

**Nome do Projecto:** **Mercado Yangue**

***Slogan:***

*"A Praça Digital do Campo à Cidade, Criado por angolanos, para angolanos."*

**Promotor da Ideia:** **Venâncio Elavoco Cassova Martins**

**Contactos do Promotor:**  
Telemovel: +244 928 565 837  
 Email [venanciomartinse@gmail.com](mailto:venanciomartinse@gmail.com)

**Localização:** Município Cuito, Província do Bié – Angola

**Data:** **Junho de 2025**

1. Sumário Executivo

**Nome do Projecto**: Mercado Yangue

**Slogan:** "A Praça Digital do Campo à Cidade, Criado por angolanos, para angolanos."

**Promotor:** Venâncio Elavoco Cassova Martins

# Visão Geral:

O Mercado Yangue é uma plataforma digital inovadora criada para aproximar agricultores, criadores, pescadores e pequenos produtores rurais dos consumidores urbanos e empresas, promovendo o escoamento da produção nacional de forma moderna, eficiente e segura. Trata-se de um verdadeiro “mercado online angolano”, com foco no comércio justo, valorização do produtor local e inclusão digital nas cadeias produtivas do campo.

# Objectivo Principal:

Facilitar a ligação directa entre produtores e consumidores, promovendo o comércio electrónico rural-urbano e incentivando o consumo de produtos nacionais frescos e transformados, com recurso a tecnologias acessíveis.

# Solução Inovadora:

1. Aplicativo web e móvel com sistema de login, chat integrado, catálogo de produtos, gestão de vendas, relatórios inteligentes e múltiplas formas de pagamento (Multicaixa, IBAN, carteira digital, etc.).
2. Permite a criação de perfis para clientes e produtores, gestão de stock, vendas e compras em tempo real e envio de notificações automáticas.
3. Disponibiliza um sistema de apoio técnico e educativo, para capacitação contínua dos vendedores.

# Mercado-Alvo:

Consumidores urbanos, supermercados, restaurantes, hotéis e empresas que procuram fornecedores nacionais com preços competitivos e rastreabilidade. Agricultores familiares, cooperativas, pescadores artesanais e pequenos criadores em todas as províncias de Angola.

# Diferencial Competitivo:

1. Plataforma 100% angolana, pensada para a realidade local
2. Foco na economia solidária e sustentável
3. Integração com sistemas de logística e entrega
4. Suporte multilíngue e navegação offline parcial

# Missão:

* Conectar os angolanos através de uma plataforma digital que valoriza os produtos locais e promove a sustentabilidade económica.

# Visão:

* Ser o maior e mais confiável mercado digital de Angola, com forte presença nas zonas urbanas e rurais, fomentando o empreendedorismo e a inclusão financeira.

# Valores

* Verdade, Transparência, Pontualidade, Responsabilidade, Sustentabilidade, Legalidade, Justiça e Inovação.

# Palavras-chave:

Agronegócio, Inovação Digital, Plataforma Online, Comércio Rural, Agricultura Familiar, Produção Nacional, Economia Circular, Angola.

1. Apresentação do Promotor

**Nome Completo:** Venâncio Elavoco Cassova Martins

**Contacto:**  
Telefone: +244 928 565 837

E-mail: [venanciomartinse@gmail.com](mailto:venanciomartinse@gmail.com)

# Naturalidade e Residência:

Natural do Município do Cuito, Província do Bié, residente actualmente na Província do Huambo

**Idade:** 25 anos

# Formação Académica:

Possui o plano curricular concluído do curso de Economia, com especialidade em Gestão de Empresas, pela Faculdade de Economia da Universidade José Eduardo dos Santos, na cidade do Huambo.

# Perfil Pessoal e Vocação:

Jovem angolano visionário, motivado pelo desejo de contribuir activamente para o desenvolvimento socioeconómico do país. Apaixonado por inovação, empreendedorismo e tecnologias digitais, dedica-se de forma autodidacta à programação e ao desenvolvimento de soluções informáticas orientadas à realidade angolana.

# Experiência e Projectos:

Com base no conhecimento adquirido e na observação directa das dificuldades enfrentadas por produtores locais e consumidores urbanos, idealizou e desenvolve actualmente dois projectos com forte impacto social e económico:

1. **Mercado Yangue – A Praça Digital do Campo à Cidade**

Uma plataforma digital que aproxima directamente os produtores rurais dos consumidores urbanos e empresas, facilitando o comércio justo, o escoamento da produção nacional e a inclusão digital no agro-negócio.

1. **JIAM Predictivo**

Um projecto tecnológico voltado à previsão inteligente de tendências económicas, agrícolas e sociais com base em dados locais, oferecendo ferramentas analíticas úteis para produtores, investidores e gestores públicos.

# Motivação e Compromisso:

O promotor actua com espírito inovador, ética e firme compromisso com o progresso sustentável das comunidades. Acredita no poder da juventude, da tecnologia e do empreendedorismo social como motores para transformar positivamente a realidade angolana.

1. Análise do Mercado e Oportunidades

# Contexto Nacional

Angola é um país com vasto potencial agrícola, dispondo de terras férteis, clima favorável e uma população maioritariamente jovem e activa. Contudo, apesar deste potencial, grande parte da produção nacional continua a enfrentar dificuldades no escoamento, acesso a mercados estruturados e valorização justa.

As cadeias de comercialização ainda são dominadas por intermediários informais, o que resulta em perdas económicas para os produtores e preços mais elevados para os consumidores. Além disso, muitos agricultores, pescadores e criadores locais não têm acesso a meios tecnológicos que facilitem a divulgação e venda dos seus produtos, mantendo-os à margem da economia digital.

# Tendência do Mercado Digital

Nos últimos anos, tem-se observado em Angola um crescimento considerável na utilização de plataformas digitais, mesmo em áreas fora dos centros urbanos. O acesso crescente à internet, à telefonia móvel e a serviços bancários digitais (como Multicaixa, carteiras móveis e transferências via IBAN) abre espaço para modelos de negócio inovadores e inclusivos.

O comércio electrónico, embora ainda em fase embrionária, começa a ganhar força entre a juventude empreendedora e os consumidores urbanos, que procuram praticidade, confiança e rastreabilidade na aquisição de bens.

# Oportunidade Identificada

Há uma lacuna significativa entre a produção rural e a procura urbana por produtos frescos, naturais e transformados. Esta lacuna representa uma **oportunidade concreta** para:

1. Criar um **canal directo** entre produtores e consumidores finais;
2. **Eliminar intermediários especuladores**, valorizando o produtor;
3. **Reduzir desperdícios**, facilitando a logística e planeamento;
4. **Promover o consumo de produtos nacionais**, reforçando a soberania alimentar;
5. **Incluir digitalmente pequenos produtores**, capacitando-os a usar ferramentas modernas de venda.

# Necessidade de Soluções Locais

Apesar de existirem iniciativas digitais estrangeiras, poucas compreendem ou respeitam a realidade angolana — em termos de língua, cultura, infraestruturas ou comportamento de consumo. O **Mercado Yangue** surge, assim, como uma **solução 100% nacional**, desenhada com base na realidade do campo angolano, e adaptada às necessidades e limitações locais.

O mercado está pronto para abraçar soluções digitais que aliem tecnologia, agricultura e inclusão social. O **Mercado Yangue** responde a uma **necessidade real e urgente**, e posiciona-se como uma alternativa legítima, prática e transformadora para o futuro do agro-negócio em Angola.

1. Descrição dos Produtos e Serviços

O **Mercado Yangue** é mais do que uma simples plataforma de vendas. É uma solução tecnológica e social desenhada para **fortalecer a cadeia de valor agroalimentar angolana**, aproximando o campo da cidade, com **serviços digitais inclusivos e adaptados à realidade nacional**.

# Plataforma Digital Multicanal

Disponível em formato **web** e **aplicativo móvel**, o Mercado Yangue funciona como uma **praça digital** onde produtores, criadores, pescadores e transformadores podem divulgar e comercializar os seus produtos directamente ao consumidor final ou a empresas compradoras.

# Funcionalidades principais:

1. **Catálogo de Produtos Personalizado**: Imagens, descrições, preços, quantidade disponível e actualizações em tempo real.
2. **Sistema de Login por Perfil**: Registo diferenciado para clientes e produtores, permitindo controlo e personalização da experiência de uso.
3. **Carrinho de Compras e Histórico de Transacções**: Facilita o processo de compra e o acompanhamento de entregas, com opção de reembolso e gestão de devoluções.
4. **Chat Integrado**: Comunicação directa e segura entre produtor e cliente, fomentando a confiança e a negociação transparente.
5. **Notificações Automáticas**: Alertas sobre novas encomendas, promoções, alterações de preços e estado das entregas.

# Gestão Comercial e Relatórios Inteligentes

1. **Painel de Vendas para Produtores**: Visualização clara das vendas realizadas, produtos mais procurados, receitas geradas e feedback dos clientes.
2. **Sistema de Inventário e Alerta de Stock**: Controlo de quantidade disponível com actualizações em tempo real e notificações sobre necessidade de reposição.
3. **Relatórios Personalizáveis**: Estatísticas mensais e trimestrais que ajudam na tomada de decisões, planeamento da produção e gestão financeira.

# Pagamentos Flexíveis e Inclusivos

O Mercado Yangue integra **diversas formas de pagamento**, garantindo acessibilidade e comodidade:

1. **Transferências via Multicaixa Express**
2. **Pagamentos por IBAN**
3. **Carteiras digitais nacionais (ex.: Unitel Money, Africell Pay)**
4. **Opções offline para zonas sem cobertura bancária directa (mediante validação manual)**

# Serviços Complementares

1. **Capacitação Técnica**: Acesso a conteúdos educativos e tutoriais sobre boas práticas agrícolas, gestão de vendas, uso da plataforma e literacia financeira.
2. **Suporte Técnico Activo**: Linha de apoio via chat e contacto directo para resolução de problemas, orientações e apoio contínuo.
3. **Promoções e Destaques**: Espaço exclusivo para campanhas sazonais, produtos com selo de qualidade e promoções especiais.

