



BOLETIM DA REPÚBLICA

PUBLICAÇÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

IMPRENSA NACIONAL DE MOÇAMBIQUE, E. P.

AVISO

A matéria a publicar no «Boletim da República» deve ser remetida em cópia devidamente autenticada, uma por cada assunto, donde conste, além das indicações necessárias para esse efeito, o averbamento seguinte, assinado e autenticado: **Para publicação no «Boletim da República».**

SUMÁRIO

Conselho de Ministros:

Resolução n.º 41/2023:

Aprova a Política e Estratégia Comercial 2023-2032 e revoga a Resolução n.º 25/1998, de 1 de Julho, que aprova a Política e Estratégia Comercial.

CONSELHO DE MINISTROS

Resolução n.º 41/2023

de 19 de Outubro

Tornando-se necessário proceder à revisão da Política e Estratégia Comercial (PEC), aprovada pela Resolução n.º 25/1998, de 1 de Julho, por se encontrar desajustada à conjuntura actual, ao abrigo do disposto na alínea f) do n.º 1 do artigo 203 da Constituição da República, o Conselho de Ministros determina:

Artigo 1. É aprovada a Política e Estratégia Comercial 2023-2032, em anexo, que é parte integrante da presente Resolução.

Art. 2. É revogada a Resolução n.º 25/1998, de 1 de Julho, que aprova a Política e Estratégia Comercial.

Publique-se.

Aprovada pelo Conselho de Ministros, aos 29 de Agosto, de 2023. — O Primeiro-Ministro, *Adriano Maleiane*.

Política e Estratégia Comercial 2023-2032

1. Política Comercial

2.1. Visão, Natureza, Missão e Objectivos e Metas da Política Comercial

1.1.1. Visão Geral

Transformar Moçambique até 2032 numa economia produtiva, competitiva, formal e sustentável (do nível das economias emergentes) orientada para autossuficiência, exportação, investimentos e integrada no mercado regional e global.

1.1.2. Natureza

A Política Comercial é o conjunto de princípios, objectivos, prioridades e acções que, baseadas numa política económica desenvolvimentista, visa impulsionar o desenvolvimento do sector comercial, com vista a estimular a produção de bens e serviços para responder às necessidades do mercado interno e para a exportação, optimizando o uso sustentável dos recursos (humanos, naturais e tecnológicos).

1.1.3. Missão

Desenvolver e apoiar um sector comercial integrado, assente na iniciativa privada, através da participação na integração económica regional e global.

1.1.4. Objectivos

Objectivo Geral

Promover o desenvolvimento do comércio no País, estimulando a produção e a diversificação de bens e serviços, aumento das exportações e a promoção de investimentos de modo a responder às necessidades dos mercados nacional e internacional em conformidade com a Estratégia Nacional de Desenvolvimento (ENDE).

Objectivos Específicos

A Política Comercial persegue os seguintes objectivos específicos:

- criar um ambiente interno favorável a uma economia aberta e orientada para exportação e investimentos;
- criar um ambiente favorável para o crescimento do comércio interno de investimentos;
- optimizar e maximizar os benefícios da integração de Moçambique na economia mundial.

1.1.5. Metas da Política Comercial

A Política comercial prevê imprimir mudanças qualitativas e quantitativas na estrutura comercial do País. As metas abaixo visam mostrar o impacto e resultados que se pretendem alcançar nos próximos dez anos, como sendo:

- Melhorar a eficácia e eficiência do mercado interno;
- Maximizar os benefícios da integração no mercado regional e global;
- Aumentar o uso das vantagens comparativas e competitivas para retirar maiores benefícios da integração regional e global;
- Diversificar e ampliar a base comercial e as interdependências;
- Consolidar a abertura do mercado interno aos produtos e serviços externos, impondo reciprocidade de benefícios, concorrência e desafios acrescidos às empresas nacionais.

1.2. Princípios Orientadores

A Política reconhece as oportunidades e os desafios que Moçambique enfrenta a nível nacional e na sua integração na economia mundial, pelo que é implementada de acordo com os seguintes princípios:

- a) Competitividade e complementaridade: apoiar os objectivos de desenvolvimento social e económico de Moçambique, conforme plasmado nas prioridades nacionais e estratégias sectoriais aprovadas pelo Governo;
- b) Coordenação: implementar a Política e Estratégia Comercial em coordenação e cooperação com outros ministérios, agências governamentais e de desenvolvimento e sector privado;
- c) Diplomacia Económica: desenvolver acções que contribuam para a afirmação e promoção sustentável e credível no exterior da capacidade económica nacional do País;
- d) Sustentabilidade: implementar a Política e Estratégia Comercial de forma sistémica, inclusiva, local, global e transversal;
- e) Multisectorialismo e transparência: privilegiar modelos mais inclusivos e participativos que levam a decisões mais trabalhadas e consensuais baseadas na equidade e transparência.

1.3. Pressupostos da Política Comercial

A redução das imperfeições do mercado visando o alcance de uma maior organização dos intervenientes e que propicie o desenvolvimento dos sectores produtivos, especialmente as cooperativas, as micro, pequenas e médias empresas, bem como orientação para o estabelecimento do modelo e abordagem-fim do comércio externo do País, constituindo-se em pressupostos da Política Comercial, nomeadamente:

- a) a facilidade e fluidez das trocas comerciais;
- b) a disponibilidade de bens, produtos e serviços aos consumidores;
- c) o alcance da segurança alimentar e nutricional;
- d) a estabilidade de preços;
- e) a redução da dependência económica do exterior;
- f) concorrência leal e defesa do consumidor;
- g) a integração regional e participação no comércio internacional;
- h) melhoria das condições de acondicionamento de produtos;
- i) mecanismos operacionais de facilitação do comércio;
- j) geração de emprego e renda.

1.4. Prioridades da Política Comercial

A identificação de prioridades é fundamental para a materialização dos objectivos da Política Comercial, bem como garantir que os recursos financeiros e humanos disponíveis possam ser alocados de forma mais eficiente e efectiva. A Política Comercial orienta-se pelo seguinte:

- a) comercialização de bens e serviços no geral, e de produtos agrícolas e a promoção da segurança alimentar;
- b) garantia do aprovisionamento do mercado nacional em bens, matérias-primas e equipamentos para impulsionar a produção e comercialização de bens para o consumo e exportação;
- c) eliminação das barreiras administrativas;
- d) simplificação e transparência na legislação comercial;

- e) promoção da integração económica rural e urbana para reduzir as assimetrias locais e regionais;
- f) aumento e diversificação das exportações e de investimentos;
- g) incremento da cooperação e integração económica ao nível regional e internacional;
- h) coordenação intersectorial visando a promoção dos sectores privado e cooperativo;
- i) assegurar a inclusão do cooperativismo nas políticas e estratégias nacionais;
- j) elaboração de legislação e de um ambiente favorável ao desenvolvimento do comércio electrónico no País;
- k) implementação dos compromissos internacionais de comércio;
- l) inclusão das questões do meio ambiente e género nas políticas e estratégias nacionais;
- m) coordenação intersectorial visando a promoção dos sectores privado e cooperativo;
- n) diálogo permanente, governo e instituições financeiras para facilitar o acesso ao financiamento às PME's;
- o) adopção de medidas que encorajem a inclusão e participação de investidores nacionais nos empreendimentos estrangeiros;
- p) facilitação do comércio;
- q) promoção através da viabilização de investimentos a construção de infra-estruturas comerciais, pesqueiras, hídricas, ferroviárias, rodoviárias, barragens, diques, cabotagem, desenvolvimento dos principais corredores de desenvolvimento e mecanismos para facilitar o desenvolvimento dos sectores do turismo e de aviação;
- r) promover a transformação, o processamento, conservação e acréscimo de valor aos produtos a nível local;
- s) promover a criação de mecanismos e infra-estruturas para dinamizar o sector do turismo;
- t) estabelecer o quadro jurídico regulador ao exercício da actividade comercial;
- u) garantia da ordem e tranquilidade pública, segurança das pessoas seus bens e propriedades.

1.5. Relevância da Política Comercial

Pretende-se com o estabelecimento de uma Política Comercial, o seguinte:

- a) definir os objectivos e as prioridades do desenvolvimento comercial no quadro da política económica global;
- b) traçar as grandes opções que guiarão o desenvolvimento do sector comercial do País;
- c) garantir a previsibilidade na actuação do Estado;
- d) definir o quadro de intervenção do Estado em matéria comercial.

1.6. Áreas da Política Comercial

São áreas da Política Comercial:

- 1.6.1. Comércio Interno.
- 1.6.2. Comércio Internacional.
- 1.6.3. Comércio Electrónico.

1.6.1. Comércio Interno

O comércio interno é um dos principais sectores da actividade económica moçambicana a nível dos meios rurais e urbano.

