPAGRO pode ser feita a compra direta de produtos da agricultura familiar camponesa, celebrando contratos ou acordos, para o efeito, podendo estes ser celebrados a título individual com os agricultores ou como é mais comum, através das cooperativas e associações produtoras existentes.

O Agente Logístico Rural deverá ainda estabelecer acordos/contratos de fornecimento de produtos agropecuários com grandes e médias superfícies, ou pequenos estabelecimentos comerciais, assim como hospitais, creches, lares de idosos, escolas e outros.

CONDIÇÕES DE ACESSIBILIDADE AO CRÉDITO DO COMÉRCIO RURAL

Será beneficiário do crédito, o Agente Logístico Rural, devendo o mesmo possuir o seguinte perfil:

- a) Ser cidadão nacional e operador logístico na província;
- b) Ser maior de idade e possuir Bilhete de Identidade;
- c) Ser comerciante ou membro da cooperativa agropecuária ou pesqueira, na província, município ou comuna;

- d) Apresentação do projecto padrão elaborado pelo Ministério do Comércio, para a construção e/ou reabilitação e equipamento das infra-estruturas, junto da Direcção Provincial do Comércio ou das Administrações Municipais;
- e) Apresentação do programa-contrato entre as Direcções Provinciais do Comércio, validadas pelo Governadores Provinciais e o Banco operador;
- f) Assinatura do termo de responsabilidade para o acesso ao PAPAGRO.

Para a boa execução das suas actividades, o Agente logístico deverá:

- Dispor de camiões, carrinhas ou tractores com atrelados necessários para proceder a compra e transporte da produção local;
- Prestar assistência técnica aos produtores ligados a sua rede de intervenção, com auxílio das estruturas ligadas a Agricultura (IDA/EDAS);
- Fornecer insumos agrícolas aos camponeses, para garantir a produção e melhorar a produtividade;
- Estabelecer contrato com fornecedores de bens de consumo para as lojas de campo, que serão denominadas «COVENDAS».

7. Operacionalização da Estratégia de Comercialização

A ENACRE conta para a sua operacionalização com o Programa de Aquisição de Produtos Agro-pecuários, abreviadamente (PAPAGRO), que tem em vista o asseguramento regular da aquisição de excedentes das explorações agrícolas familiares e de outros produtores, por forma a garantir o escoamento da produção para os principais centros de consumo e o abastecimento permanente de bens essenciais e mercadorias às comunidades rurais.

O PAPAGRO foi concebido como um programa estruturante no contexto do Combate à fome e à Pobreza, onde o Executivo, procura contribuir com o aumento de rendimentos para os produtores de pequenas unidades do campo, no sentido de incentivar o escoamento da produção proveniente fundamentalmente da agricultura familiar, propiciando ao camponês vantagens que o mercado por si só não oferece.

Sendo o Comércio Rural por excelência uma questão transversal e intersectorial que abrange simultaneamente vários sectores do Governo tais como a Agricultura, Pescas, Indústria, o Comércio, os Transportes, a Educação, a Saúde, Trabalho e Segurança Social, Urbanismo, Construção, Ambiente, Família e Promoção da Mulher, Finanças, Comunicação Social e Energia e Águas, estes e outros sectores, em parceria com a sociedade civil e sector privado da economia nacional, definiu-se um plano de acção que constitui o instrumento para implementação prática do mesmo.

O Plano de Acção do PAPAGRO é um instrumento prático que descreve as acções e o quadro institucional que orientar os diferentes sectores na implementação da ENACRE.

O presente Plano refere-se a um conjunto de intervenções que directa ou indirectamente permitem a promoção de actividades que vão desde a produção alimentar, funcionamento do mercado, informação sobre a oscilação dos preços e stocks, armazenamento dos produtos agro-pecuários, melhoria das vias de acesso, aumento dos rendimentos e melhoria de condições de vida das populações produtoras assim como dos consumidores.