O **Mercado Yangue** não é apenas uma plataforma; é um **instrumento de transformação socioeconómica**, um verdadeiro **ecossistema digital nacional**, pensado para elevar a dignidade e os rendimentos dos nossos produtores e dar aos consumidores acesso a produtos frescos, locais e de confiança.

1. Estratégia de Marketing e Comunicação

O **Mercado Yangue** será promovido através de uma abordagem multicanal, combinando **estratégias digitais e presenciais**, com forte ligação à comunidade e aos contextos socioculturais de Angola. O foco será na **educação digital dos produtores**, na **confiança dos consumidores** e na **promoção da produção nacional**.

# Posicionamento da Marca

A marca Mercado Yangue será posicionada como:

* **A primeira praça digital 100% angolana,** focada no escoamento da produção nacional;
* Uma solução **acessível, segura e adaptada** à realidade do campo e da cidade;
* Um símbolo de **inovação com raízes culturais**, impulsionando o agronegócio local com dignidade e justiça.

# Identidade Visual e Slogan

* **Nome**: Mercado Yangue
* **Slogan**: *"A Praça Digital do Campo à Cidade, Criado por angolanos, para angolanos."*
* **Identidade visual**: Cores naturais (verde, castanho e dourado), ícones agrícolas e elementos que remetem à terra, tradição e modernidade.

****

**Figura 1: Logotipo MercadoYangue**

# Canais de Comunicação

* + 1. **Canais Digitais:**

1. **Redes sociais**: Facebook, WhatsApp Business, Instagram e TikTok para partilha de produtos, histórias de produtores e campanhas de sensibilização;
2. **Website oficial e aplicação móvel**: com interface adaptada e conteúdos educativos;
3. **Email marketing**: newsletters com dicas, promoções e testemunhos reais;
4. **YouTube e vídeos educativos**: pequenos tutoriais e histórias de sucesso no campo angolano.
   * 1. **Canais Tradicionais:**
5. **Rádio comunitária e nacional**: campanhas em línguas nacionais e spots de sensibilização nas zonas rurais;
6. **Feiras agrícolas e eventos locais**: presença activa para demonstração do aplicativo, inscrição de produtores e venda directa;
7. **Cartazes e panfletos informativos**: distribuídos em mercados municipais, administrações locais, escolas agrícolas e igrejas.

# Estratégia de Adoção nas Comunidades Rurais

1. **Promotores de campo**: jovens formados que visitam as comunidades, explicam o uso da plataforma e ajudam no registo de vendedores;
2. **Parcerias com cooperativas, ONGs e escolas agrícolas** para inclusão de produtores organizados e capacitação contínua;
3. **Testemunhos reais** de agricultores e criadores que aumentaram o rendimento com o uso do Mercado Yangue.

# Incentivos ao Uso Inicial

1. **Campanhas promocionais** com entrega gratuita nos primeiros pedidos;
2. **Bónus de fidelização** para produtores com boa avaliação;
3. **Destaque gratuito** para novos produtos nas primeiras semanas de registo;
4. **Prémios mensais** para vendedores com mais vendas ou inovação no uso da plataforma.

# Medição de Resultados e Ajustes

1. **Indicadores-chave (KPIs)**: número de utilizadores registados, número de vendas, feedback dos utilizadores, alcance das publicações;
2. **Avaliações trimestrais**: para ajustar as estratégias com base no comportamento dos utilizadores;
3. **Canal aberto para sugestões** dentro da própria aplicação.

Com esta estratégia, o **Mercado Yangue** garante **visibilidade nacional, adopção comunitária e expansão sustentável**, promovendo uma marca que **representa o povo angolano**, desde o camponês até ao consumidor urbano.

1. Análise de Mercado

A presente análise visa apresentar uma visão objectiva do **contexto económico, social e tecnológico** de Angola, com foco na **agricultura familiar**, **cadeias curtas de comercialização** e **comércio digital**, que constituem a base do projecto **Mercado Yangue**. Esta secção fundamenta o potencial e a viabilidade do negócio dentro da **realidade socioeconómica nacional**.

# Contexto Económico e Social de Angola

Angola possui uma população estimada em mais de **36 milhões de habitantes**, sendo a maioria **jovem e em idade activa**. Apesar do crescimento urbano, **mais de 60% da população depende da agricultura de subsistência**, com destaque para zonas rurais e periurbanas. A agricultura representa cerca de **10% do PIB**, mas emprega mais de **45% da população activa**, com **baixa mecanização e fraca inserção nos mercados formais**.

Os **níveis de pobreza multidimensional** ainda são elevados, especialmente fora dos grandes centros, e os **canais de distribuição tradicionais** são ineficientes, caracterizados por **intermediação abusiva**, **perdas pós-colheita elevadas** e **desvalorização dos produtos locais**.

A nível urbano, há **uma procura crescente por produtos frescos, saudáveis e de origem conhecida**, especialmente em cidades como Luanda, Benguela, Huambo e Lubango. Os consumidores valorizam **qualidade, segurança e conveniência**, mas enfrentam **preços altos e pouca ligação directa com os produtores**.

# Oportunidades para o Mercado Yangue

O projecto **Mercado Yangue** posiciona-se como resposta directa às **limitações estruturais do mercado agrícola angolano**, propondo:

1. **Escoamento eficiente da produção agrícola nacional**, com redução de perdas;
2. **Ligação directa entre produtor e consumidor**, sem atravessadores;
3. **Inclusão digital de pequenos produtores** por meio de tecnologia acessível;
4. **Promoção da rastreabilidade e segurança alimentar**, exigida pelo consumidor moderno;
5. **Estímulo ao empreendedorismo juvenil rural**, com formação e inovação.

A penetração da Internet em Angola está em expansão, com mais de **14 milhões de utilizadores activos**, graças ao crescimento do acesso via **smartphones e redes móveis**. Plataformas digitais como o **WhatsApp, Facebook e TikTok** mostram que **há abertura e familiaridade com o ambiente digital**, mesmo entre populações rurais com acesso limitado a formação formal.

# Concorrência e Mercado Potencial

Actualmente, **não existe em Angola uma plataforma digital abrangente, estruturada e com foco no escoamento da produção rural**, feita sob medida para os contextos locais. Algumas soluções emergentes são:

1. **Grupos informais em redes sociais** (WhatsApp, Facebook Marketplace);
2. **Aplicações estrangeiras não adaptadas à realidade nacional**;
3. **Mercados físicos locais**, muitas vezes saturados e sem estrutura.

Portanto, o **Mercado Yangue preenche uma lacuna real**: oferece uma solução **digital, educativa, justa e personalizada**, promovendo **comércio electrónico do campo para a cidade**, com **apoio técnico e transparência nas transacções**.

# Tendências Favoráveis ao Negócio

1. **Digitalização em expansão**: A crescente inclusão digital no país favorece soluções tecnológicas acessíveis.
2. **Valorização do produto nacional**: Após a pandemia, aumentou o consumo de bens locais e o incentivo à produção nacional.
3. **Apoio institucional**: Programas governamentais e de parceiros internacionais incentivam o agronegócio, inovação e juventude empreendedora.
4. **Mobilização juvenil**: Angola possui uma juventude empreendedora, disposta a apostar em soluções digitais para resolver problemas locais.

# Desafios a Considerar

1. **Infra-estruturas limitadas** (energia, transporte, Internet) em algumas zonas rurais;
2. **Baixo nível de literacia digital** entre produtores mais velhos;
3. **Desconfiança em plataformas digitais** e medo de fraudes (ainda presente no mercado informal);
4. **Necessidade de investimento inicial em sensibilização, formação e apoio técnico** contínuo.

O **Mercado Yangue** surge como uma **resposta legítima, estratégica e oportuna** a um conjunto de **fragilidades estruturais** no sistema de distribuição de alimentos em Angola. A aposta na **digitalização do comércio rural**, com base em **justiça, inovação e inclusão**, representa **um salto qualitativo no modelo de desenvolvimento económico nacional**.

Trata-se de um mercado **em crescimento e com forte carência de soluções locais personalizadas**, o que oferece um **terreno fértil para a expansão sustentável da plataforma**.

1. Análise SWOT – Mercado Yangue

A análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) permite compreender de forma estratégica o posicionamento interno e externo do **Mercado Yangue**, avaliando os factores que podem influenciar o sucesso e a sustentabilidade do projecto a curto, médio e longo prazos.

# Pontos Fortes (Forças Internas)

✅ **Plataforma digital inovadora e 100% angolana:** Desenvolvida com base na realidade local, com tecnologia adaptada às necessidades de produtores e consumidores angolanos.

✅ **Ligação directa entre campo e cidade** : Elimina intermediários abusivos, promove preços justos e valorização da produção nacional.

✅**Multifuncionalidade**: Inclui sistema de login, gestão de produtos, vendas, relatórios inteligentes, histórico de conversas e pagamentos multicanal.

✅**Inclusão digital rural**: Facilita o acesso de agricultores e criadores ao mercado digital, mesmo com baixo nível de escolaridade, através de uma interface acessível e apoio educativo.

✅ **Impacto social positivo**: Contribui para a redução da pobreza, inclusão económica juvenil e segurança alimentar.

✅ **Modelo escalável**: Pode ser expandido para todas as províncias, com adaptação mínima, e até internacionalizado para outros países africanos.

# Pontos Fracos (Fraquezas Internas)

⚠️ **Necessidade de sensibilização e formação contínua dos utilizadores rurais**: Alguns produtores têm fraca literacia digital, exigindo mais investimento em capacitação e acompanhamento.

⚠️ **Infra-estruturas limitadas em zonas rurais**  
Falhas no fornecimento de energia eléctrica e sinal de Internet dificultam o uso pleno da aplicação em algumas comunidades.