Constituem prioridades da Política Comercial nesta área, os seguintes:

- a) promover, melhorar, profissionalizar e modernizar a rede comercial através da reorganização e normalização do seu funcionamento, privilegiando a categorização e especialização dos estabelecimentos, particularmente nas zonas urbanas, periurbanas e rural;

- b) consolidar os processos de descentralização, desconcentração e simplificação de procedimentos do licenciamento das actividades económicas;
- c) prosseguir com a modernização e impulsionar a celeridade do sistema de licenciamento, usando tecnologias modernas de informação e comunicação;
- d) organizar o comércio fronteiriço e rever o papel e o lugar das instituições públicas que intervêm no processo;
- e) divulgar, proteger e promover os direitos fundamentais do consumidor no contexto de uma economia de mercado;
- f) promover a adesão às normas de qualidade, propriedade industrial e medidas sanitárias e fitossanitárias;
- g) promover a Melhoria do Ambiente de Negócios;
- h) promover a mobilização de recursos financeiros para apoio a criação e ao desenvolvimento do empresariado nacional e da produção;
- i) promover a Capacitação e Desenvolvimento Institucional;
- j) promover o desenvolvimento do movimento cooperativo com base nos princípios internacionais do cooperativismo;
- k) promover a implantação de infra-estruturas rodoviárias para ancorar o desenvolvimento económico dos distritos do País, dando primazia aqueles com maior potencial económico obedecendo ao princípio da complementaridade com os sistemas modais marítimos, ferroviários aéreos;
- l) promover o desenvolvimento e competitividade do empresariado privado nacional, igualdade de género e redução das desigualdades sociais;
- m) promover a criação de condições especiais para o desenvolvimento do comércio através de implantação de zonas económicas especiais.

1.6.1.1. Comércio Informal

O comércio informal desempenha um papel importante na realização de trocas comerciais, preenchendo o espaço que o sector formal ainda não consegue cobrir. Em face da liberalização e da globalização, o comércio informal continua a ser o ponto de entrada para a maioria das empresas e empreendedores emergentes, sob a forma de Micro Empresas, desempenhando igualmente um papel importante no comércio transfronteiriço através de actividades de carácter informal de operadores nas zonas de fronteira. O desafio é formalizar o comércio informal e integrá-los no contexto da integração nacional, regional e bilateral.

Constituem prioridades do Governo para a formalização do comércio informal, os seguintes:

- a) introduzir e implementar mecanismos deferidos de registo fiscal e licenciamento de actividades económicas;
- b) promover e operacionalizar o controlo de novas formas de organização e profissionalização do comércio informal;
- c) promover a integração progressiva do sector informal no comércio formal, através da assistência empresarial, criação de infra-estruturas comerciais e implementação de medidas apropriadas e de um clima propício ao desenvolvimento da actividade comercial no plano formal;
- d) monetarizar a economia nas zonas rurais, através da extensão dos serviços financeiros inclusivos;
- e) maximizar a divulgação das vantagens da formalização para atrair os operadores informais.

1.6.1.2. Comércio Rural

O comércio rural desempenha um papel fundamental na geração de renda e no crescimento económico das famílias Moçambicanas. A sua revitalização é um imperativo para a diversificação da economia comunitária e desenvolvimento sustentável.

Constituem prioridades da Política Comercial nesta sub-área, os seguintes:

- a) estabelecer um quadro legal que simplifica e regula o exercício da actividade comercial;
- b) promover a expansão e diversificação do comércio rural;
- c) promover novas formas de organização do comércio rural que evite e desincentive o comércio extrativo;
- d) criar mecanismos e oportunidades para a participação dos camponeses em mercados de bens agrícolas;
- e) promover acções específicas para que os produtores e comerciantes possam comercializar as mercadorias via Bolsa de Mercadorias de Moçambique (BMM);
- f) criar um quadro legal que estimule os principais intervenientes a transacionarem mercadorias estratégicas via BMM;
- g) estimular o uso da Plataforma Electrónica de Negociação de Mercadorias para a promoção e comercialização agrícola;
- h) promover acções específicas focalizadas para a melhoria da economia familiar e da cadeia de valor;
- i) promover o aumento da produção agrícola através da comercialização no meio rural, ampliação de infra-estruturas que impulsionam a comercialização, expansão da malha de estradas, postos de abastecimento de água e energia;
- j) melhorar a capacidade dos pequenos empresários, das cooperativistas e das associações de produtores no ramo do comércio rural;
- k) promover acções com vista a redução dos custos das transacções comerciais e condições de acesso aos serviços;
- l) dinamizar, incentivar e promover financiamento ao empreendedorismo e o cooperativismo;
- m) promover as ligações de mercado entre o meio rural e urbano e a transferência de excedentes de produção agrícola das zonas de produção para as de consumo;
- n) Promover a construção de infra-estruturas rodoviárias, de conservação e de represas de água para irrigação, transportes e conservação de produtos agrícolas e aquisição de insumos para promover o estabelecimento da reserva alimentar, salvaguarda da segurança alimentar e resiliência em situação de choques ou desastres naturais.

1.6.1.3. Sistemas de Comercialização de Bens

O sistema de comercialização de bens joga um papel fundamental dentro da economia ao proceder a ligação entre o sector produtivo e os consumidores finais. Este encaminhamento organizado da produção permite que os consumidores finais obtenham os produtos com as características desejadas.

Constituem prioridades da Política Comercial nesta área, os seguintes:

- a) facilitar as condições para assegurar a ligação dos centros de produção aos mercados;
- b) promover a armazenagem e instalações de armazenamento de produtos frescos a fim de garantir fluxos constantes de fornecimento para mercados grossistas;

- c) promover Parcerias Público-Privadas (PPP) no desenvolvimento e manutenção de plataformas de distribuição e mercados grossistas e de infra-estruturas de comercialização no geral;
- d) promover, através da cooperação com os governos dos distritos, o desenvolvimento de mercados transfronteiriços e infra-estruturas de apoio;
- e) assegurar e promover a consolidação do Mecanismo funcional de intermediação do segundo mercado de produtos básicos e de valor competitivo internacional;
- f) promover acções com vista a priorização do consumo da matéria-prima agrícola local pela indústria nacional.

1.6.1.4. Licenciamento da Actividade Económica e Revitalização da Rede Comercial e de Distribuição

Constituem prioridades da Política Comercial nesta área, os seguintes objectivos:

- a) promover e facilitar o licenciamento da actividade comercial para o exercício de qualquer actividade económica no território Moçambicano;
- b) promover e facilitar a atracção de investimento e fixação de actividades económicas no território nacional;
- c) desenvolver um quadro legal e regulador favorável aos negócios para subsector do comércio a retalho;
- d) incentivar práticas comerciais competitivas e equitativas através de disposições específicas quadro legal para o comércio a retalho;
- e) consolidar o balcão de atendimento único para aceder a todas as informações e licenças de todas as instituições e dos órgãos de governação descentralizada e municipais;
- f) melhorar a governação e o cumprimento através de uma comunicação coordenada e criação de consciência;
- g) promover práticas de comércio justo no acesso a infra-estruturas de mercado e oportunidades de negócio, através de um quadro regulamentar que assegure e garanta a inclusão e equidade no acesso aos mercados retalhistas.

1.6.1.5. Defesa do Consumidor, Propriedade Intelectual e Concorrência

Constituem prioridades da Política Comercial nesta área, os seguintes objectivos:

- a) criar condições para assegurar e defender o direito do consumidor;
- b) assegurar a protecção dos direitos da propriedade intelectual;
- c) incentivar o estabelecimento da concorrência sã entre os agentes económicos;
- d) assegurar a consolidação das actividades de Normalização, Metrologia, Certificação e Gestão da Qualidade, que visem o desenvolvimento da economia nacional.

1.6.2. Comércio Internacional

O desenvolvimento económico e social do País pressupõe, entre outros aspectos, o aumento e diversificação dos mercados e produtos para as exportações.

Constituem prioridades da Política Comercial nesta área, os seguintes objectivos:

- a) busca, negociação e estabelecimento de mercados estratégicos com Países parceiros;
- b) promover o apoio as iniciativas com vista a diversificar cada vez mais os produtos destinados à exportação;

- c) consolidar, mobilizar e estabelecer novos mercados para os produtos de exportação, sobretudo, os não tradicionais;
- d) acompanhar a evolução dos mercados externos e apoiar os exportadores nos domínios de *marketing*, desenvolvimento e qualidade dos produtos;
- e) fortalecer a capacidade produtiva de bens exportáveis para os mercados regionais e internacionais;
- f) promover os interesses comerciais do País no exterior;
- g) estabelecimento, manutenção e uso de uma base de dados integrada de exportadores e mercados-alvo para promoção de investimentos e exportações;
- h) implementar as obrigações dos tratados internacionais na área do comércio e investimento internacionais;
- i) desenvolver capacidade interna do País para o estabelecimento de um regime de defesa comercial e de salvaguarda compatíveis com as regras da OMC;
- j) participação recíproca em exposições e feiras comerciais e de investimentos, bem como nos respectivos eventos promocionais;
- k) promover o intercâmbio de informações de mercado e missões comerciais;
- l) incentivar a cooperação institucional, tais como, instituições de normalização, Câmaras de Comércio e Indústria, Organizações Aduaneiras, Instituições de investigação, entre outras;
- m) acompanhamento das questões levantadas durante as reuniões bilaterais;
- n) intercâmbio de missões comerciais e de investimento de produtos específicos;
- o) promover o Comércio e Investimento;
- p) estabelecer uma equipa de negociação comercial com experiência em negociação comercial e acordos comerciais;
- q) promover investimentos para actividade económica visando a internacionalização da economia;
- r) desenvolver acções de preparação da adesão da República de Moçambique aos tratados e convenções regionais e internacionais de interesse para o País;
- s) promover o desenvolvimento, manutenção e eficiência das infra-estruturas de transporte e logística.

1.6.3. Comércio Electrónico

O comércio electrónico constitui um novo modelo de negócios gerado a partir do crescimento vertiginoso da *Internet*. São operadores de comércio electrónico, os processadores intermediários de serviços electrónicos.