8. Critérios de Priorização das Actividades Estratégicas

A definição de prioridades para a comercialização agrícola permite orientar os recursos humanos, materiais e financeiros escassos para aquele subsector e actividades que mais contribuem para o seu desenvolvimento. Considerando a situação e o papel do subsector no quadro da economia nacional, a estratégia prioriza as áreas e actividades que:

- i)* Contribuem para a eliminação dos obstáculos e constrangimentos com que se confronta a comercialização agro-pecuária;
- ii)* Promovam a integração económica das zonas rurais e urbanas;
- iii)* Tenham um efeito dinâmico no meio rural;

- iv)* Contribuam para o alcance dos objectivos do programa do Governo, em geral e da política comercial e em particular do Plano nacional de Desenvolvimento;
- v)* Tenham um impacto positivo no combate à pobreza;
- vi)* Contribuam para a melhoria da qualidade de vida dos angolanos e da segurança alimentar.

9. Implementação do PAPAGRO

Considerando a intersectorialidade e a descentralização do comércio rural, o PAPAGRO será implementado a três níveis: central, provincial e municipal.

A nível central, competirá ao Ministério do Comércio, da Agricultura, da Indústria e da Construção a dinamização de acções de coordenação para o sucesso da comercialização agrícola.

A nível provincial, competirá ao Governador provincial a coordenação e dinamização de acções, apoiado pelos directores provinciais do Comércio, da Indústria, da Agricultura e construção.

A nível municipal competirá ao Administrador municipal a coordenação do programa, apoiado pelos respectivos directores municipais.

9.1. Papel dos Intervenientes na implementação do PAPAGRO

Um dos objectivos do PAPAGRO é a definição do papel de cada um dos intervenientes na cadeia de produção, escoamento e comercialização nomeadamente: o Estado, as autoridades locais, a sociedade civil e o sector privado

9.2 O papel do Estado

As instituições do Estado a envolver na implementação do PAPAGRO deverão proporcionar a implantação de redes comerciais que induzam ao camponês, empresários agrícolas, os pequenos industriais e o comerciante rural e outros actores sociais a estabelecerem-se no meio rural ou cada vez mais próximo dele. Este papel pode ser desenvolvido por via directa e indirecta.

a) Via directa

O papel interventivo do Estado deve centrar-se na construção ou recuperação de infra-estruturas básicas, que garantam a reposição da cadeia do comércio, designadamente:

- Protecção das zonas potencialmente agropecuárias;
- Construção e/ou reabilitação das infra-estruturas de transporte para a facilitação da mobilidade e acessibilidade local;
- Promoção dos serviços públicos básicos;
- Intervenção nas vias secundárias e terciárias;
- Promoção da agricultura comercial;
- Construção de mercados abastecedores (Centros Logísticos de Distribuição de pequena/média dimensão (CLOD), mercados rurais, feiras rurais, silos, armazéns de conservação e moagens nas Unidades de comercialização no campo.

b) Indirecta

Promoção e criação de incentivos fiscais e financeiros, para a construção ou reabilitação de estabelecimentos comerciais, de armazenamento, de beneficiação ou conservação e de venda a retalho;

Promoção e criação de incentivos fiscais e financeiros as actividades de transportação e processamento dos produtos agrícolas;

Promoção e criação de incentivos fiscais e financeiros para a aquisição por parte dos comerciantes, de mercadorias específicas para o campo e escoamento da produção agro-pecuária do campo ou zonas de produção, para os mercados de consumo ou centros urbanos.

9.3. O papel dos Governos provinciais, municipais e autoridades tradicionais

Identificar os agentes logísticos rurais, tendo em vista a facilitação da comercialização agrícola na sua zona de jurisdição.

Mobilizar os camponeses a empenhar-se activamente na produção e compra da produção agropecuária, sobretudo em produtos que mais contribuem para o aumento da renda familiar e garantam segurança alimentar.