⚠️ **Baixa confiança inicial em plataformas digitais**: Há receios generalizados sobre fraudes e incumprimento de transacções online, exigindo acções sólidas de credibilização e suporte técnico.

⚠️ **Capacidade financeira limitada no arranque**: O investimento inicial para infraestrutura, marketing e formação é elevado, especialmente para manter um ritmo sustentável de crescimento.

# Oportunidades (Factores Externos Positivos)

📈 **Crescimento da digitalização em Angola**: Com mais de 14 milhões de utilizadores de Internet, aumenta o potencial de adesão ao comércio electrónico em todas as classes sociais.

📈 **Apoios institucionais à produção nacional**: Políticas públicas e programas de parceiros internacionais têm promovido a agricultura familiar, inclusão financeira e inovação digital.

📈 **Mudança no perfil do consumidor urbano**: Procura crescente por produtos frescos, rastreáveis, com origem conhecida, e possibilidade de comprar directamente ao produtor.

📈 **Espaço no mercado digital angolano**: Ausência de concorrência directa estruturada no sector agroalimentar online, com possibilidade de ocupar uma posição de liderança.

📈 **Expansão de meios de pagamento digitais**: Adopção crescente de Multicaixa Express, IBAN, wallets móveis e pagamentos instantâneos cria um ambiente favorável à digitalização comercial.

# Ameaças (Factores Externos Negativos)

🚨 **Concorrência informal em redes sociais**: Grupos de venda em WhatsApp e Facebook, apesar de desorganizados, absorvem uma fatia do mercado e podem resistir à migração para plataformas formais.

🚨 **Instabilidade económica**: Flutuações cambiais, inflação e dificuldades no acesso ao crédito podem limitar o poder de compra dos consumidores e investimento dos produtores.

🚨 **Desigualdade regional no acesso às TICs**: Províncias do interior enfrentam maiores dificuldades de conectividade e infra-estruturas, o que pode restringir a penetração da plataforma em certas zonas.

🚨 **Burocracia e instabilidade normativa**: Mudanças nas políticas de comércio, tributação e protecção de dados podem criar entraves ao funcionamento eficiente da plataforma.

A análise demonstra que o **Mercado Yangue tem uma base sólida e bem ancorada na realidade de Angola**, com **forças internas robustas e oportunidades externas promissoras**. Embora existam **desafios significativos**, estes podem ser **minimizados com estratégia, formação e inovação contínua**, assegurando **resiliência e crescimento sustentável**.

1. Análise PESTEL – Mercado Yangue

A análise **PESTEL** visa compreender os factores externos que podem influenciar o sucesso do projecto **Mercado Yangue**, agrupando-os nas seguintes categorias: **Políticos, Económicos, Sociais, Tecnológicos, Ecológicos e Legais**.

# Fatores Políticos

🔹 **Estabilidade governativa moderada:**Angola tem vivido uma estabilidade política relativa, o que é favorável ao desenvolvimento de negócios. No entanto, a centralização administrativa e a lentidão em processos públicos ainda criam entraves à inovação.

🔹 **Apoio institucional ao agro-negócio:** Programas como o **PIIM**, **PLANAGRÃO**, **PAPE** e outras políticas públicas favorecem o crescimento do agro-negócio, da juventude produtiva e da digitalização no campo, o que alinha-se com a proposta do Mercado Yangue.

🔹 **Burocracia e entraves na legalização:** A dificuldade em aceder ao registo comercial, certidões e financiamentos formais continua a ser um dos maiores obstáculos para os pequenos produtores rurais que desejam formalizar-se.

# Fatores Económicos

🔹 **Inflação e perda do poder de compra:** A subida dos preços, aliada à desvalorização do Kwanza, tem impacto directo no poder de compra dos consumidores, o que pode condicionar a procura pelos produtos no mercado digital.

🔹 **Crescimento do empreendedorismo local:** Apesar das dificuldades, muitos jovens e camponeses estão a iniciar pequenos negócios e procuram plataformas inovadoras e acessíveis para escoar os seus produtos.

🔹 **Expansão das soluções financeiras digitais:** As carteiras móveis, transferências por Multicaixa Express, IBAN e outras soluções financeiras locais estão a tornar-se mais comuns, o que permite pagamentos digitais com maior segurança e rapidez.

# Fatores Sociais

🔹 **População maioritariamente jovem:** A maior parte dos angolanos tem menos de 25 anos, sendo utilizadores frequentes de tecnologia, redes sociais e serviços digitais. Este grupo representa uma fatia importante do mercado do Mercado Yangue.

🔹 **Procura crescente por produtos nacionais:** Há um movimento social que valoriza a produção local e a preferência por produtos nacionais frescos e transformados, o que favorece a adesão à plataforma.

🔹 **Défice de formação e inclusão digital:** Em zonas rurais, muitos produtores enfrentam dificuldades em utilizar tecnologia de forma autónoma, por falta de formação e alfabetização digital, o que exige acções formativas específicas e simples.

# Fatores Tecnológicos

🔹 **Maior acesso à Internet e a telemóveis:** O número de utilizadores de smartphones e o acesso à Internet estão a aumentar, mesmo nas províncias do interior. Isso facilita o uso de plataformas como o Mercado Yangue.

🔹 **Falta de cobertura total e falhas técnicas:** Em algumas zonas ainda não há cobertura de rede fiável ou fornecimento constante de energia, o que dificulta o uso contínuo do sistema.

🔹 **Avanços tecnológicos aplicáveis ao agro-negócio:** Ferramentas como localização GPS, gestão de stock em tempo real e notificações automáticas já estão ao alcance e podem ser integradas ao sistema para melhorar a experiência de produtores e clientes.

# Fatores Ecológicos

🔹 **Alterações climáticas imprevisíveis:** A seca, cheias e fenómenos extremos afectam directamente a produção agrícola nacional, o que pode gerar falhas temporárias na disponibilidade de certos produtos.

🔹 **Valorização de práticas sustentáveis:** Consumidores estão cada vez mais atentos ao impacto ambiental das suas compras. O Mercado Yangue pode destacar práticas sustentáveis e circuitos curtos de comercialização como valor acrescentado.

🔹 **Redução da pegada ecológica com comércio digital:** Ao ligar directamente o produtor ao consumidor, sem intermediários e com menor transporte envolvido, reduz-se também o impacto ambiental, fortalecendo a economia circular.

# Fatores Legais

🔹 **Leis do comércio electrónico e protecção de dados:** Angola já possui um quadro legal que reconhece e regula o comércio electrónico, incluindo a **Lei sobre Transacções Electrónicas** e a **Lei de Protecção de Dados Pessoais**.

🔹 **Pouco acesso à justiça por pequenos produtores:** Produtores em zonas rurais não têm fácil acesso à justiça ou ao acompanhamento jurídico, o que pode dificultar o tratamento de fraudes, cobranças ou conflitos comerciais.

🔹 **Fiscalização fraca nas redes sociais:** A presença de vendedores informais em redes sociais sem qualquer controlo ou regulação prejudica a credibilidade do comércio electrónico formal e seguro.

# Síntese Final da Análise PESTEL

O ambiente externo angolano oferece condições favoráveis ao crescimento do Mercado Yangue, sobretudo no que diz respeito à juventude empreendedora, à valorização da produção local e à expansão digital. Contudo, será necessário actuar com realismo, oferecendo **formação acessível, soluções tecnológicas adaptadas à realidade rural**, e promover uma **forte comunicação de confiança**, que destaque os benefícios e a segurança da plataforma para todos os intervenientes.

1. Estudo de Mercado e Segmentação do Público-Alvo

# Contextualização do Mercado

Angola possui um mercado agrícola e pesqueiro abundante, com milhares de pequenos produtores, criadores e pescadores espalhados pelas 18 províncias. A produção nacional, apesar de variada e rica, enfrenta sérios desafios de escoamento, comercialização, conservação e acesso aos grandes centros de consumo, como Luanda, Huambo, Benguela, Lubango e outras cidades de maior densidade urbana.

Ao mesmo tempo, consumidores urbanos enfrentam dificuldades em encontrar produtos frescos e genuínos, a preços justos e com rastreabilidade de origem. Muitos confiam em mercados informais ou importações, ignorando o potencial produtivo interno.

O Mercado Yangue surge como **ponte tecnológica entre o campo e a cidade**, promovendo o comércio justo, directo e moderno.

# Segmentos de Público-Alvo

1. **Produtores Rurais – Agricultores, Criadores e Pescadores**
2. **Perfil:**

* Residentes em zonas periurbanas e rurais
* Maioritariamente trabalhadores informais ou membros de cooperativas
* Baixo ou médio domínio digital
* Produção sazonal, em pequena ou média escala

1. **Necessidades:**

* Escoar a produção com rapidez e segurança
* Aceder a novos mercados sem depender de intermediários
* Receber pagamento fiável e directo
* Visibilidade dos seus produtos

1. **Como o Mercado Yangue responde:**

* Permite criação de perfil individual ou colectivo
* Interface simples, em português, com apoio educativo
* Métodos de pagamento variados e seguros
* Gestão de stock, catálogo com fotos e actualização em tempo real

1. **Consumidores Urbanos – Individuais e Empresariais**
2. **Perfil:**

* Residentes em centros urbanos e cidades intermédias
* Com acesso regular à Internet e serviços financeiros digitais
* Interesse por produtos nacionais e frescos
* Inclui famílias, donos de restaurantes, hotéis, cantinas e pequenos retalhistas

1. **Necessidades:**

* Produtos frescos e de qualidade com entrega segura
* Facilidade na comparação de preços
* Transparência na origem dos alimentos
* Rapidez e confiança na compra digital

1. **Como o Mercado Yangue responde:**

* Plataforma com filtros, pesquisa e catálogo detalhado
* Comunicação directa com o vendedor via chat
* Histórico de compras, feedback e suporte ao cliente
* Possibilidade de entrega ou levantamento por acordo directo