Constituem prioridades da Política Comercial neste domínio, os seguintes objectivos:

- a) promover o desenvolvimento do comércio electrónico;
- b) promover a criação de um quadro legal para o suporte do comércio electrónico, segurança cibernética e certificação digital;
- c) assegurar a adesão do País aos tratados e convenções regionais e internacionais sobre a Segurança Cibernética e Protecção de Dados; e
- d) facilitar e simplificar o processo de licenciamento dos operadores e prestadores de serviços electrónicos e a tributação das transmissões electrónicas.

1.7. Papel do Sector Privado

A Política e Estratégia Comercial privilegia as confederações empresariais como grupo de interacção no diálogo público-

privado sobre ambiente de negócios e as câmaras de Comércio para internacionalização produtiva e Investimentos.

Cabe ao sector privado assumir liderança na implementação dos seguintes objectivos.

- a) Realizar investimentos para reabilitação, modernização e expansão da rede comercial e infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio, com prioridade para as zonas rurais e a criação do emprego;
- b) Desenvolver e explorar infra-estruturas logísticas que garantam a recepção, armazenamento, conservação e distribuição da produção nacional;
- c) Participar na criação e estímulo para o estabelecimento de uma rede grossista assente em empresários nacionais e cooperativistas capazes de contribuir de forma decisiva para garantir a normalização da oferta de produtos e assegurar a estabilidade;
- d) Participar na dinamização e diversificação da produção nacional através da compra dos produtos agrícolas, processamento e canalização para o mercado interno e externo;
- e) Propor no âmbito e através do diálogo público-privado, medidas de apoio ao desenvolvimento do comércio;
- f) Realizar investimentos na área comercial e contribuir para a expansão da rede comercial;
- g) Melhorar a disseminação da informação ao sector privado e aos demais interessados;
- h) Internacionalizar-se nos mercados estratégicos estabelecidos;
- i) Apoiar programas de ligação comercial dos produtores locais ao mercado internacional empresarial; e
- j) Desenvolver acções de adição do conteúdo local ao produto nacional.

1.8. Aspectos Institucionais

Os aspectos institucionais a observar no contexto da implementação da Política Comercial compreendem, entre outros, as seguintes:

- a) a entidade responsável pela coordenação da Implementação da Política e Estratégia Comercial é o Ministério da Indústria e Comércio;
- b) cabe ao Estado no sector comercial desempenhar um papel regulador, criar e estabelecer um ambiente favorável ao desenvolvimento do comércio, promover e facilitar investimentos nacionais e estrangeiros bem como incentivar o desenvolvimento e fortalecimento da organização do sector privado (associações empresariais, associação de produtores, associações cooperativistas, entre outros actores privados relevantes).

Ao sector privado cabe a tarefa de assumir liderança na implementação da Política Comercial, realizando investimentos nas infra-estruturas comerciais, bem como a reabilitação e modernização da rede comercial.

Aos Parceiros de cooperação, Organizações Humanitárias e Não-governamentais cabe o papel de apoiar as iniciativas do Governo na implementação da Política Comercial.

- c) a implementação e operacionalização da Política e Estratégia Comercial deve envolver acções articuladas e coordenadas de várias instituições a nível central e local e de todos os intervenientes no processo;
- d) constitui prioridade de todos os sectores e intervenientes no processo de implementação da Política e Estratégia Comercial, o fortalecimento da capacidade técnica

institucional e desenho de planos curriculares apropriados à elevação de habilidades empreendedoras e do saber fazer;

- e) inclusão das acções estratégicas sectoriais constantes do Plano de Acção da PEC no ciclo de Planificação e Orçamentação dos respectivos sectores;
- f) a criação de uma equipa técnica intersectorial para implementar a Política Comercial;
- g) o mecanismo de implementação e monitoria da Política Comercial constar da respectiva Estratégia.

2. Estratégia Comercial

A economia nacional é relativamente pouco competitiva, não se beneficia plenamente da integração de Moçambique na economia mundial e não está a produzir de forma eficiente e em níveis consistentes com os objectivos gerais de desenvolvimento económico almejados.

Para reverter este paradigma, o Governo concebeu a presente Estratégia Comercial que seque a Visão e Missão constante da Política Comercial, e comporte um conjunto de directrizes que orientarão o desenvolvimento das actividades e programação das acções do sector comercial.

Neste contexto, para alcançar os objectivos da Política Comercial, a elevação da eficiência do mercado interno e maximização dos benefícios da integração no mercado regional e global, foram seleccionados quatro pilares de aposta estratégica sobre os quais recairão as acções do Governo e do sector privado.

3.1. Pilar I – Melhoria da Eficiência do Mercado Interno

3.1.1. Vector Estratégico 1- Comércio Interno

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) estimular a expansão e modernização da rede comercial, privilegiando a categorização e especialização por classes de artigos e tipo de estabelecimentos, sobretudo nas zonas urbanas;
- b) incentivar o investimento privado, cooperativo e parcerias público-privadas para a criação de infra-estruturas de armazenagem, cadeias de serviços de frio, de conservação de produtos e parques de negócios, adequados ao exercício do comércio de pequena escala, nas zonas rurais, urbanas e periurbanas;
- c) promover o surgimento de cadeias de distribuição e transporte de produtos, focalizando os da produção nacional;
- d) criar e manter um serviço de registo e cadastro de operadores comerciais a vários níveis e de um regime de registo e documentação obrigatória sobre mercadorias comercializadas nos estabelecimentos comerciais;
- e) em coordenação com as entidades respectivas, estimular a reserva e a utilização ordenada de espaços para infra-estruturas e zonas comerciais, no ordenamento e planificação territorial, tendo em conta a segurança do consumidor e a promoção da estética urbana;
- f) simplificar e harmonizar a tributação fiscal e municipal sobre a actividade económica do sector comercial;
- g) estimular a concorrência e as práticas comerciais sãs, através da Lei da Concorrência;
- h) criar condições para implantação de zonas económicas especiais, tais como portos francos, zonas francas comerciais, zonas de comércio ao exterior, zonas de trânsito de mercadorias e zonas de transbordo de mercadorias;

- i) criar mecanismos para incentivar os agentes económicos a transacionarem produtos via BMM, IP de modo a reduzir o número de intermediários na comercialização agrícola e melhorar o preço ao nível do produtor;
- j) expandir a disseminação da informação comercial e de mercados para reduzir as assimetrias de informação e aumento do poder de negociação dos pequenos produtores.

3.1.2. Vector Estratégico 2- Comércio Informal

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) estabelecer um quadro normativo (directiva) que defina os parâmetros do comércio informal, estabeleça o seu âmbito, parâmetros de avaliação e, uniformemente, regule o seu tratamento a nível dos órgãos locais do Estado e municipais, incluindo a imposição do princípio de ónus de prova da proveniência da mercadoria oferecida;
- b) promover o investimento público, privado, cooperativo e parcerias público-privadas para criação de infra-estruturas e parques de negócios adequados ao exercício do comércio de pequena escala;
- c) incentivar a formalização dos informais através da sua integração nos sectores que tem potencial em programas de desenvolvimento;
- d) conceber estratégia nacional multisectorial faseada para mitigação dos impactos negativos do sector informal, tendo como linhas de força a segurança e protecção social dos intervenientes, a defesa da saúde pública, estética e urbanidade;
- e) realizar acções de educação cívica do consumidor e dos operadores do comércio informal;
- f) simplificar procedimentos de tributação e registo de actividade;
- g) criação de um comité para a formalização da economia informal integrando os sectores responsáveis pelas áreas do Comércio, Finanças, Segurança Social, Emprego, Municípios e Desenvolvimento Cooperativo através das seguintes acções:
 - i. identificação e mapeamento de unidades de produção ou comerciais informais elegíveis a formalização;
 - ii. identificação de programas de promoção de auto-emprego financiados pelo Governo para a formalização;
 - iii. atribuição de NUTs e documentos específicos às unidades de mercados informais formalizando as para as pequenas empresas;
 - iv. cadastrar as unidades de mercados informais formalizadas no Sistema de Segurança Social;
 - v. atribuir documentação específica para o início de contribuição no INSS;
 - vi. capacitar os Comerciantes informais sobre o controlo contabilístico.

3.1.3. Vector Estratégico 3- Comércio Rural

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) actualizar o quadro legal que regula o exercício da actividade comercial e agrícola e o papel dos intervenientes incluindo as Organizações Não Governamentais;
- b) expandir e diversificar o comércio rural;
- c) criar mecanismos e oportunidades para a participação dos produtores em mercados de bens agrícolas;

- d) promover acções específicas focadas na melhoria da economia familiar e da cadeia de valor;
- e) melhorar a produção agrícola através da comercialização no meio rural;
- f) melhorar as capacidades e habilidades dos pequenos empresários, dos cooperativistas e das associações de produtores no ramo do comércio rural;
- g) promover a reabilitação e expansão da rede comercial rural;
- h) estabelecer as ligações de mercado entre o meio rural e urbano através da transferência de excedentes de produção agrícola das zonas de produção para as de consumo;
- i) assegurar a consolidação das micro, pequenas e médias industriais de processamento de produtos locais, incluindo pequenas empresas de produção ou fornecimento de embalagens;
- j) promover acções específicas para que os produtores e comerciantes possam comercializar as mercadorias via Bolsa;
- k) criar quadro legal que estimule os principais intervenientes a transacionarem as mercadorias estratégicas via BMM, IP;
- l) estimular o uso da Plataforma Electrónica de Negociação de mercadorias para a promoção e comercialização agrícola;
- m) assegurar a capacitação dos pequenos e médios produtores no processo de fixação de preços de produtos tendo em atenção a estrutura de custos de produção;
- n) promover a implantação de serviços e infra-estruturas de apoio ao comércio nas zonas fronteiriças para absorver os produtos e monitorar e contabilizar as transações efectuadas com o exterior;
- o) promover a produção e comercialização de produtos de alto valor nutricional através da capacitação dos intervenientes.