Aconselhar os camponeses a criarem reservas alimentares, tendo em vista o surgimento de calamidades naturais, como estiagem e outras intemperes e prestar informação sobre o preço dos produtos no início de cada ano agrícola, sobre a produção, comercialização e consumo sempre que for solicitado.

9.4 O papel das Organizações não-governamentais

As organizações não-governamentais nacionais e estrangeiras jogam um papel relevante no processo de comercialização agrícola, em acções nos mais diversos domínios:

Organização de produtores em cooperativas e associações e os produtores em técnicas melhoradas de produção, tratamento pós-colheita e comercialização agro-pecuária;

Dinamização das escolas de campo, com capacitação dos produtores em matéria de gestão de negócios e técnicas de negociação;

Os produtores, na utilização e interpretação de informações sobre mercados e preços de produtos e insumos agrícolas;

Os produtores na obtenção de financiamentos para a produção, comercialização e outros investimentos;

A construção, reabilitação e manutenção de estradas secundárias e terciárias;

Técnicas de manuseamento dos produtos;

Boas práticas agrícolas.

9.5 O papel do Sector privado

O sector privado, tanto urbano como rural, desempenha um papel crucial na implementação da Estratégia de Comércio rural, assumindo diversos projectos tais como:

Realização de investimentos nas infra-estruturas, visando a reabilitação, expansão e modernização da rede comercial e a criação de empregos;

Compra dos produtos agrícolas ao camponês, processamento e canalização para o mercado interno;

Diversificação da produção e pesquisa de mercado;

Venda de mercadoria, sobretudo bens e outros serviços para as lojas de proximidade e as lojas do campo;

Desenvolvimento de projectos para a melhoria da qualidade dos produtos;

Participação na formulação de políticas e regulamentos.

10. Monitoria e Avaliação do PAPAGRO

O Ministério do Comércio terá a responsabilidade de monitorar a implementação do PAPAGRO para o quinquénio 2013-2017, já que o Comércio rural permanente está integrado no Programa Estratégico de Desenvolvimento de Longo Prazo, como uma componente importante dos objectivos nacionais de desenvolvimento.

10.1. Pressupostos de Monitoria e Avaliação

A monitoria e avaliação do PAPAGRO assenta nos seguintes pressupostos:

Integração nos mecanismos já existentes nos diversos sectores envolvidos no comércio rural, de modo a evitar repetições;

A diferenciação entre indicadores de processo de impacto, ou seja, entre o acompanhamento das actividades e compromissos do Executivo, preconizados na presente estratégia;

Utilização desta ferramenta como mecanismo de revisão contínua das metas e dos programas, mantendo os eixos estratégicos.

10.2. Funções da Monitoria e Avaliação

A monitoria e avaliação têm como funções principais:

Actualizar e reavaliar o estado actual das produções agro-pecuárias e pesqueira por província, mecanismos de comercialização e de distribuição;

Verificar, através dos indicadores e metas estabelecidos para cada resultado, o desempenho obtido e propor medidas correctivas, se necessário;

Identificar os desvios ocorridos entre o planificado e o realizado;

Acompanhar o progresso de implementação do PAPAGRO em cada município instalado;

Avaliar a eficiência da aplicação dos fundos adjudicados aos Agentes Logísticos Rurais;

Avaliar aspectos específicos da Estratégia como programa de crédito à comercialização agrícola;

Divulgar internamente o desenvolvimento obtido, possibilitando a redefinição das medidas e objectivos.

O programa de monitoria e avaliação do PAPAGRO não substitui o controlo feito pelos organismos específicos no âmbito do cumprimento do Plano Económico e Social do Governo.

10.3. Monitoria e avaliação do PAPAGRO a nível provincial

Trimestralmente deverão ser elaborados relatórios de desempenho, devendo-se referir, entre outros, os seguintes aspectos a nível provincial:

- i) Tarefas planificadas para o período em análise;
- ii) Tarefas realizadas, indicando os resultados obtidos;
- iii) Tarefas não realizadas: pontos fracos e medidas a tomar para a sua resolução.