1. **Jovens Empreendedores e Cooperativas Agrícolas**
2. **Perfil:**

* Iniciativas comunitárias, start-ups do agro, associações juvenis
* Formação básica em TIC ou desejo de digitalização
* Interesse em crescer e expandir a sua marca própria

1. **Necessidades:**

* Apoio técnico e visibilidade online
* Ferramentas de gestão simplificadas
* Análises de vendas, relatórios, tendências de mercado

1. **Como o Mercado Yangue responde:**

* Relatórios automáticos de vendas e gestão simples de produtos
* Apoio técnico contínuo, com tutoriais e assistência via plataforma
* Destaque de perfis activos e bem avaliados
* Promoção de iniciativas com impacto social e ecológico

# Oportunidades de Mercado

* Crescimento do comércio electrónico em Angola
* Aumento do interesse por plataformas nacionais
* Incentivo governamental ao agro-negócio e à produção local
* Expansão das redes móveis e bancarização digital
* Déficit de plataformas especializadas no agro

# Estratégia de Acesso ao Mercado

* Campanhas nas rádios comunitárias e redes sociais
* Parcerias com cooperativas, administrações locais e escolas técnicas rurais
* Promoção de tutoriais e vídeos educativos sobre como usar a plataforma
* Embaixadores regionais do Mercado Yangue: jovens locais formados para apoiar os vendedores nas suas comunidades

O Mercado Yangue posiciona-se como solução para uma **necessidade real e urgente**: **integrar o campo à cidade de forma justa, digital e inclusiva**. Com uma base de utilizadores bem identificada e estratégias adequadas à realidade angolana, o projecto tem potencial para escalar de forma sustentável e com forte impacto social e económico.

1. Proposta de Valor e Diferenciais Competitivos

# Proposta de Valor

O **Mercado Yangue** é uma plataforma digital angolana que liga directamente **produtores locais (do campo)** a **consumidores urbanos (da cidade)**, promovendo **comércio justo, acessível, directo e transparente**.

A nossa proposta de valor baseia-se em **5 pilares fundamentais**:

1. **Acesso digital justo à economia** para pequenos produtores rurais
2. **Facilidade e segurança nas compras de produtos frescos e locais** para o consumidor urbano
3. **Redução de perdas pós-colheita** por meio da comercialização digital rápida
4. **Promoção da produção nacional** e do empreendedorismo jovem e camponês
5. **Valorização do campo e da identidade angolana**, com base na confiança, rastreabilidade e inclusão

# Diferenciais Competitivos

**🔸 Plataforma criada por angolanos, para angolanos:** Todo o sistema foi pensado tendo em conta as realidades, desafios e oportunidades do território angolano – desde a linguagem simples, até às soluções adaptadas à baixa literacia digital.

**🔸 Foco exclusivo no agro-negócio nacional:** Enquanto outras plataformas vendem de tudo, o Mercado Yangue é especializado em produtos agrícolas, pecuários e da pesca, promovendo exclusivamente a produção local e comunitária.

**🔸 Integração de meios de pagamento locais:** Permite o uso de **Multicaixa Express**, transferências bancárias por IBAN, pagamentos manuais com verificação, e no futuro, carteiras móveis locais – facilitando o acesso mesmo sem cartão de crédito internacional.

**🔸 Chat directo entre vendedor e comprador:** Evita a intermediação desnecessária, permitindo negociações claras, confiança e acordos flexíveis, como entrega em ponto combinado ou pagamento faseado.

**🔸 Formação contínua e assistência digital:** Inclui vídeos, tutoriais, manuais simples e assistência técnica regional para ajudar os produtores a criar perfis, adicionar produtos, responder a mensagens e gerir vendas com facilidade.

**🔸 Gestão de produtos, relatórios e acompanhamento:** O sistema inclui área de gestão para vendedores acompanharem vendas, actualizarem quantidades, acompanharem o desempenho e receberem sugestões automáticas com base nos dados.

**🔸 Interface leve, acessível e funcional:** Pode ser usado em **telemóveis simples com Internet básica**, o que é ideal para zonas com ligação fraca ou limitada. A prioridade é funcionalidade, não luxo.

**🔸 Relação directa com cooperativas e administrações locais :** A plataforma prevê integração futura com programas de apoio comunitário, feiras locais e cooperativas, de forma a ser uma **extensão digital do mercado tradicional angolano**.

# O que nos distingue dos outros?

| **Aspecto** | **Mercado Yangue** | **Outras plataformas** |
| --- | --- | --- |
| Criado para o agro angolano | ✅ Sim | ❌ Geral ou estrangeiro |
| Apoio ao produtor camponês | ✅ Forte | ❌ Fraco ou inexistente |
| Funciona com Internet fraca | ✅ Sim | ❌ Nem sempre |
| Chat entre vendedor e cliente | ✅ Directo | ❌ Limitado |
| Pagamento via Multicaixa Express e IBAN | ✅ Incluído | ❌ Ausente |
| Formação e apoio técnico | ✅ Permanente | ❌ Pouco ou nenhum |
| Estilo visual com identidade nacional | ✅ Orgânico e simples | ❌ Importado e complexo |
| Responsabilidade social e económica | ✅ Inclusiva | ❌ Comercial apenas |

O **Mercado Yangue** não é apenas uma plataforma digital.  
É **um instrumento de transformação económica, social e cultural**, que reconhece o valor da produção nacional, respeita o saber camponês e confia na juventude empreendedora angolana.

A nossa proposta de valor está enraizada em **identidade, inclusão e inovação acessível** – pilares que tornam o Mercado Yangue **único, legítimo e necessário** para o futuro do comércio nacional.

1. Plano de Marketing e Comunicação

# Objectivo de Marketing

O plano de marketing do **Mercado Yangue** tem como objectivo principal **criar notoriedade nacional**, **angariar utilizadores activos** (clientes e produtores), e **posicionar a plataforma como a principal referência digital de comercialização agroalimentar em Angola**.

# Estratégias de Divulgação

**📌 Fase Inicial (lançamento local e piloto regional)**

* **Parcerias com administrações municipais**, igrejas, rádios comunitárias e cooperativas agrícolas para sensibilização directa nas comunidades camponesas.
* **Campanhas em rádios locais** e programas de entrevistas para explicar o funcionamento e os benefícios da plataforma.
* **Panfletos e cartazes físicos** distribuídos em mercados informais, associações de produtores e lojas de insumos agrícolas.
* **Demonstrações presenciais com tutoriais simples**, feitos por jovens locais capacitados como “agentes Yangue”.

**📌 Fase Intermédia (expansão urbana e nacional)**

* **Campanhas nas redes sociais** (Facebook, WhatsApp, Instagram), com vídeos curtos e depoimentos reais de utilizadores.
* **Marketing de influência** com figuras locais conhecidas (artistas, radialistas, jovens empreendedores).
* **Criação de uma página institucional** com conteúdos educativos, dicas de vendas, e informações sobre agricultura e empreendedorismo rural.
* **Lançamento de uma aplicação móvel leve** disponível para Android (via Play Store e partilha directa por Bluetooth ou Xender).

**📌 Fase de Consolidação (reconhecimento nacional e parcerias institucionais)**

* **Parcerias com universidades**, incubadoras e programas de apoio ao empreendedorismo jovem e agrícola.
* **Participação em feiras e eventos agrícolas nacionais**, como a Feira Agropecuária do Huambo ou encontros provinciais de camponeses.
* **Publicidade institucional em meios de comunicação nacionais**, como a TPA, Rádio Nacional e Jornal de Angola, com foco na transformação digital rural.

# Posicionamento e Mensagem

* + 1. **Mensagem central:**

***“Mercado Yangue – A praça digital do campo à cidade. Criado por angolanos, para angolanos.”***

* + 1. **Tom da comunicação:**

1. Popular, educativo, motivador e inclusivo.
2. Com enfoque na **transformação da vida real dos produtores**, na **segurança para os consumidores**, e na **valorização do produto nacional**.
   * 1. **Identidade Visual e Linguística**

* **Cores base:** Verde-terra (representa a agricultura), Amarelo-sol (energia), e Castanho-claro (terra fértil).
* **Logotipo:** Simples, com símbolo de ligação entre campo e cidade, facilmente reconhecível por qualquer pessoa, mesmo com baixa escolaridade.
* **Linguagem:** Sempre em **português de Angola**, com frases curtas, directas, e uso de termos familiares às comunidades.

# Canais de Comunicação Prioritários

| **Canal** | **Justificativa** |
| --- | --- |
| **Facebook e WhatsApp** | Maior taxa de utilização nacional, acessível mesmo em zonas remotas |
| **Rádio comunitária** | Forte influência e confiança local, especialmente no meio rural |
| **Contactos presenciais** | Formação e adesão directa de vendedores e agricultores |
| **Feiras locais e cooperativas** | Interacção directa com o público-alvo e visibilidade |
| **Boca-a-boca e mobilizadores locais** | Disseminação orgânica da plataforma com credibilidade |

# Indicadores de Avaliação

* Número de **produtores cadastrados activamente**
* Número de **transacções realizadas por mês**
* Tráfego e visitas nas plataformas digitais
* Crescimento orgânico nas redes sociais
* Feedback e satisfação dos utilizadores
* Reconhecimento espontâneo da marca em pesquisas locais

# Calendário de Acções (exemplo simplificado)

| **Mês** | **Acção** |
| --- | --- |
| Mês 1 | Campanha piloto nos municípios do Huambo e Cuito |
| Mês 2 | Criação de conteúdo digital, vídeos, e abertura de página institucional |
| Mês 3 | Início de divulgação em rádios locais e redes sociais |
| Mês 4 | Activação em feiras agropecuárias e expansão para Bié, Benguela, Malanje |
| Mês 5 | Análise dos dados e adaptação das campanhas |
| Mês 6 | Consolidação e articulação com entidades institucionais e investidores |

O **plano de marketing do Mercado Yangue** é realista, popular e eficaz.  
Combina **acção directa com ferramentas digitais acessíveis**, prioriza a **confiança local**, respeita a **diversidade regional** e está alinhado com a **identidade nacional e económica de Angola**.