3.1.4. Vector Estratégico 4- Licenciamento da Actividade Comercial

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) consolidar, modernizar, harmonizar, descentralizar e simplificar o licenciamento da actividade comercial;
- b) estabelecer um mecanismo de controlo da legalidade e fiscalização do exercício da actividade comercial e coordenação efectiva entre as entidades que licenciam a actividade ou que de alguma forma intervêm no processo;
- c) assegurar a observância do princípio de categorização e especialização das actividades comerciais;
- d) realizar censo nacional comercial e concepção do Cadastro Comercial.

3.1.5. Vector Estratégico 5 - Sistemas de Comercialização de Produtos Agrícolas

- a) manter a política de preços livres para os produtos agrícolas e adoptar medidas necessárias para a correcção de falhas de mercado;
- b) estabelecer, quando se mostre necessário, preços de referência para certos produtos agrícolas com vista a assegurar a disponibilidade e oferta;

- c) desenvolver, disponibilizar e manter um sistema de recolha, registo, pesquisa, processamento e disseminação de informação estatística de mercados e preços de produtos agrícolas nos mercados e, do seu impacto económico aos níveis nacional regional e internacional que apoie os produtores e intervenientes, na tomada de decisões;
- d) incrementar a criação de feiras comerciais e centros de negócios rurais para insumos e produtos agrícolas, com particular ênfase nas zonas de maior produção e fronteiriças;
- e) viabilizar a criação de associações e cooperativas que promovam sinergias e reforcem a capacidade negocial e de exportação dos produtores e intervenientes na comercialização de insumos e de produtos agrícolas;
- f) impulsionar investimento privado, cooperativo e parcerias público-privadas para a criação implantação e manutenção de infra-estruturas de apoio a produção, armazenamento, conservação e comercialização de insumos e de produtos agrícolas;
- g) promover as ligações entre produtores, zonas de produção e grandes superfícies, consumidores e indústrias de processamento;
- h) fomentar a exportação de produtos agrícolas com valor acrescentado, explorando a marca “*Made in Mozambique*”.
- i) promoção de um ambiente favorável a realização de negócios de compra e venda, leilões e operações especiais em Bolsa;
- j) criar uma plataforma digital conjunta sobre o comércio e agricultura com dados sobre quantidades produzidas e comercializadas e, os respectivos locais de maior produção e comercialização;
- k) promover o uso da Plataforma Electrónica de Negociação de Mercadorias agrícolas;
- l) assegurar a criação, expansão e consolidação de serviços e infra-estruturas de apoio a comercialização agrícola;
- m) criar um sistema transparente de negociação entre produtores agrícolas e os grandes compradores de produtos agrícolas;
- n) consolidar o funcionamento da BMM para que o mercado opere num quadro de funcionamento organizado, eficiente, transparente e com base em padrões já definidos;
- o) criar mecanismos e oportunidades para a participação dos produtores em mercados de bens agrícolas e não agrícolas.

3.1.6. Vector Estratégico 6 - Defesa do Consumidor, Propriedade Intelectual e Concorrência

Para estabelecer o controlo de qualidade, inspecção, protecção da propriedade intelectual, defesa do consumidor, combate às práticas anti-concorrenciais, controlo de concentrações de empresas, a estratégia do Governo persegue as seguintes acções:

- a) criar um sistema de protecção do consumidor;
- b) implementar sistemas de verificação, controlo, ensaio e certificação da qualidade de produtos, bens e serviços nacionais e importados, normas de qualidade e de aspectos ligados à biossegurança;
- c) aperfeiçoar o sistema normativo moçambicano em todos os domínios para promover a defesa do consumidor e da livre concorrência;
- d) fiscalizar, inspecionar e supervisionar a actividade comercial de forma a garantir a observância das normas e leis vigentes no País;
- e) harmonizar o quadro legal e institucional com os instrumentos legais em matéria de concorrência de âmbito regional e continental, bem como a promoção da cooperação internacional nesta área;
- f) assegurar a aplicação das regras de promoção e defesa da concorrência nos sectores privado e público em Moçambique;
- g) promover o incremento da cultura da sã concorrência, o funcionamento eficiente dos mercados, a afectação óptima dos recursos, a promoção da inovação e a protecção dos interesses dos consumidores;
- h) proteger os direitos do consumidor e da propriedade intelectual.

3.1.7. Vector Estratégico 7- Desenvolvimento das Pequenas e Médias Empresas

- a) promover e facilitar a internacionalização das MPMEs nos mercados estratégicos estabelecidos;
- b) definir um quadro legal de estímulo ao investimento dedicado às MPMEs;
- c) promover a criação de linhas de financiamento para o desenvolvimento das MPMEs;
- d) promover acções de profissionalização das MPMEs através dos CORs e Incubadoras de empresas;
- e) promover o cadastro das MPMEs na base de dados das MPMEs;
- f) promover intercâmbios entre as MPMEs para as ligações empresariais (nacionais e internacionais).

3.1.8. Vector Estratégico 8- Vias de Acesso

- a) assegurar a manutenção das vias de acesso dinamizadoras das actividades económicas;
- b) implementar um programa de Estradas Rurais, com prioridade para a rede de estradas que permitem o acesso aos polos de produção agrícola, industrial pesqueiro e turístico;
- c) desenvolvimento das vias de acesso adjacentes aos principais corredores de transporte;
- d) melhorar a resiliência das vias de acesso aos eventos climáticos externos, apostando em tecnologias que conferem maior durabilidade as estradas.

3.2. Pilar II- Maximização de Benefícios da Integração no Mercado Regional e Global

No comércio externo a estratégia do Governo persegue as seguintes acções:

3.2.1. Vector Estratégico 1- Comércio Externo

- a) assegurar a elaboração e implementação de uma estratégia nacional de exportações;
- b) criar um portal de facilitação do comércio;
- c) fortalecer a capacidade institucional e técnicas de apoio ao comércio;
- d) simplificar os procedimentos para comércio externo, visando a competitividade das exportações sobretudo em produtos primários;
- e) divulgar e disseminar acordos preferenciais do comércio;
- f) promover acções com vista a retirar maiores benefícios da integração regional e do posicionamento geográfico do País;

- g) capacitar os quadros nacionais para zelar pela observância de normas técnicas e certificação da qualidade de produtos e serviços para exportação e, obtenção de conhecimentos para melhor aproveitamento das vantagens dos acordos comerciais de que o país é signatário;
- h) promover as vendas internacionais através de uma plataforma electrónica de negociação, Sistema de Informação e Negociação de Mercadorias (SINEM);
- i) promover a criação de empresas nacionais com capacidade de certificação internacional para facilitar o acesso a mercados competitivos;
- j) facilitar a criação de agências moçambicanas no exterior para apoio logístico aos exportadores nacionais;
- k) promover o aumento das exportações através da diversificação da produção e composição dos produtos exportados, promoção da busca de novos mercados, adição de valor aos produtos nacionais, potenciar a assistência técnica as PME's e associações orientadas para a exportação.

3.2.2. Vector Estratégico 2 - Diplomacia Comercial

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) definir e promover os interesses comerciais do País no exterior;
- b) mobilizar apoio técnico e financeiro para o sector e dinamizar as exportações e investimentos;
- c) participar nas negociações comerciais;
- d) avaliar periodicamente os impactos, validade e pertinência dos acordos e protocolos comerciais para o País;
- e) implementar a política comercial em consonância com as regras da OMC e outras organizações especializadas; e
- f) promover a colaboração regional na troca de informação sobre comércio externo e divulgar informação estatística actualizada e do seu impacto na esfera económica.

3.2.3. Vector Estratégico 3 – Facilitação do Comércio

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) assegurar a aprovação e implementação de um Plano Nacional Estratégico de facilitação de comércio;
- b) corresponder o cumprimento das provisões do Acordo de Facilitação do Comércio ao Plano e compromissos regionais e continentais;
- c) operacionalizar um mecanismo de monitoria de facilitação do comércio assentes em boas práticas, para melhor mensurar o índice de competitividade do País.

3.2.4. Vector Estratégico 4- Infra-estruturas de comércio, turismo, transporte e logística

- a) promover, através da viabilização de investimentos, a construção desenvolvimento e manutenção de infra-estruturas comerciais, pesqueiras, turísticas, hídricas, barragens, represas, diques, portuárias, rodoviárias, ferroviárias, aeroportuárias, desenvolvimento dos principais corredores de desenvolvimento e mecanismos para a dinamização dos sector de aviação e do turismo;
- b) promover a melhoria da eficiência e competitividade das infra-estruturas de transportes e logística ao serviço do comércio internacional existentes no País, como também das infra-estruturas urbanas: rodoviárias, hidráulicas, de eletricidade, gás, telecomunicações, e de abastecimento de água potável;

- c) consolidar a implementação e operacionalização das fronteiras de paragem única em todo o País.