O acompanhamento da execução técnica e financeira do PAPAGRO tem por objectivo, obter trimestralmente informações gerais sobre as actividades desenvolvidas no âmbito de cada uma das acções/projectos, inscritas no Programa anual e seus respectivos custos. Este trabalho é assegurado pelos Governos Provinciais em coordenação com os Conselhos de Auscultação e Concertação e Social, representantes da Câmara de Comércio e Indústria, Conselho Provincial do Comércio, UNACA, ADRA e outras a considerar.

Os relatórios deverão ser enviados ao Ministério do Comércio. As avaliações periódicas serão realizadas de acordo com o plano de actividades da estratégia de comercialização agro-pecuária.

O Presidente da República, JOSÉ EDUARDO DOS SANTOS.

MINISTÉRIO DO ENSINO SUPERIOR

Decreto Executivo n.º 30/14 de 11 de Fevereiro

Considerando que a Universidade Mandume ya Ndemofayo é uma Instituição de Ensino Superior Pública, vocacionada a ministrar cursos de formação graduada e pós-graduada, nos termos das disposições combinadas do artigo 14.º do Decreto n.º 7/09, de 12 de Maio, e do artigo 30.º do Decreto n.º 90/09, de 15 de Dezembro;

Tendo em conta que foram cumpridos os requisitos legais para o funcionamento do Curso de Licenciatura em Enfermagem na Escola Superior Politécnica do Cunene da Universidade Mandume ya Ndemofayo, previstos no Decreto Executivo n.º 26/11, de 23 de Fevereiro;

Havendo interesse público na aprovação do curso acima referido, a título excepcional com efeitos retroactivos, devido ao facto de estar a ser ministrado nesta Instituição de Ensino Superior Pública desde 2009;

Convindo criar o Curso de Enfermagem e aprovar os respectivos planos de estudo, a ser ministrado na Escola Superior Politécnica do Cunene da Universidade Mandume ya Ndemofayo;

Em conformidade com os poderes delegados pelo Presidente da República, nos termos do disposto no artigo 137.º da Constituição da República de Angola, e de acordo com as disposições combinadas nos n.ºs 1 e 6 do artigo 2.º do Decreto Presidencial n.º 6/10, de 24 de Fevereiro, a alínea g) do artigo 15.º do Decreto n.º 90/09, de 15 de Dezembro, determino:

ARTIGO 1.º (Criação do curso)

É criado o Curso de Enfermagem na Escola Superior Politécnica do Cunene da Universidade Mandume ya Ndemofayo, que confere o Grau de Licenciatura.

ARTIGO 2.º (Aprovação do plano de estudo)

É aprovado o plano de estudo do curso criado no ponto anterior, constante do anexo do presente Diploma e que dele é parte integrante.

ARTIGO 3.º (Alteração do plano de estudo)

O plano de estudo do curso apenas pode ser alterado após a conclusão de um ciclo de formação e carece de homologação do Ministério do Ensino Superior.

ARTIGO 4.º (Avaliação do curso)

O curso ora criado deve ser submetido à avaliação periódica pelo Departamento de Tutela.

ARTIGO 5.º (Efeitos retroactivos)

O presente Decreto Executivo tem efeitos retroactivos a partir do Ano Académico 2009.

ARTIGO 6.º (Dúvidas e omissões)

As dúvidas e omissões resultantes da aplicação e interpretação do presente Diploma são resolvidas pelo titular do Ministério do Ensino Superior.

ARTIGO 7.º (Entrada em vigor)

O presente Decreto Executivo entra em vigor na data da sua publicação.

Publique-se.

Luanda, aos 28 de Janeiro de 2014.

O Ministro, *Adão Gaspar Ferreira do Nascimento*.