1. Estrutura Operacional e Técnica do Projecto

# Modelo de Funcionamento

O **Mercado Yangue** funcionará como uma **plataforma digital híbrida** (web e móvel), disponível através de ligação à internet e com funcionalidades acessíveis em modo offline parcial, sempre que possível.

A plataforma será composta por duas interfaces principais:

1. **Interface do Vendedor/Agricultor**: Permite registar-se, adicionar produtos com imagens, quantidades, preços, formas de pagamento e descrição. Garante o controlo de stock, gestão de vendas, comunicação com clientes e acesso a relatórios de desempenho.
2. **Interface do Cliente/Comprador**: Permite procurar produtos por categoria, localização ou nome, adicionar ao carrinho, efectuar pagamento e contactar directamente o produtor via chat seguro.

# Equipa Técnica Inicial

A operação do projecto será assegurada por uma equipa multidisciplinar, enxuta e eficiente:

| **Função** | **Responsável** | **Observações** |
| --- | --- | --- |
| **Coordenador Geral** | Venâncio E. C. Martins | Fundador e idealizador do projecto |
| **Programador Full Stack** | Interno | Desenvolvimento da plataforma (React + Node.js + MongoDB) |
| **Designer e Marketing Digital** | Terceirizado/Freelancer | Identidade visual, redes sociais e materiais educativos |
| **Assistente de Apoio ao Cliente** | Estagiário (formação local) | Apoio via WhatsApp e redes sociais |
| **Mobilizadores Rurais** | Jovens capacitados localmente | Formação e apoio aos vendedores nas comunidades |

Com o crescimento do projecto, a equipa será expandida, com prioridade a jovens locais e talentos nacionais.

# Componentes Técnicos Principais

1. **Frontend (Interface visual):** React.js com TailwindCSS, adaptado para utilizadores com pouca literacia digital, com navegação simples e intuitiva.
2. **Backend (Lógica do sistema):** Node.js com Express, API RESTful segura.
3. **Base de Dados:** MongoDB (escalável, leve e adequado a ambientes com pouca infraestrutura).
4. **Armazenamento de Imagens:** Cloudinary ou Firebase.
5. **Sistema de Chat:** Socket.IO (tempo real), com notificações.
6. **Hospedagem:** VPS nacional ou plataforma cloud (DigitalOcean, Hetzner ou alternativa local).
7. **Segurança:** Autenticação JWT, encriptação de dados, backups automáticos.

# Funcionalidades-Chave

1. **Cadastro e login diferenciados** (cliente ou produtor)
2. **Catálogo personalizado de produtos**
3. **Gestão de stock e actualização automática**
4. **Carrinho de compras com cálculo em tempo real**
5. **Múltiplas formas de pagamento (Multicaixa, IBAN, Referência)**
6. **Chat entre comprador e vendedor**
7. **Sistema de notificações inteligentes**
8. **Painel de vendas e relatórios por período, produto e cliente**
9. **Funcionalidade de impressão de relatórios**
10. **Modo offline parcial para áreas sem internet constante**
11. **Sistema de suporte educativo (textos, vídeos e FAQ)**

# Sustentabilidade Técnica

1. **Actualizações contínuas baseadas em feedback dos utilizadores**
2. **Infraestrutura digital leve**, optimizada para redes móveis 3G e 4G, comuns em Angola.
3. **Formação e capacitação de jovens técnicos locais**, para garantir autonomia futura.
4. **Código limpo e documentado**, permitindo auditoria e replicação segura do sistema.

**13.6 Apoio Técnico ao Utilizador**

1. Suporte via **WhatsApp, telefone e redes sociais**
2. Material educativo (vídeos curtos, manuais visuais em PDF e áudio em línguas locais)
3. Base de conhecimento acessível no site/app com perguntas frequentes
4. Disponibilidade de **agentes locais capacitados** nas províncias-piloto (Huambo, Bié, Benguela)

# Expansão Técnica Progressiva

A expansão da infraestrutura seguirá um plano em fases:

1. **Fase Piloto:** Municípios do Huambo e Cuito
2. **Fase Intermédia:** Benguela, Bié e Malanje
3. **Fase Nacional:** Todas as províncias, com inclusão de cooperativas e zonas periurbanas
4. **Fase Internacional:** Exportação da ideia para PALOPs (Moçambique, Guiné-Bissau, etc.)
5. Avaliação de Impacto Social, Económico e Ambiental

# Impacto Social

O **Mercado Yangue** posiciona-se como uma ferramenta concreta de inclusão social e digital, com potencial de transformar a vida de milhares de produtores e consumidores em Angola.  
A nível social, os impactos esperados incluem:

1. **Inclusão Digital no Campo:** Capacitação de agricultores e produtores informais para uso de tecnologias móveis e digitais, reduzindo desigualdades no acesso à informação e ao mercado.
2. **Redução da Pobreza Rural:** Aumento da renda dos produtores ao eliminar intermediários injustos, garantindo preços mais justos e previsibilidade de receitas.
3. **Fortalecimento das Cadeias Locais:** Estímulo à cooperação entre produtores, cooperativas e famílias agrícolas, promovendo o espírito de solidariedade e auto-organização.
4. **Geração de Emprego Jovem:** O projecto aposta na formação e contratação de jovens técnicos locais para suporte, mobilização e expansão do sistema.
5. **Empoderamento Feminino:** Incentivo directo à participação de mulheres nas cadeias produtivas digitais, com destaque para iniciativas familiares e cooperativas femininas.

# Impacto Económico

A plataforma contribuirá activamente para o fortalecimento da economia nacional por meio dos seguintes eixos:

1. **Formalização de Pequenos Produtores:** Acesso a uma plataforma com recibos, controlo de vendas e visibilidade junto a compradores institucionais.
2. **Promoção do Consumo Nacional:** Estímulo ao consumo de produtos locais, reduzindo a dependência de importações e fortalecendo o agro-negócio interno.
3. **Ligação Directa com Instituições:** Restaurantes, supermercados, hotéis e cantinas poderão comprar directamente a produtores locais, com rastreabilidade e melhores condições comerciais.
4. **Redução de Perdas Pós-Colheita:** Com vendas programadas e entrega directa, diminui-se o desperdício de alimentos por falta de escoamento.
5. **Aumento da Base Fiscal:** Com o tempo, poderá facilitar a transição de muitos produtores informais para o sistema fiscal, contribuindo para as receitas do Estado.

# Impacto Ambiental

Embora seja um projecto digital, o **Mercado Yangue** está alinhado com práticas sustentáveis que promovem a protecção ambiental:

1. **Redução do Transporte Desnecessário:** A ligação directa entre comprador e vendedor permite planear entregas mais eficientes e reduzir o uso excessivo de viaturas e motorizadas.
2. **Valorização da Produção Local e Sazonal:** O sistema incentiva o consumo de produtos produzidos localmente, com menor pegada de carbono associada ao transporte.
3. **Menor Desperdício de Embalagens:** Ao permitir a venda directa e por quantidade exacta, minimiza o uso de embalagens supérfluas e desperdício alimentar.
4. **Educação para Produção Sustentável:** A plataforma poderá incluir conteúdos formativos sobre agroecologia, boas práticas agrícolas e gestão sustentável dos recursos naturais.

# Indicadores de Sucesso (KPIs)

Para medir o impacto do projecto, serão utilizados indicadores como:

| **Indicador** | **Meta nos 3 primeiros anos** |
| --- | --- |
| Produtores registados | 5.000 |
| Clientes activos | 20.000 |
| Vendas mensais médias | AKZ 30.000.000 |
| Taxa de recompra (clientes) | ≥ 60% |
| Redução média de perdas de produção | -35% |
| Jovens formados e empregados | ≥ 100 |
| Volume de produtos locais comercializados | ≥ 80% da oferta total |

# Enquadramento com os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

O **Mercado Yangue** contribui directamente para os seguintes ODS:

1. **ODS 1 – Erradicar a pobreza**
2. **ODS 2 – Fome zero e agricultura sustentável**
3. **ODS 5 – Igualdade de género**
4. **ODS 8 – Trabalho digno e crescimento económico**
5. **ODS 9 – Indústria, inovação e infraestruturas**
6. **ODS 12 – Consumo e produção responsáveis**
7. **Estimativa de Financiamento e Fontes de Receita**

# Estimativa de Investimento Inicial

Com base nas funcionalidades previstas, na dimensão da operação e na estratégia de lançamento, estima-se o seguinte investimento inicial para o arranque do **Mercado Yangue**:

| **Categoria** | **Custo Estimado (AKZ)** |
| --- | --- |
| Desenvolvimento do Aplicativo Web e Mobile (React, Node.js, BD) | 8.000.000 |
| Aquisição de Servidores e Infraestrutura Digital | 2.000.000 |
| Design Gráfico, Logotipo, Identidade Visual e UX | 1.200.000 |
| Campanha de Lançamento e Marketing (offline + digital) | 3.000.000 |
| Constituição Legal, Contabilidade e Protecção de Marca | 700.000 |
| Formação e Capacitação de Vendedores Iniciais | 1.500.000 |
| Criação de Centro de Apoio e Logística Inicial | 1.800.000 |
| Despesas Administrativas (viagens, reuniões, eventos, etc.) | 1.000.000 |
| **Total Estimado (AKZ)** | **19.200.000** |

**Nota:** Estes valores são previsões ajustáveis com base na captação de parceiros, instituições de apoio ao empreendedorismo e estratégias de financiamento em fases.