3.3. Pilar III - Políticas Transversais

3.3.1. Vector Estratégico 1- Comércio Electrónico

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) assegurar a angariação dos recursos financeiros institucionais necessários para implementação do comércio electrónico;
- b) assegurar a concepção e implementação de uma estratégia de monitoria do comércio electrónico;
- c) fortalecer a capacidade técnica humana, institucional e de negociações para todos os sectores envolvidos no desenvolvimento do comércio electrónico;
- d) regulamentar o comércio electrónico;
- e) assegurar o registo e licenciamento dos provedores de serviços do comércio electrónico pela Entidade Reguladora de Tecnologias de Informação e Comunicação;
- f) assegurar a tributação das transmissões electrónicas;
- g) garantir um ambiente electrónico seguro de transacções electrónicas no País e que consagram o uso de assinaturas digitais e certificação digital nas plataformas digitais de comércio electrónico, desenvolvidas e implementadas em Moçambique;
- h) garantir a segurança cibernética em particular a responsabilidade dos operadores de plataformas de comércio electrónico, como processadores de dados e como controladores de dados.

3.3.2. Vector Estratégico 2- Parceria público-privada, protecção de direitos de propriedade intelectual

3.3.2.1. Protecção de Direitos de Propriedade

Constituem acções prioritárias desta componente do vector:

- a) assegurar a protecção dos direitos da propriedade intelectual;
- b) combater o comércio de produtos e serviços contrafeitos;
- c) promover a educação do consumidor nos direitos, deveres e comportamento no mercado;
- d) encorajar iniciativas comerciais nacionais compatíveis com a protecção do meio ambiente e uso sustentável dos recursos naturais.

3.3.2.2. Papel do Sector Privado

O sector empresarial deve desempenhar um papel crucial na materialização da Política Comercial assumindo a liderança e dianteira nas seguintes acções prioritárias desta componente do vector:

- a) realizar investimentos para reabilitar, modernizar e expandir a rede comercial e infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio, com prioridade para as zonas rurais e a criação do emprego;
- b) desenvolver e explorar infra-estruturas logísticas que garantam a recepção, armazenamento, conservação e distribuição da produção interna;
- c) participar na criação e estímulo ao estabelecimento de uma rede grossista assente em empresários nacionais e cooperativistas para garantir a normalização da oferta de produtos e assegurar a estabilidade de preços;
- d) participar no abastecimento e distribuição de bens e serviços mercantis no circuito urbano e rural;

- e) participar na dinamização e diversificação da produção nacional através da compra dos produtos agrícolas, processamento e canalização para o mercado interno e externo;
- f) propor, no âmbito e através do diálogo público-privado, medidas de apoio ao desenvolvimento do comércio;
- g) realizar investimentos na área comercial e contribuir para a expansão da rede comercial.

3.4. Pilar IV – Desenvolvimento da Capacitação Institucional

3.4.1. Vector 1- Mecanismo de Implementação da Política Comercial

Constituem acções prioritárias deste vector:

3.4.1.1. Aspectos Institucionais

- a) assegurar o envolvimento e cometimento de todos os sectores intervenientes na implementação da Política e Estratégia Comercial;
- b) assegurar o fortalecimento da capacidade técnica e institucional em matérias do comércio interno e internacional, através da promoção de acções de formação e desenvolvimento de serviços de facilitação adequados, para responder às exigências da actual conjuntura nacional, regional e internacional e envolvimento de todos os sectores, a todos os níveis, na definição de estratégias negociais;
- c) assegurar a concepção de planos curriculares para as instituições de ensino públicas e privadas com disciplinas que tenham por objectivo a promoção do empreendedorismo e direccionadas à produção e auto-suficiência;
- d) assegurar a criação de uma equipa técnica multisectorial com a responsabilidade de implementar a Política e Estratégia Comercial;
- e) criar uma equipa técnica multisectorial com a responsabilidade de monitorar a implementação da Política e Estratégia Comercial, realizar estudos e análise das imperfeições do mercado e propor, quando necessário, a aplicação das medidas de salvaguarda e defesa comercial do País.

3.4.1.2. Mecanismo de Implementação

A entidade responsável pela coordenação da implementação da Política e Estratégia Comercial é o Ministério da Indústria e Comércio.

- a) o plano operacional é o instrumento para guiar e operacionalizar a implementação da Política e Estratégia Comercial, cujas actividades poderão ser actualizadas anualmente;
- b) o plano de acção contém acções de carácter geral sobre as quais são derivadas actividades concretas de cada sector, que concorrem para o desenvolvimento do comércio, sobre as quais incide a monitoria da implementação e é igualmente o meio para guiar e operacionalizar a implementação da Política e Estratégia Comercial, cujas actividades poderão ser actualizadas anualmente;
- c) cada sector fara a orçamentação das acções estratégicas de sua competência, a serem derivadas do Plano de Acção da Política e Estratégia Comercial;
- d) o envolvimento e cometimento dos sectores na implementação da Política e Estratégia Comercial é assegurado através de uma articulação, coordenação e planificação integrada das actividades aos níveis central e local.

3.4.2. Vector Estratégico 2 - Mecanismo de Monitoria

Constituem acções prioritárias deste vector:

- a) a institucionalização de um Observatório da Política Comercial como plataforma de acompanhamento e avaliação de implementação e de impactos;
- b) criar e operacionalizar um sistema integrado de Monitoria e Avaliação associado a outros instrumentos de políticas afins;
- c) o Plano de Acção da Política e Estratégia Comercial é o meio para guiar a sua implementação e operacionalização.

Objectivos estratégicos		Acções		Indicador	Metas	Para (10) anos Valor (000) MTN	Responsável
Pilar I- Melhoria da eficácia do mercado interno							
Vector Estratégico 1 - Comércio Interno							
1	Estimular a expansão e modernização da rede comercial, privilegiando a categorização e especialização por classes de artigos e tipo de estabelecimentos, sobretudo nas zonas urbanas	1.1	Promover a criação, expansão, reabilitação e modernização de infra-estruturas de apoio ao comércio	Número de estabelecimentos comerciais e infra-estruturas de apoio ao comércio criados	100 Estabelecimentos (10 por província)	420,000.00	MIC/GL/ Municípios
		1.2	Organizar a rede comercial e industrial rural e urbana privilegiando a categorização e especialização por classes de artigos e tipo de estabelecimentos.	Número de Estabelecimentos comerciais licenciados	318.400 Estabelecimentos	N/A	MIC/GL/ Municípios
2	Incentivar o investimento privado, cooperativo e parcerias público-privadas para a criação de infra-estruturas de armazenagem, cadeias de serviços de frio, de conservação de produtos e parques de negócios, adequados ao exercício do comércio de pequena escala, nas zonas rurais, urbanas e periurbanas	2.1	Incentivar e facilitar a implantação e aquisição de unidades de agro-processamento rural	Número de indústrias de agro-processamento implantadas e operacionais	1.284	210,000.00	MIC / MADER
3	Criar e manter um serviço de registo e cadastro de operadores comerciais a vários níveis e de um regime de registo e documentação obrigatória sobre mercadorias comercializadas nos estabelecimentos comerciais	3.1	Incentivar e promover a implantação de serviços de registo e cadastro dos operadores comerciais e respectiva documentação	Número de serviços criados	1 serviço em cada distrito	N/A	GL
4	Estimular a reserva e a utilização ordenada de espaços para infra-estruturas e zonas comerciais, em coordenação com as entidades responsáveis pelo ordenamento e planificação territorial	4.1	Estimular a reserva e a utilização ordenada de espaços para infra-estruturas e zonas comerciais, no ordenamento e planificação territorial, tendo em conta a segurança do consumidor e a promoção da estética urbana	Número de municípios com espaços ordenados e planificados	64 Municípios	N/A	MIC/GL
5	Simplificar e harmonizar a tributação fiscal e municipal sobre a actividade económica no sector comercial	5.1	Harmonizar as políticas e práticas locais de tributação e licenciamento com vista a eliminar a dupla/múltipla tributação	Políticas harmonizadas	N/A	N/A	MEF/ Municípios/BM
		5.2	Harmonizar e simplificar a tributação fiscal e municipal sobre a actividade económica no sector comercial	Harmonizada e simplificada a tributação fiscal e municipal	1	N/A	MIC/ MEF/Municípios

Objectivos estratégicos		Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
					Valor (000) MTN	
6	Estimular a concorrência e a práticas comerciais sãs, através da lei da concorrência	6.1 Assegurar a implementação efectiva das boas práticas comerciais compatíveis com a economia de mercado e estimular da concorrência sã através da aplicação, em particular da lei da concorrência	Implementada a Lei da Concorrência	1	20,000.00	MIC
			Número de divulgações realizadas da Lei da concorrência	20		
7	Criar condições para implantação de zonas económicas especiais	7.1 Criar condições para o desenvolvimento do comércio através de implantação de zonas económicas especiais , tais como zonas francas industriais, zonas de comércio ao exterior, zonas de trânsito de mercadorias, zonas de transbordo de mercadorias e portos secos	Número de zonas económicas estabelecidas	5	10,000.00	MIC
		7.2 Desenvolver e implementar uma estratégia de competitividade que abrange todos os sectores económicos, agências governamentais relevantes e o sector privado	Pacotes de incentivos criados	1	5,000.00	Secretaria do Estado do Desportos/GL
		7.3 Promover o desenvolvimento da indústria nacional do desporto através da revitalização de todas modalidades desportivas e alargar a actividade desportiva a todos os extractos sociais	Número de modalidades revitalizadas e extractos sociais abrangidos	18 (Andebol, Ciclismo Atletismo, Badminton Basquetebol, Futebol de Praia, Futsal, Hipismo Hóquei em Campo, Judo Luta, Natação, Patinagem Ténis' Ténis de Mesa Voleibol, Voleibol de Praia, e, Xadrez	10,000.00	Secretaria do Estado do Desportos/GL
		7.4 Estabelecer projectos de geração de renda aos atletas para garantir a sua sustentabilidade através da implementação do Estatuto do praticante	Implementado o estatuto do praticante	1	1,000.00	Secretaria do Estado do Desportos/GL

Objectivos estratégicos	Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos		Responsável
				Valor (000) MTN		
	7.5	Incentivar e apoiar o estabelecimento de redes / clusters de produção no país e entre países vizinhos, para permitir a especialização das empresas nacionais na produção e comércio de bens e serviços	Nº de redes/clusters estabelecidos	3 (sul, centro e norte)	15,000.00	MIC/MEF
	7.6	Elaborar Estratégias dos subsectores de algodão, têxteis e vestuário, químico, borracha e plástico e de curtume/couro	Número de estratégia elaborada	1	10,500.00	MIC
	7.7	Promover a instalação de indústrias e empresas de promoção e gestão desportiva	Número de indústrias e empresas criadas	10 Uma em cada província	100,000.00	Secretaria do Estado do Desporto
8	8.1	Assegurar a redução dos custos, a fluidez e flexibilidade das transacções comerciais	Número de intermediações realizadas	1	1,800.00	MIC
9	9.1	Produzir, sistematizar e divulgar a informação sobre a actividade comercial	Número de boletins sobre comércio produzidos	960	1,500.00	MIC/ GL
Vector Estratégico 2- Comércio Informal						
10	10.1	Instituir uma directiva que defina o comércio informal, estabeleça o seu âmbito, parâmetros de avaliação e, uniformemente, regule o seu tratamento a nível dos órgãos locais do estado e municipais, incluindo a imposição do princípio de ónus de prova da proveniência da mercadoria oferecida	Directiva normativa do comércio estabelecido e operacional	1	1,000.00	MIC/ Municípios / GL
11	11.1	Desenvolver um programa nacional de extensão industrial e garantir a sua implementação	Programa de extensão industrial desenvolvido e implementado	1	946.75	MIC/MEF/MADER
12	12.1	Promover a integração progressiva do sector informal no formal	Número de operadores formalizados a nível nacional	188,847	30,000.00	MIC / GL

Objectivos estratégicos		Ações	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
					Valor (000) MTN	
13	Conceber uma estratégia nacional multisectorial faseada para mitigação dos impactos negativos do sector informal	13.1	Monitorar e mitigar os impactos negativos do sector informal, tendo como linhas de força a segurança social dos intervenientes, a defesa da saúde pública, estética e urbanidade	Elaborada e implementada a Estratégia de monitoria e mitigação dos impactos negativos do sector informal	1	Municípios / Associação dos Municípios
					N/A	
14	Realizar acções de educação cívica do consumidor e dos operadores do comércio informal	14.1	Sensibilizar o consumidor e operadores informais para o desenvolvimento de práticas de civismo e do bem servir	Número de palestras realizadas (2 por mês /por distrito/ 10 anos)	38,160	MEF /MIC /CTA/ProConsumers/Adecom/
15	Simplificar procedimentos de tributação e registo de actividade	15.1	Definir os mecanismos para a simplificação de procedimentos de tributação e registo de actividade nas zonas rurais	Mecanismos de simplificação de procedimentos de tributação e registo de actividade definidos	1	MEF
16	Criar um comité para a formalização da economia informal integrando os sectores responsáveis pelas áreas do Comércio, Finanças, Segurança Social, Emprego, Municípios e cooperativismo	16.1	Identificar e mapear as unidades de produção em regime informal elegíveis a formalização e programas de promoção de auto-emprego financiados pelo Governo para a formalização do informal	Programas de auto-emprego e unidades de produção informais identificados	N/A	MEF/MIC/Municípios/A MPCEM
Vector Estratégico 3- Comércio Rural						
17	Actualizar o quadro legal que regula o exercício da actividade comercial e agrícola	17.1	Rever e actualizar o quadro legal que regula o exercício da actividade comercial e agrícola e o papel dos intervenientes incluindo as Organizações Não Governamentais	Criado e implementado o quadro legal e definido o papel dos intervenientes	1	MIC / MADER
		18.1	Promover a expansão e diversificação do comércio rural	Nº de feiras comerciais realizadas a nível nacional	398,384	MIC /GL/Municípios
18	Expandir e diversificar o comércio rural	18.2	Criar mecanismos e oportunidades para a participação dos produtores em mercados de bens agrícolas	Identificados os produtores elegíveis por província	N/A	GL
		18.3	Promover acções específicas focadas na melhoria da economia familiar e da cadeia de valor	Número de capacitações feitas ao sector familiar por distrito	6360 (quatro/ano/159 distritos)	MADER /MIC/ GL

Objectivos estratégicos	Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
				Valor (000) MTN	
18 Expandir e diversificar o comércio rural	18.4 Melhorar as capacidades e habilidades dos pequenos empresários, dos cooperativistas e das associações de produtores no ramo do comércio rural;	Criado um programa de capacitação para melhoramento das habilidades dos empresários locais	1	300.00	GL
	18.5 Incrementar a criação de centros de negócios rurais para insumos e produtos agrícolas, com particular ênfase nas zonas de maior produção e fronteiriças	Número de centros criados	154 (um em cada Distrito)	12,000.00	MIC/MDER/GL
19 Estabelecer ligações de mercado entre o meio rural e urbano através da transferência de excedentes de produção agrícola das zonas de produção para as de consumo	19.1 Monitorar o processo da Comercialização Agrícola e assegurar a oferta e disponibilidade de bens essenciais de consumo	Número de monitorias realizadas	20	66,800.00	MIC/ GL
		Número de cadernetas de Comercialização produzidas e disponibilizadas aos intervenientes da comercialização agrícola	79,500	47,700.00	MIC/ GL
	19.2 Promover a criação de feiras comerciais e centros de negócios rurais para insumos e produtos agrícolas, com particular ênfase nas zonas de maior produção e fronteiriças;	Número de Planos Operacionais de Comercialização Agrícola (POCAs) produzidos e implementados	110	1,000.00	MIC/ GL
20 Assegurar a consolidação das micro, pequenas e médias indústrias de processamento de produtos locais, incluindo pequenas empresas de produção ou fornecimento de embalagens	20.1 Promover o uso e processamento de matéria-prima local	Número de feiras comerciais realizadas e centros de negócio rurais criados a nível nacional	76320 Feiras (uma/Semana/Distrito)	N/A	MIC/ GL
21 Promover acções específicas para que os produtores e comerciantes possam comercializar as mercadorias via Bolsa de Mercadorias de Mocambique (BMM);	21.1 Promoção de um ambiente favorável a realização de negócios de compra	Número de promoções e divulgações realizadas	20 Spot radiofónico e 20 Spot televisivo (dois Spot radiofónico por ano e 2 Spot televisivo por ano)	600.00	MIC
		Número de armazéns certificados	12	450.00	MIC/ MADER / CTA

[illegible]

Objectivos estratégicos		Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
					Valor (000) MTN	
25	Consolidar, modernizar, harmonizar, descentralizar e simplificar o licenciamento da actividade comercial	Consolidar o processo de modernização e simplificação do sistema de licenciamento comercial, usando as tecnologias de informação e comunicação	Concluído o sistema de interoperabilidade dos sistemas informáticos	100 instituições (Publico, privados e associações comerciais e industriais),	155,000.00	MIC/GL/ Municípios
		25.1	N.º de distritos com a plataforma E-BAU	103 distritos ligados a plataforma E-BAU		
26	Estabelecer um mecanismo de controlo da legalidade e fiscalização do exercício da actividade comercial de forma coordenada	Instituir um mecanismo de controlo da legalidade e fiscalização do exercício da actividade comercial e coordenação efectiva entre as entidades que licenciam a actividade comercial e as que de alguma forma intervêm no processo e/ou unificação dos licenciamentos entre os municípios e os BAÚ	Número de municípios e entidades integradas na plataforma e-BAU	52 (todos os municípios do país)	30,000.00	MIC/Municípios / GL
		26.1				
27	Realizar censo nacional comercial e concepção do Cadastro Comercial.	Dotar os municípios de ferramentas sobre o comércio	Número de municípios capacitados	64 (todos os municípios do país)	442,291.08	MIC/MAEFP
		27.1				
28	Manter a política de preços livres para os produtos agrícolas e adoptar medidas necessárias para a correcção de falhas de mercado	Deter o retracto exacto e/ou imagem real das unidades comerciais existentes no país, mostrando o tipo de estabelecimento comercial, sua localização, ramo de actividade, capacidade, operacionalidade e acompanhar a evolução comercial ao longo do tempo	Censo nacional realizado	1	30,051.00	MIC /MEF
		28.1				
Vector Estratégico 5 - Sistemas de Comercialização de Produtos Agrícolas						
28	Manter a política de preços livres para os produtos agrícolas e adoptar medidas necessárias para a correcção de falhas de mercado	Definir os critérios de formação de preços e manter a política de preços livres para os produtos agrícolas	Estabelecido o regime jurídico de formação de preços	1	N/A	MIC/ MEF
		28.1	Identificados os Produtos elegíveis e a necessidade de fixação de preços de referência	N/A		