# Fontes de Financiamento Potenciais

O projecto poderá mobilizar recursos através das seguintes vias:

1. **Fundos de Inovação e Startups:** Programas como FAIE, FADA, BDA StartUp Angola, UNITEL Go, concursos de inovação (BAN, Acelera Angola, etc.).
2. **Investidores Anjo e Parcerias Privadas:** Empresários nacionais interessados em investir em soluções tecnológicas com impacto social e retorno escalável.
3. **Organizações Internacionais:** Agências como PNUD, FAO, UNICEF e parceiros de desenvolvimento interessados na transformação digital e rural.
4. **Crowdfunding / Apoio Comunitário:** Campanhas digitais de mobilização popular e da diáspora angolana para apoio ao arranque.
5. **Receita Antecipada:** Pré-inscrição paga de produtores, parceiros comerciais e campanhas de pré-venda.

# Modelo de Receita Sustentável

A sustentabilidade do **Mercado Yangue** será assegurada por um modelo de receitas diversificado, incluindo:

**a) Comissões sobre Vendas**

* Percentagem simbólica (entre 5 a 10%) sobre cada transacção realizada na plataforma.

**b) Assinaturas Premium para Produtores**

* Pacotes com benefícios adicionais: destaque de produtos, relatórios avançados, publicidade interna, formações, etc.

**c) Espaços de Publicidade Digital**

* Vendas de banners e espaços promocionais para marcas, serviços e produtos relacionados (sementes, fertilizantes, logística, etc.).

**d) Serviços de Entrega e Logística**

* Margem em serviços de transporte e entrega agregados à plataforma (parceria com mototáxis, cooperativas ou empresas de transporte).

**e) Consultoria Técnica e Formação**

* Oferta de pacotes pagos de capacitação técnica, marketing rural e gestão digital de vendas.

**f) Venda de Dados Agregados e Tendências de Mercado**

* Dados anonimizados úteis para estudos de mercado, análises de produção, previsões de procura e relatórios para políticas públicas.

**15.4 Viabilidade Económica em 3 Anos *(corrigida com comissão de 5%)***

| **Indicador** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** |
| --- | --- | --- | --- |
| Vendas na plataforma (AKZ) | 36.000.000 | 96.000.000 | 180.000.000 |
| Receita por comissões (5%) | 1.800.000 | 4.800.000 | 9.000.000 |
| Assinaturas premium | 1.200.000 | 2.400.000 | 3.600.000 |
| Publicidade e serviços adicionais | 800.000 | 1.600.000 | 2.500.000 |
| **Receita Total Estimada** | **3.800.000** | **8.800.000** | **15.100.000** |

O ponto de equilíbrio financeiro está projectado para ocorrer entre o **final do segundo ano e o primeiro semestre do terceiro ano**, com base no crescimento progressivo da adesão de produtores, expansão territorial e amadurecimento da marca.

1. **Plano de Execução e Cronograma (com foco para investidores)**

**Nota**: Plano dividido por fases estratégicas, com metas realistas, prazos definidos e marcos que asseguram retorno do investimento de forma gradual e sustentável.

**⚙️ Fase 1 – Validação Técnica e Estruturação (0–3 meses)**

📌 *Objectivo*: Consolidar a base funcional e preparar o ambiente legal, comercial e estratégico para captação de investimento institucional e lançamento no mercado.

| **Actividade** | **Mês 1** | **Mês 2** | **Mês 3** |
| --- | --- | --- | --- |
| Constituição legal, registo da marca e propriedade | ✅ |  |  |
| Apresentações a investidores e incubadoras | ✅ | ✅ |  |
| Testes piloto com utilizadores reais | ✅ | ✅ | ✅ |
| Correcção de bugs e optimização |  | ✅ | ✅ |
| Reforço da identidade visual e plano de marketing |  | ✅ | ✅ |

# Marco de Investimento Esperado:

Entrada de capital semente (pré-seed) ou apoio por incubadora, para lançamento público controlado.

**🚀 Fase 2 – Lançamento Oficial e Expansão Inicial (4–9 meses)**

📌 *Objectivo*: Colocar o produto no mercado com equipas operacionais activas, captar os primeiros clientes, validar o modelo de comissões e preparar crescimento nacional.

| **Actividade** | **Mês 4** | **Mês 5** | **Mês 6** | **Mês 7** | **Mês 8** | **Mês 9** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lançamento oficial da plataforma | ✅ |  |  |  |  |  |
| Activação de campanhas com produtores e clientes | ✅ | ✅ | ✅ |  |  |  |
| Parcerias com cooperativas e pequenos criadores |  | ✅ | ✅ | ✅ |  |  |
| Criação de pontos de apoio (formação digital) |  |  | ✅ | ✅ | ✅ |  |
| Integração de Multicaixa, IBAN e carteira digital |  |  | ✅ | ✅ | ✅ | ✅ |

# Meta de Facturação Inicial:

Atingir o primeiro volume de transacções que gere comissão real (5%) com crescimento de base utilizadora mensal de 20–30%.

**🌍 Fase 3 – Escalabilidade Nacional e Sustentabilidade (10–24 meses)**

📌 *Objectivo*: Expandir a plataforma para todo o território nacional, diversificar fontes de receita e assegurar sustentabilidade financeira.

| **Actividade** | **Meses 10–12** | **Meses 13–18** | **Meses 19–24** |
| --- | --- | --- | --- |
| Expansão por províncias (via núcleos locais) | ✅ | ✅ | ✅ |
| Lançamento de versão offline parcial da app |  | ✅ |  |
| Inclusão de feiras digitais e transmissões ao vivo |  | ✅ | ✅ |
| Lançamento do sistema de fidelização (clientes-produtores) |  | ✅ | ✅ |
| Parcerias logísticas (com mototáxis, carrinhas locais) | ✅ | ✅ | ✅ |
| Otimização baseada em IA (previsão de stock, recomendações) |  |  | ✅ |

# Meta de Sustentabilidade:

Plataforma financeiramente sustentável com:

* Receita mensal crescente via comissões (5%);
* Publicidade interna para produtores;
* Serviços premium opcionais (destaques, análises, promoções).

# Resumo Estratégico para Investidores

* 💡 Protótipo já funcional (MVP React completo com backend);
* 📈 Plano de crescimento baseado em validação local e escalabilidade nacional;
* 💵 Modelo de negócio validado por comissão (5%) sobre transacções;
* 📊 Projeção de sustentabilidade plena até ao mês 24;
* 🧑🏽‍🌾 Foco na produção nacional, economia circular e comércio justo.

1. Equipa de Gestão e Parceiros-Chave

**👤Promotor Principal – Venâncio Elavoco Cassova Martins**

* **Naturalidade**: Cuito, Província do Bié
* **Residência actual**: Cidade do Huambo
* **Formação**: Concluiu o plano curricular do curso de Economia, especialidade em Gestão de Empresas, pela Faculdade de Economia da Universidade José Eduardo dos Santos – Huambo
* **Idade**: 25 anos
* **Perfil**: Jovem empreendedor angolano, autodidata em programação, desenvolvedor fullstack e promotor activo de soluções tecnológicas adaptadas à realidade nacional
* **Experiência prática**: Desenvolvedor principal do **protótipo funcional do Mercado Yangue**, com backend completo, frontend React e integração das funcionalidades nucleares de comércio digital (cadastro, login, gestão de vendas, pagamentos, chat, relatórios, etc.)

**Outros Projectos em Desenvolvimento**:

* **JIAM Predictive** – É um segundo projecto com protótipo funcional que poderá no futuro ser integrado como módulo analítico dentro do Mercado Yangue, reforçando a sua proposta de valor e inteligência comercial.

**🧠 Perfil da Equipa Técnica e Operacional (prevista)**

| **Cargo** | **Funções Principais** | **Perfil Ideal** |
| --- | --- | --- |
| **Gestor Técnico (CTO)** | Manutenção e evolução da plataforma, segurança, escalabilidade | Engenheiro de Software com experiência |
| **Gestor de Operações** | Gestão de produtores, apoio logístico e formação digital | Profissional com conhecimento rural |
| **Gestor Comercial** | Parcerias com empresas e supermercados | Experiência em vendas e retalho |
| **Designer e Marketing** | Identidade visual, redes sociais, campanhas e conteúdos | Criativo com sensibilidade cultural |
| **Gestor Financeiro** | Controlo de receitas, comissões, relatórios e sustentabilidade | Contabilista ou economista sénior |
| **Apoio ao Cliente** | Suporte aos utilizadores, tutoriais, resolução de problemas | Jovens capacitados em atendimento |

A equipa inicial será compacta, focada na agilidade e proximidade com o mercado, com previsões de expansão progressiva a partir da fase 2 do plano.

**🤝 Parceiros-Chave Visados (actual e previstos)**

**1. Cooperativas e Associações Rurais**

* Cooperações previstas com associações de camponeses, cooperativas de criadores e grupos de pesca artesanal.
* Objectivo: massificar o uso da plataforma nas comunidades e apoiar com formação.

**2. Entidades Públicas**

* Direcções Provinciais da Agricultura e Comércio;
* INAPEM, incubadoras regionais e centros de apoio ao empreendedorismo;
* Parcerias institucionais para facilitar o acesso à internet e integração de projectos com impacto social.

**3. Instituições Financeiras e Meios de Pagamento**

* Multicaixa Express, EMIS, bancos comerciais e carteiras móveis (ex: Unitel Money, Africell Pay);
* Objectivo: facilitar transacções seguras e rastreáveis.

**4. Empresas de Logística Local**

* Mototáxis, carrinhas comunitárias e startups de entrega urbana;
* Integração como entregadores parceiros para reforçar o ecossistema de comércio electrónico.

**5. Universidades e Centros de Inovação**

* Faculdade de Economia (UJES), ISPT Huambo, ISPCAÁLA, centros de inovação digital;
* Envolvimento em estágios, mentoria e reforço técnico.

**🔍 Visão da Gestão**

“Acreditamos numa liderança próxima, jovem e resiliente, capaz de adaptar a tecnologia à realidade angolana. A nossa missão é unir o campo à cidade por via da inovação digital, sem esquecer as dificuldades do produtor, as exigências do mercado e o potencial de um comércio nacional mais justo e eficiente.”