Objectivos estratégicos		Ações	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável	
					Valor (000) MTN		
29	Desenvolver, disponibilizar e manter um sistema de recolha, registo, pesquisa, processamento e disseminação de informação estatística de mercados e preços de produtos agrícolas e o seu impacto económico, aos níveis nacional, regional e internacional, para melhor tomada de decisões por parte dos produtores e intervenientes		Desenvolver, em coordenação com MADER, uma Plataforma para a recolha, sistematização e disseminação de informação sobre comercialização agrária	Plataforma criada	1	18.00	MIC/MADER
		29.1					
30	Viabilizar a criação de associações e cooperativas que promovam sinergias e reforcem a capacidade negocial e de exportação dos produtores e intervenientes na comercialização de insumos e de produtos agrícolas		Promover a criação de cooperativas que promovam sinergias e reforcem a capacidade negocial dos produtores e intervenientes na comercialização de insumos e de produtos agrícolas	Número de ramos de cooperativismo dos diferentes sectores económicos nacionais criados	7 ramos Agropecuário, microcrédito, Transporte, Trabalho, Produção de Bens e Serviços e Infraestrutura	24,000.00	MIC / GL/ CTA/AMPCM
		30.1					
31	Promover as ligações entre produtores, zonas de produção e grandes superfícies, consumidores e indústrias de processamento		Incentivar o estabelecimento de contratos para a absorção e o fornecimento regular de produtos entre produtores e comerciantes	Número de ligações comerciais estabelecidas	Pelo menos uma em cada distrito	N/A	MIC/ MADER/ GL
		31.1					
32	Promoção de um ambiente favorável a realização de negócios de compra e venda, leilões e operações especiais em Bolsa;		Criar uma plataforma digital conjunta sobre o comércio e agricultura com dados sobre quantidades produzidas e comercializadas e os respectivos locais de maior produção e comercialização	Plataforma criada	1	275.00	MIC/MADER
		32.1					
			Promover o uso da Plataforma Electrónica de Negociação de Mercadorias agrícolas	Plataforma criada	1	1,800.00	MIC/MADER
		32.2					
			Criar um sistema transparente de negociação entre produtores agrícolas e os grandes compradores de produtos agrícolas	Definidas as regras e procedimentos de funcionamento da BMM	N/A	N/A	MIC/MADER
		32.3		Número de divulgações realizadas			
			Consolidar o funcionamento da BMM para que o mercado opere num quadro de funcionamento organizado, eficiente transparente e com base em padrões já definidos	Operacionalizadas todas as funcionalidades da BMM	N/A	N/A	MIC/MADER
		32.4					
			Criar mecanismos e oportunidades para a participação dos produtores em mercados de bens agro-pecuário e agrícolas	Volume de mercadorias intermediadas por via da plataforma eletrónica da BMM	115,500	142,881.80	MIC/ MADER /GL
		32.5					

Objectivos estratégicos		Acções		Indicador	Metas	Para (10) anos Valor (000) MTN	Responsável
Vector Estratégico 6 - Defesa do Consumidor, Propriedade Intelectual e concorrência							
33	Criar um sistema de protecção do consumidor	33.1	Assegurar a implementação da Lei da Defesa do consumidor	Lei da Defesa do Consumidor implementada	N/A	N/A	Adecom, ProConsumers /MIC
		34.1	Implementar sistemas de verificação, controlo, ensaio e certificação da qualidade de produtos, bens e serviços nacionais e importados, normas de qualidade e de aspectos ligados a biossegurança	Sistemas de Verificação, Controlo, Ensaio e Certificação da Qualidade de Produtos, Bens e Serviços Nacionais e Importados instituídos e implementados	1	20,000.00	MIC
34	Implementar sistemas de verificação, controlo, ensaio e certificação da qualidade de produtos e serviços	34.2	3.6.1. Desenvolver normas para certificação da qualidade de produtos, bens e serviços nacionais e importados	Número de Normas Moçambicanas desenvolvidas e aprovadas	1115	1,925.00	MIC/ Municípios
				Número de instrumentos de medição verificados	11265		MIC
				Número de instrumentos de medição calibrados	18440		MIC
				Número de amostras de produtos pré-medidos fiscalizadas	49000		MIC
				Nº de balanças comerciais fiscalizadas	1987		MIC
35	Assegurar a aplicação das regras de promoção e defesa da concorrência nos sectores privado e público em Moçambique, o funcionamento eficiente dos mercados, a afectação óptima dos recursos, a promoção da inovação e a protecção dos interesses dos consumidores	35.1	Harmonizar o quadro legal e institucional com os instrumentos legais em matéria de concorrência de âmbito regional e continental, e promover a cooperação internacional nesta área	Quadro Legal e Institucional sobre Concorrência harmonizado	1	N/A	MIC
		35.2	Estabelecer Delegações ou representações da Autoridade Reguladora da Concorrência no território nacional	Delegações da Autoridade Reguladora da Concorrência criadas em todo o território nacional	9	26,000.00	MIC
Vector Estratégico 7- Desenvolvimento das Pequenas e Médias Empresas							
				Número de novas PMEs criadas, assistidas e qualificadas para exportação	50		MIC / CTA

Objectivos estratégicos	Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
				Valor (000) MTN	
36 Promover e facilitar a internacionalização das MPMEs nos mercados estratégicos estabelecidos	36.1 Incentivar e promover o Desenvolvimento do Empresariado Nacional com potencial e capacidade de exportação	Número de PMEs promovidas nas plataformas internacionais de acesso ao mercado e internacionalização	200	110,100.00	MINEC/ MADER/ MIC
		Número de guíões de fácil leitura de apoio a internacionalização para PMEs	3		
	36.2 Definir um quadro legal de estímulo ao investimento dedicado às MPMEs	Quadro Legal sobre Investimentos definido	1	N/A	MIC
37 Promover a criação de linhas de financiamento para o desenvolvimento das MPMEs	37.1 Prever mecanismos de financiamento as MPMEs	Linhas de financiamento criadas	1	N/A	MIC
38 Promover acções de profissionalização das MPMEs através dos COREs e Incubadoras de empresas	38.1 Promover e facilitar acções de profissionalização e internacionalização das MPMEs nos mercados estratégicos através dos COREs e Incubadoras de empresas	Número de Empresas capacitadas	180.000	70.000.00	MIC
		Número de empresas certificadas	105	10.000.00	MIC/ MADER MINEC
	38.2 Apoiar os exportadores nos domínios de marketing e desenvolvimento da qualidade dos produtos	Número de produtos certificados	43		
		Número de Estudos elaborados	1	15.000.00	MINEC / MADER
	38.3 cumprimento dos requisitos exigidos para o acesso aos Mercados	Número de empresas apoiadas	20		
Vector Estratégico 8- Vias de Acesso	38.4 Promover intercâmbios entre as MPMEs para as ligações empresariais (nacionais e internacionais)	Número de MPMEs Moçambicanas que participam em feiras e exposições internacionais	105	N/A	MINEC / MADER
39.1	Em coordenação com os Governos distritais e ANE, identificar e reabilitar as vias de acesso indispensáveis para o escoamento de excedentes agrícolas	Reabilitadas pelo menos 10% das estradas rurais	10% das estradas rurais dos centros de maior produção de cada província	8,625.000.00	MOPHRH/ GL
		estratégicas, dos centros de maior produção de cada província para as zonas de consumo			

Objectivos estratégicos	Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
				Valor (000) MTN	
39	Assegurar a manutenção das vias de acesso dinamizadoras das actividades económicas	39.2	Assegurar o melhoramento das vias de acesso em secções de estradas críticas, que consistem em ensaibramentos, construção, reabilitação de estruturas de drenagem, tais como passagens molhadas, drifts, aquedutos e /ou pontes de pequenas dimensões com vista a garantir a transitabilidade durante todo o ano das zonas de produção agrícola	Vias de Acesso transitáveis em Todos os Distritos	MOPHRH / GL
		39.3	Reabilitar as vias de comunicação rurais, primárias, secundárias e terciárias	265,000,000.00	
		40.1	Alinhar as necessidades de infra-estruturas públicas com os planos de cada Ministério/sector e melhorar a sua resiliência aos eventos climáticos extremos	8,432,000.00	MOPHRH/ MTC/GL
40	Implementar um programa de Estradas Rurais, com prioridade para a rede de estradas que permitem o acesso aos polos de produção agrícola, industrial, pesqueiro e turístico		Necessidades dos sectores em infra-estruturas alinhadas com os planos de construção e reabilitação de infra-estruturas do MOPHRH	N/A	MOPHRH/ GL
			Programa de estradas rurais criado e operacional	15,680,000.00	MOPHRH/ GL
	PILAR II- MAXIMIZAÇÃO DE BENEFÍCIOS DA INTEGRAÇÃO NO MERCADO REGIONAL				
	Vector Estratégico 1- Comércio Externo				
41	Assegurar a elaboração e implementação de uma estratégia nacional de exportações	41.1	Estabelecer um quadro legal para a implementação das medidas correctivas ao comércio	1	MIC/ MEF/ BM
		42.1	Melhorar informação estatísticas do investimento directo estrangeiro	1	MIC/ MEF/ BM
42	Criar um portal de facilitação do comércio				
43	Fortalecer a capacidade institucional e técnicas de apoio ao comércio	43.1	Assegurar a convertibilidade das receitas de exportação e flexibilização do processo de Importação ao nível do sistema bancário nacional ao câmbio do dia	N/A	MIC/ MEF/ BM
			Criado o mecanismo para assegurar a convertibilidade das receitas de exportação ao nível do sistema bancário nacional ao câmbio do dia	4,000.00	BM, MEF, M. JUSTICA