1. PLANO FINANCEIRO COMPLETO – MERCADO YANGUE

# MAPA DE PRESSUPOSTOS BÁSICOS

| **Indicador** | **Valor** |
| --- | --- |
| Comissão por transacção | 5% |
| Crescimento anual de vendas | 150% (Ano 1 → 2), 87.5% (Ano 2 → 3) |
| Taxa de adesão a serviços premium | 10% dos utilizadores |
| Publicidade e serviços adicionais | Proporcional à adesão |
| Imposto Industrial (II) | 25% |
| Taxa de desconto (cálculo do VAL e TIR) | 12% a.a. |

# MAPA DE INVESTIMENTO INICIAL

| **Categoria** | **Custo Estimado (AKZ)** |
| --- | --- |
| Desenvolvimento Web e Mobile (React, Node.js, BD) | 8.000.000 |
| Infraestrutura Digital (Servidores, domínios, etc.) | 2.000.000 |
| Design e Identidade Visual (Logotipo, UX/UI) | 1.200.000 |
| Marketing e Lançamento | 3.000.000 |
| Constituição Legal, Contabilidade, Protecção de Marca | 700.000 |
| Formação Inicial a Vendedores | 1.500.000 |
| Centro de Apoio e Logística | 1.800.000 |
| Despesas Administrativas Diversas | 1.000.000 |
| **Total** | **19.200.000 AKZ** |

# MAPA DE FINANCIAMENTO

| **Fonte de Financiamento** | **Valor (AKZ)** | **Percentagem** |
| --- | --- | --- |
| Investidores privados | 10.000.000 | 52.08% |
| Empréstimo bancário (5 anos, 14% a.a.) | 9.200.000 | 47.92% |
| **Total** | **19.200.000** | **100%** |

# SERVIÇO DA DÍVIDA (Empréstimo Bancário – 9.200.000 AKZ a 5 anos, 14% a.a.)

| **Ano** | **Divida Inicial** | **Juros** | **Amortização** | **Prestação** | **Divida Final** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **0** | **9.200.000** |  |  |  | **9.200.000** |
| 1 | **9.200.000** | 1 | 1.840.000 |  | 1.700.000 |
| 2 |  | 560.000 | 1.840.000 |  | 1.560.000 |
| 3 |  | 420.000 | 1.840.000 |  | 1.420.000 |
| 4 |  | 280.000 | 1.840.000 |  | 1.280.000 |
| 5 |  | 140.000 | 1.840.000 |  | 1.140.000 |
| **Total** |  | **2.100.000** | **9.200.000** |  | **7.100.000** |

**V. PROJEÇÕES DE RECEITAS (AKZ)**

| **Indicador** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** |
| --- | --- | --- | --- |
| Vendas na plataforma | 36.000.000 | 96.000.000 | 180.000.000 |
| Receita por comissões (5%) | 1.800.000 | 4.800.000 | 9.000.000 |
| Assinaturas premium | 1.200.000 | 2.400.000 | 3.600.000 |
| Publicidade e serviços adicionais | 800.000 | 1.600.000 | 2.500.000 |
| **Receita Total Estimada** | **3.800.000** | **8.800.000** | **15.100.000** |

**VI. CUSTOS COM PESSOAL E FSE**

| **Categoria** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** |
| --- | --- | --- | --- |
| Salários e Encargos (equipa técnica, apoio, vendas) | 4.200.000 | 4.500.000 | 5.000.000 |
| FSE (energia, internet, licenças, etc.) | 1.000.000 | 1.200.000 | 1.400.000 |
| **Total** | **5.200.000** | **5.700.000** | **6.400.000** |

**VII. MAPA DE EXPLORAÇÃO (EBITDA)**

| **Ano** | **Receita Total** | **Custos Totais (FSE + Pessoal)** | **EBITDA** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 3.800.000 | 5.200.000 | -1.400.000 |
| 2 | 8.800.000 | 5.700.000 | 3.100.000 |
| 3 | 15.100.000 | 6.400.000 | 8.700.000 |

**VIII. BALANÇO PREVISIONAL (Ano 3)**

| **Activo** | **Valor (AKZ)** |
| --- | --- |
| Caixa e Equivalentes | 4.000.000 |
| Activos Fixos (equipamentos, infra) | 6.000.000 |
| Clientes e Contas a Receber | 3.000.000 |
|  |  |
| **Total do Activo** | **13.000.000** |

**IX. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO (Ano 3)**

| **Indicador** | **Valor (AKZ)** |
| --- | --- |
| Receita Total | 15.100.000 |
| Custos Totais (FSE + Pessoal) | 6.400.000 |
| EBITDA | 8.700.000 |
| Amortização + Juros | 1.420.000 |
| Resultado Antes de Impostos | 7.280.000 |
| Imposto Industrial (25%) | 1.820.000 |
| **Lucro Líquido** | **5.460.000** |

**X. MAPA DE CASH FLOW (LÍQUIDO)**

| **Ano** | **Fluxo Operacional** | **Investimento** | **Serviço da Dívida** | **Fluxo Líquido** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | -1.400.000 | -19.200.000 | -1.700.000 | -22.300.000 |
| 2 | 3.100.000 | 0 | -1.560.000 | 1.540.000 |
| 3 | 8.700.000 | 0 | -1.420.000 | 7.280.000 |

**XI. INDICADORES ECONÓMICO-FINANCEIROS**

| **Indicador** | **Valor Estimado** |
| --- | --- |
| VAL (12%) | 2.580.000 AKZ |
| TIR | 19,4% |
| Índice de Rentabilidade (IR) | 1,13 |
| Payback | 2,5 anos |
| Ponto de equilíbrio | Ano 2, mês 8 |

**XII. CENÁRIOS**

**Cenário Pessimista**:

* Crescimento anual de 50%
* Receita total no ano 3: 6.000.000 AKZ
* Lucro líquido próximo de 0 AKZ
* TIR: 7%

**Cenário Provável (Base)**:

* Crescimento realista com taxas actuais
* Receita total no ano 3: 15.100.000 AKZ
* Lucro líquido: 5.460.000 AKZ
* TIR: 19,4%

**Cenário Optimista**:

* Expansão para mais províncias e apoio institucional
* Receita total no ano 3: 25.000.000 AKZ
* Lucro líquido: 10.000.000 AKZ
* TIR: 32%

1. **CONCLUSÃO GERAL E APELO AO INVESTIMENTO**

O **Mercado Yangue** apresenta-se como uma solução digital robusta, estratégica e de elevado impacto socioeconómico para Angola. Num país onde o sector agrícola representa a base da subsistência de milhões, a nossa plataforma actua como uma ponte entre o produtor rural e o consumidor urbano, eliminando intermediários, reduzindo perdas e ampliando o rendimento dos pequenos agricultores.

Os indicadores financeiros apresentados – com um **VAL positivo**, **TIR de 19,4%**, e **Payback inferior a 3 anos** – demonstram a **viabilidade económica** do projecto. Mesmo em cenários conservadores, o modelo de negócio mantém a sua sustentabilidade. O Mercado Yangue não é apenas um investimento promissor: é uma oportunidade real de transformar o comércio agrícola nacional, com escalabilidade clara e impacto directo na segurança alimentar, inclusão financeira e desenvolvimento sustentável.

Dado que o proponente **não possui capital próprio disponível**, o projecto depende inteiramente de **investimento privado e/ou institucional** para sua implementação. Contudo, a estrutura do plano, os retornos projectados e a maturidade do modelo operativo garantem um elevado nível de segurança e retorno sobre o capital investido.

**Apelamos a todos os investidores visionários** – nacionais e internacionais – a abraçarem esta causa e fazerem parte de um legado que irá redefinir o mercado agrícola digital em Angola. Com o vosso apoio, **o Mercado Yangue será a maior praça digital do campo à cidade**, gerando valor, emprego, sustentabilidade e orgulho nacional.

1. REFERENCIAS

# ANÁLISE DE MERCADO E SETORIAL

| **Tópico** | **Citação APA** | **Referência APA** |
| --- | --- | --- |
| **Tendência de consumo digital** | Segundo o Instituto Nacional de Estatística de Angola (INE Angola, 2023) e o relatório GSMA Mobile Economy – Sub-Saharan Africa (GSMA, 2024), Angola conta com mais de 14 milhões de utilizadores móveis, destacando o crescimento da internet móvel no país. | Instituto Nacional de Estatística de Angola. (2023). *Estatísticas demográficas e económicas*. [https://www.ine.gov.ao](https://www.ine.gov.ao/) GSMA. (2024). *Mobile Economy – Sub-Saharan Africa 2024*. GSMA Intelligence. <https://www.gsma.com/mobileeconomy/> |
| **Crescimento de e-commerce em África** | Conforme os dados da UNCTAD eTrade for All (UNCTAD, 2023), Statista (2024) e relatórios da Jumia (Jumia, 2023), prevê-se que a África ultrapasse 600 milhões de utilizadores digitais até 2027, impulsionando o crescimento do e-commerce. | UNCTAD. (2023). *eTrade for All: Empowering digital trade in developing countries*. [https://unctad.org](https://unctad.org/) Statista. (2024). *Number of internet users in Africa*. [https://www.statista.com](https://www.statista.com/) Jumia. (2023). *Annual e-commerce report*. Jumia Group. [https://group.jumia.com](https://group.jumia.com/) |
| **Preferência por compras locais** | De acordo com o Estudo BayQi (2021) e os relatórios da Acelera Angola (2022), 72% dos compradores angolanos demonstram preferência por fornecedores locais. | BayQi. (2021). *Consumer Preferences Survey Angola*. BayQi Research. Acelera Angola. (2022). *Relatório de tendências do comércio local*. Acelera Angola. |
| **Perfil do consumidor angolano** | O perfil do consumidor angolano é caracterizado como jovem, conectado e buscando conveniência e preço justo, conforme levantamento do INE Angola (2023) e Banco Mundial (2024). | Instituto Nacional de Estatística de Angola. (2023). *Perfil demográfico e econômico*. [https://www.ine.gov.ao](https://www.ine.gov.ao/) Banco Mundial. (2024). *Angola Economic Update*. World Bank Group. [https://worldbank.org](https://worldbank.org/) |
| **Utilização de Multicaixa e IBAN** | O aumento constante nos pagamentos eletrônicos e o uso do IBAN em Angola têm sido documentados pela EMIS Angola (2023). | EMIS Angola. (2023). *Digital Payments Trends Report Angola*. EMIS Group. [https://www.emis.com](https://www.emis.com/) |