Objectivos estratégicos	Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
				Valor (000) MTN	
44 Simplificar os procedimentos para comércio externo, visando a competitividade das exportações sobretudo de produtos primários	44.1 Desenvolver estratégias de incentivos às exportações com vista a dinamizar o sector das exportações e o melhoramento da Balança Comercial	Elaborada e desenvolvida a estratégia de Incentivos às Exportações	1	2,500.00	MEF/MIC/MADER/CTA
	44.2 Assegurar adreência do país a Plataforma única regional de Liquidação de Transações em tempo real (RTGS)	Número de bancos conectados no sistema de liquidação financeira	1	300.00	MEF/ BM
	44.3 Desenvolver plataformas de meios de pagamento	Plataforma criada	1	N/A	MEF/ BM
45 Divulgar e disseminar acordos preferenciais do comércio	45.1 Divulgar os acordos e oportunidades de acesso aos mercados preferenciais e Capacitar os agentes económicos	Número de divulgações realizadas	480	520.00	MIC/ MINEC
	45.2 Capacitar operadores económicos em matéria de exportações	Número de operadores capacitados	200 (vinte por província)		MIC/MADER/GL
	45.3 Diversificar a base e o destino das exportações	Número de produtos identificados e exportados Número de mercados identificados	10 6		
46 Promover acções com vista a retirar maiores benefícios da integração regional e do posicionamento geográfico do país	46.1 Criar uma equipe nacional intersectorial para estudo e análise das imperfeições do mercado, propor quando necessário a aplicação das medidas de salvaguarda e defesa comercial, e tomar parte das negociações comerciais	Criada e capacitada a equipe nacional intersectorial	1	4,000.00	MIC / MEF
	46.2 Desenvolver capacidade interna do país para as exportações e estabelecer um regime de defesa comercial e de salvaguarda compatíveis com as regras da OMC	estabelecido o regime de defesa comercial	1		MIC / MEF

Objectivos estratégicos		Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos		Responsável
					Valor (000) MTN		
46	Promover acções com vista a retirar maiores benefícios da integração regional e do posicionamento geográfico do país	46.3	Capacitar os quadros nacionais para zelar pela observância de normas técnicas e certificação da qualidade de produtos e serviços para exportação e melhor aproveitamento das vantagens dos acordos comerciais de que o país é signatário	Número de capacitações efectuadas	20 (Duas por ano)		MIC
		46.4	Promover a criação de empresas nacionais com capacidade de certificação internacional para facilitar o acesso a mercados competitivos	Número de empresas criadas	10 (Uma em cada província)	N/A	MIC
47	Facilitar a criação de agências moçambicanas no exterior para apoio logístico aos exportadores nacionais	47.1	Colocar e manter escritórios comerciais em embaixadas Consulados, Camaras de Comércio e Eventos internacionais para facilitar a filiação em organizações internacionais e incentivar o marketing em todos os países e regiões em que Moçambique tem interesses comerciais estratégicos	Número de escritórios comerciais colocados	34 (um escritório por cada Embaixada)	760.00	MINEC/MIC
48	Promover o aumento das exportações através da diversificação da produção e composição dos produtos exportados, promoção da busca de novos mercados, adição de valor aos produtos nacionais, potenciar a assistência técnica as PME's e associações orientadas para a exportação	48.1	Aumentar a capacidade de exportação nacional, através da diversificação dos mercados e dos produtos de exportação com valor acrescentado	Número de novos produtos de exportação identificados	9	25,000.00	MIC/ MADER MNEC
		48.2	Fomentar a exportação de produtos agrícolas com valor acrescentado, explorando a marca “Made in Moçambique”.	Número de novos mercados identificados	9		MIC/ MADER MNEC
Vector Estratégico 2 - Diplomacia Comercial							
49	Definir e promover os interesses comerciais do país no exterior	49.1	Definir prioridades e promover os interesses do país no domínio político, económico e social no exterior	Definidos interesses do país no exterior	N/A	N/A	MIC/ MINEC

[illegible]

Objectivos estratégicos		Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável	
					Valor (000) MTN		
61	Assegurar a protecção dos direitos da propriedade intelectual	61.1	Assegurar a protecção dos direitos da propriedade intelectual e combate ao comércio de produtos e serviços contrafeitos	Número de direitos de propriedade intelectual protegidos	42,600	25,267.00	MIC / MICULTUR
		61.2	Criar condições e mecanismos, para assegurar a transferência de tecnologias de produção e registo de medicamentos genéricos no território nacional	Número de patentes de produção de medicamentos transferidos ao país e medicamentos produzidos em território nacional	N/A	6,000.00	MIC/ MISAU
62	Combater o comércio de produtos e serviços contrafeitos e promover a educação do consumidor sobre os direitos, deveres e comportamento no mercado	62.1	Proteger e promover os direitos fundamentais do consumidor	Implementada a Lei da defesa do consumidor	1	20,000.00	MIC
63	Encorajar iniciativas comerciais nacionais compatíveis com a protecção do meio ambiente e uso sustentável dos recursos naturais	63.1	Dotar os agentes económicos de técnicas e ferramentas sobre a protecção ambiental no exercício dos seus negócios	Número de agentes capacitados em matéria de protecção ambiental	1,000	200,000.00	MTA/MIMAIP/ MIREM/ MADER/ M.DEFESA/MIC
Papel do Sector Privado							
64	Realizar investimentos para reabilitar, modernizar e expandir a rede comercial e infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio, com prioridade para as zonas rurais e a criação de emprego	64.1	Incentivar o empreendedorismo e empoderamento dos grupos desfavorecidos, particularmente mulheres, jovens e raparigas com vista a permitir a sua participação de forma activa no comércio	Número de mulheres, jovens e raparigas empreendedoras	2,000	400,000.00	MIC/ MGCAS
		64.2	Dotar o sector privado de capacidades/ferramentas e informações necessárias para o seu crescimento e desenvolvimento	Número de empresas /agentes económicos capacitados	70,000	15,000.00	MIC / SECTOR PRIVADO
		64.3	Participar na criação e estímulo para o estabelecimento de uma rede grossista assente em empresários nacionais e cooperativistas para garantir a normalização da oferta de produtos e assegurar a estabilidade de preços	Rede de empresários estabelecida	N/A	N/A	MIC/MADER
		64.4	Participar no abastecimento e distribuição de bens e serviços mercantis no circuito urbano e rural	Assegurado o abastecimento e distribuição de bens e serviços	N/A	N/A	MIC/MADER

Objectivos estratégicos		Ações	Indicador	Metas	Para (10) anos Valor (000) MTN	Responsável
65	Participar na dinamização e diversificação da produção nacional através da compra dos produtos agrícolas, processamento e canalização para o mercado interno e externo	65.1 Valorizar e incentivar a contratação de serviços e consumo de produto nacional	Número de selos Made in Mozambique atribuídos	400	101,040.00	MIC
66	Propor, no âmbito e através do diálogo público-privado, medidas de apoio ao desenvolvimento do comércio	66.1 Envolver os sectores público e privado na formulação e implementação de políticas comerciais	Estabelecido o mecanismo de diálogo permanente público-privado	1	600.00	MIC/SECTOR PRIVADO
PILAR IV – DESENVOLVIMENTO DA CAPACITAÇÃO INSTITUCIONAL						
Vector 1- Mecanismo de Implementação da Política Comercial						
Aspectos Institucionais						
67	Assegurar o envolvimento e comprometimento de todos os sectores intervenientes na implementação da Política e Estratégia Comercial	67.1 Planificar de forma integrada as acções dos sectores para o estabelecimento da harmonia e complementaridade na implementação da política comercial	Plano de Acção Multisectorial de Implementação da PEC elaborado	1	N/A	MIC/Outros sectores intervenientes
68	Assegurar o fortalecimento da capacidade técnica e institucional em matérias do comércio interno e internacional, através da promoção de acções de formação e desenvolvimento de serviços de facilitação adequados, para responder às exigências da actual conjuntura nacional, regional e internacional e envolvimento de todos os sectores, a todos os níveis, na definição de estratégias negociais	68.1 fortalecer a capacidade técnica e institucional em matérias do comércio interno e internacional e envolvimento de todos os sectores a todos os níveis	Número de capacitações efectuadas	480 (quatro por ano)	500.00	MIC/Outros sectores intervenientes
69	Assegurar a concepção de planos curriculares para as instituições de ensino públicas e privadas com disciplinas que tenham por objectivo a promoção do empreendedorismo e direccionadas à produção e auto-suficiência	69.1 Promover a concepção de planos curriculares para as instituições de ensino público e privado com disciplinas que tenham por objectivo a promoção do empreendedorismo e direccionadas a produção e auto-suficiência	Planos Curriculares para a Promoção do Empreendedorismo criados	1	500.00	Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano
70	Assegurar a criação de uma equipa técnica multisectorial com a responsabilidade de monitorar a implementação da Política e Estratégia Comercial	70.1 Coordenar e monitorar a implementação da Política e Estratégia Comercial	Criada e em funcionamento a Equipa Técnica Multisectorial de Monitoria da Implementação da PEC	1	N/A	MIC/Outros sectores intervenientes
Vector Estratégico 2 - Mecanismo de Monitoria						
71	Institucionalização de um Observatório da Política Comercial como plataforma de acompanhamento e avaliação de implementação e de impactos	71.1 Criar um observatório da política Comercial para acompanhar e avaliar sua a implementação	Observatório da Política Comercial criado	1	N/A	MIC

Objectivos estratégicos			Acções	Indicador	Metas	Para (10) anos	Responsável
						Valor (000) MTN	
72	Criar e operacionalizar um sistema integrado de Monitoria e Avaliação associado a outros instrumentos de políticas afins	72.1	Criar uma plataforma de Monitoria e avaliação da implementação da Política comercial	Plataforma de Monitoria e Avaliação da PEC criada e operacionalizada	1	N/A	MIC
						300.859.600.63	

Preço — 140,00MT

IMPrensa Nacional de Moçambique, E.P.