# POTENCIAL DE CRESCIMENTO

| **Aspecto** | **Citação APA** | **Referência APA** |
| --- | --- | --- |
| **Crescimento do e-commerce** | A África Subsaariana tem uma das regiões com crescimento digital mais rápido, conforme relatórios da UNCTAD (2023), GSMA (2024), ITU (2024) e McKinsey Africa Report (2023). | UNCTAD. (2023). *Digital Economy Report*. [https://unctad.org](https://unctad.org/) GSMA. (2024). *Mobile Economy Report*. [https://gsma.com](https://gsma.com/) ITU. (2024). *Measuring digital development*. International Telecommunication Union. [https://itu.int](https://itu.int/) McKinsey & Company. (2023). *The rise of digital commerce in Africa*. [https://mckinsey.com](https://mckinsey.com/) |
| **Jovens empreendedores** | A alta taxa de empreendedorismo jovem em Angola é destacada por INAPEM (2023), PNUD Angola (2023) e Startup Angola (2024). | Instituto Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (INAPEM). (2023). *Relatório anual*. INAPEM Angola. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). (2023). *Jovens e empreendedorismo em Angola*. [https://undp.org](https://undp.org/) Startup Angola. (2024). *Ecossistema de startups em Angola*. Startup Angola. |
| **Agricultura em Angola** | Cerca de 70% da população depende direta ou indiretamente da agricultura, segundo MINAGRIP (2024), FAO Angola (2023) e Banco Mundial (2024). | Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural (MINAGRIP). (2024). *Relatório do setor agrícola*. MINAGRIP Angola. Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). *Country profile: Angola*. [http://fao.org](http://fao.org/) Banco Mundial. (2024). *Agricultural sector overview Angola*. World Bank Group. |
| **Logística e mobilidade rural** | A digitalização do campo para cidade é uma tendência estratégica confirmada por FAO (2023), UNDP Angola (2023) e Banco Africano de Desenvolvimento (ADB, 2024). | Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). *Rural development trends*. [http://fao.org](http://fao.org/) United Nations Development Programme (UNDP) Angola. (2023). *Digital transformation in rural Angola*. [https://undp.org](https://undp.org/) African Development Bank (ADB). (2024). *Transport and logistics in Africa*. [https://afdb.org](https://afdb.org/) |

# ANÁLISE SWOT (com fontes reais de base)

| **Elemento** | **Citação APA** | **Referência APA** |
| --- | --- | --- |
| **Forças** | Presença significativa de agricultores sem acesso ao mercado online é apontada pela FAO Angola (2023) e MINAGRIP (2024). | Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). *Agricultural value chains in Angola*. [http://fao.org](http://fao.org/) Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural (MINAGRIP). (2024). *Agricultural sector report*. |
| **Fraquezas** | O baixo nível de digitalização rural é evidenciado no Relatório FAO (2023) e UNDP Angola (2023). | Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). *Digital inclusion in rural areas*. United Nations Development Programme (UNDP) Angola. (2023). *Digital gaps in Angola*. |
| **Oportunidades** | Apoios do FADA, INAPEM, FAO e INSS para plataformas digitais agrícolas são documentados em relatórios oficiais dessas instituições (FADA, 2023; INAPEM, 2023). | Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Agrário (FADA). (2023). *Programa de apoio à agricultura digital*. Instituto Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (INAPEM). (2023). *Iniciativas digitais*. Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). Instituto Nacional de Segurança Social (INSS). (2023). *Relatório anual*. |
| **Ameaças** | Baixa literacia digital, instabilidade econômica e acesso limitado à internet são desafios reconhecidos por estudos do INE Angola (2023) e UNDP (2023). | Instituto Nacional de Estatística de Angola. (2023). United Nations Development Programme (UNDP). (2023). *Challenges in digital inclusion*. |

# ANÁLISE PESTEL – ANGOLA (2024–2025)

| **Fator** | **Citação APA** | **Referência APA** |
| --- | --- | --- |
| **Político** | Reformas fiscais e apoio a jovens empreendedores conforme MINFIN (2024), Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA, 2024) e INAPEM (2023). | Ministério das Finanças de Angola (MINFIN). (2024). *Relatório fiscal*. Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA). (2024). Instituto Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (INAPEM). (2023). |
| **Económico** | Inflação controlada em 16% em 2024 e crescimento do PIB conforme Banco Mundial (2024) e Banco Nacional de Angola (BNA, 2024). | Banco Mundial. (2024). *Angola economic update*. Banco Nacional de Angola. (2024). *Relatório macroeconômico*. |
| **Social** | População jovem (>65% abaixo de 30 anos) e urbanização acelerada (INE Angola, 2023; ONU-Habitat, 2023). | Instituto Nacional de Estatística de Angola. (2023). ONU-Habitat. (2023). *Urbanização em Angola*. |
| **Tecnológico** | Crescente acesso à internet e digitalização (GSMA Angola, 2024; INACOM, 2023). | GSMA. (2024). *Mobile Economy Angola*. Instituto Angolano das Comunicações (INACOM). (2023). *Relatório anual*. |
| **Ecológico** | Incentivos para agricultura sustentável (FAO, 2023; MINAGRIP, 2024). | Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). Ministério da Agricultura (MINAGRIP). (2024). |
| **Legal** | Melhoria no ambiente de negócios e acesso a registos simplificados (GUE, AGT, 2023). | Gabinete de Unidade de Empresarialização (GUE). (2023). Administração Geral Tributária (AGT). (2023). |

# ESTRATÉGIAS DE MARKETING – REFERÊNCIAS REAIS

| **Estratégia** | **Citação APA** | | **Referência APA** | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Marketing de Influência Local** | Estratégias usadas com sucesso por Jumia Angola, Zap Viva e Tecno (Jumia, 2023; Zap Viva, 2023). | | Jumia. (2023). *Marketing e vendas em Angola*. Zap Viva. (2023). *Campanhas locais*. | |
| **Campanhas no WhatsApp e Facebook** | Mais de 90% dos utilizadores móveis usam WhatsApp em Angola (GSMA, 2024). | | GSMA. (2024). | |
| **Parcerias com rádios comunitárias** | Utilizado pelo INAPEM, FADA e CENSOS 2024 para alcance comunitário (INAPEM, 2023; FADA, 2023). | | INAPEM. (2023). Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Agrário (FADA). (2023). | |
| **Publicidade de baixo custo** | | Facebook Ads Angola com custo por clique inferior a 50 AKZ (Meta, 2024). | | Meta. (2024). *Anúncios em Angola*. [https://about.fb.com](https://about.fb.com/) |
| **Presença física (feiras e mercados)** | | Recomendado pelo INAPEM e FAO Angola (INAPEM, 2023; FAO, 2023). | | INAPEM. (2023). FAO. (2023). |

# CENÁRIO ECONÓMICO ACTUAL – ANGOLA (2024/2025)

| **Indicador** | **Citação APA** | **Referência APA** |
| --- | --- | --- |
| **Crescimento do PIB** | O PIB de Angola cresceu 3,2% em 2024 (Banco Mundial, 2024; MINFIN, 2024). | Banco Mundial. (2024). Ministério das Finanças (MINFIN). (2024). |
| **Inflação** | A inflação atingiu 16,2% em abril de 2024 (Banco Nacional de Angola, 2024). | Banco Nacional de Angola (BNA). (2024). |
| **Taxa de desemprego** | Taxa superior a 30%, maior entre jovens (INE Angola, 2023; PNUD, 2023). | Instituto Nacional de Estatística (INE). (2023). Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). (2023). |
| **População com acesso à internet** | Aproximadamente 36% da população tem acesso à internet, cerca de 13 milhões (INACOM, GSMA, 2024). | Instituto Angolano das Comunicações (INACOM). (2023). GSMA. (2024). |
| **Utilização de Multicaixa** | Crescimento de mais de 400% em operações digitais nos últimos 5 anos (EMIS Angola, 2023). | EMIS Angola. (2023). |

# OUTRAS FONTES RELEVANTES RECOMENDADAS

| **Fonte** | **Citação APA** | **Referência APA** |
| --- | --- | --- |
| **Relatórios do INE Angola** | Estatísticas demográficas e económicas atualizadas (INE Angola, 2023). | Instituto Nacional de Estatística de Angola. (2023). *Relatório anual*. [https://www.ine.gov.ao](https://www.ine.gov.ao/) |
| **GSMA Mobile Economy Report** | Dados sobre uso de internet e telemóveis em África (GSMA, 2024). | GSMA. (2024). *Mobile Economy Report*. [https://gsma.com](https://gsma.com/) |
| **UNCTAD eTrade Readiness** | Avaliação da prontidão digital de Angola (UNCTAD, 2023). | UNCTAD. (2023). *eTrade Readiness Assessment*. [https://unctad.org](https://unctad.org/) |
| **Banco Africano de Desenvolvimento (BAD)** | Informações sobre estabilidade económica e investimentos (ADB, 2024). | African Development Bank. (2024). *African Economic Outlook*. [https://afdb.org](https://afdb.org/) |
| **FAO Angola e MINAGRIP** | Cadeia de valor agroalimentar (FAO, 2023; MINAGRIP, 2024). | Food and Agriculture Organization (FAO). (2023). Ministério da Agricultura (MINAGRIP). (2024). |
| **INAPEM / FADA Angola** | Apoio a negócios locais (INAPEM, 2023; FADA, 2023). | Instituto Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (INAPEM). (2023). Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Agrário (FADA). (2023). |

1. ANEXOS