



BOLETIM DA REPÚBLICA

PUBLICAÇÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

3.º SUPLEMENTO

SUMÁRIO

Conselho de Ministros:

* Resolução n.º 25/98:

Aprova a Política e Estratégia Comercial.

* Resolução n.º 26/98:

Delega no Ministro do Plano e Finanças a tutela do Instituto Nacional de Estatística.

CONSELHO DE MINISTROS

Resolução n.º 25/98
de 1 de Julho

O Programa do Governo preconiza no domínio do comércio, a melhoria permanente das condições de vida do Povo, através da coordenação entre a comercialização agrícola e o abastecimento em bens de consumo, bem como promover, estimulando a produção nacional, a pesquisa de possibilidades ou alternativas de exportação economicamente favoráveis.

Tendo em vista a plena prossecução desses objectivos, há que proceder a aprovação pelo Governo de uma política e estratégia comercial.

Nestes termos, usando da competência que lhe é atribuída pela alínea e) do n.º 1 do artigo 153 da Constituição da República, o Conselho de Ministros determina:

Único. É aprovada a Política e Estratégia Comercial, em anexo, que constitui parte integrante da presente Resolução.

Aprovada pelo Conselho de Ministros.

Publique-se.

O Primeiro-Ministro, *Pascoal Manuel Mocumbi*.

Política e Estratégia Comercial

I. Introdução

Os objectivos do programa do Governo no domínio do Comércio têm em vista a promoção do desenvolvimento

económico e social e a eliminação da pobreza em Moçambique. A Política e a Estratégia Comercial do país é formulada à luz daqueles objectivos fundamentais.

Com efeito o apoio ao desenvolvimento da agricultura e da produção industrial, a contribuição para a redução do desequilíbrio nas trocas comerciais com o exterior e para o desenvolvimento regional, a participação na satisfação das necessidades básicas das populações e a valorização dos recursos do país só serão possíveis com a adopção de uma política e estratégia comercial adequada.

Moçambique atravessa uma nova fase de desenvolvimento económico e social caracterizada por profundas mudanças em todas as esferas da vida. Com a implementação do Programa de Reabilitação Económica, o fim da guerra de desestabilização e a materialização das medidas preconizadas no Programa do Governo o sector comercial tem conhecido melhorias significativas no seu desempenho que se traduzem no início da reabilitação de lojas nas zonas rurais, no crescimento da produção agrícola comercializada, da oferta de bens e serviços e das exportações e na alteração da estrutura das importações, onde o domínio dos bens de consumo perdeu o seu peso a favor das matérias-primas, equipamentos e peças.

O ambiente macroeconómico resultante destas mudanças impõe a necessidade da formulação de uma Política e Estratégia Comercial favorável à promoção da iniciativa de todos os intervenientes no contexto de transição para uma economia de mercado.

A Política Comercial define os princípios orientadores, os objectivos e prioridades do desenvolvimento do comércio assente na iniciativa privada, nas forças do mercado e no papel regulador e facilitador do Estado.

II. Política Comercial

1. Definição da Política Comercial

A Política Comercial é o conjunto de princípios, medidas e actividades que baseadas na política económica do país, visam impulsionar o desenvolvimento do comércio com vista a estimular a produção de bens e serviços para responder às necessidades do mercado interno e para a exportação, usando o capital humano e recursos naturais, numa base sustentável.

2. Necessidade da Política Comercial

O estabelecimento de uma política comercial explica-se pela necessidade de:

- i) Definir os objectivos e as prioridades do desenvolvimento comercial no quadro da política económica global;
- ii) Traçar as grandes opções que guiarão o desenvolvimento do sector;
- iii) Garantir a previsibilidade na actuação do Estado;
- iv) Definir o quadro de intervenção do Estado.

3. Enquadramento da Política Comercial

A política comercial enquadra a actividade comercial nos objectivos contidos no Programa do Governo que visam:

- i) A facilitação da fluidez das trocas comerciais;
- ii) O alcance da segurança alimentar;
- iii) O desenvolvimento económico e humano sustentável;
- iv) A redução da dependência económica do exterior;
- v) A erradicação da pobreza.

4 Objectivos da Política Comercial

No cumprimento do papel que lhe é reservado no quadro geral da economia nacional, a Política Comercial persegue os seguintes objectivos:

4.1. Subsector do Comércio Interno

- i) Contribuir para o crescimento da produção agrícola e industrial orientada para o abastecimento do mercado interno e o alcance da segurança alimentar;
- ii) Contribuir para a redução da inflação pela via do aumento da oferta e para a melhoria nos termos de troca entre os produtos manufacturados e os agrícolas, elevando, deste modo, o nível de vida das populações;
- iii) Promover o estabelecimento de uma rede comercial, compreendendo uma capacidade de armazenagem virada para o apoio do desenvolvimento das actividades agrícolas e industriais, estimulando a especialização;
- iv) Promover a integração progressiva do sector informal do comércio, promovendo a criação de infra-estruturas apropriadas, criando, deste modo um clima propício ao desenvolvimento da actividade comercial, no plano formal;
- v) Desenvolver normas técnicas e legislação apropriadas que permitam a salvaguarda dos interesses dos consumidores, em particular no que se refere a saúde, a higiene e segurança e a protecção do meio ambiente;
- vi) Contribuir para a redução dos custos de transacção;
- vii) Promover a transferência de excedentes de produção agrícola das zonas de produção para as de consumo.

4.2. Subsector do Comércio Externo

- i) Contribuir para a melhoria da balança comercial:
 - a) Promovendo o aumento e a diversificação das exportações, privilegiando os pro-

ductos e serviços que mais concorram para o aumento das receitas em moeda externa;

- b) Melhorando o *marketing*, aumentando a oferta em termos de quantidade, qualidade, diversidade, condições de entrega e preço.
- ii) Garantir o aprovisionamento do mercado interno em matérias-primas e equipamentos para impulsionar a produção de bens para o mercado interno e externo;
- iii) Fomentar e apoiar acções que visem garantir que os produtos importados obedeçam as normas internacionalmente reconhecidas;
- iv) Apoiar as iniciativas regionais e internacionais que contribuam para a cooperação e integração económica ao nível da região, bem como ao aproveitamento das sinergias para potenciar os benefícios do comércio internacional para os países da região;
- v) Estabelecer medidas de política que promovam as exportações e a substituição de importações.

5. Princípios gerais e prioridades da Política Comercial

5.1. Princípios gerais

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

- i) A conformidade com as opções fundamentais da política económica do país;
- ii) A definição do Comércio como actividade essencialmente baseada na iniciativa privada e como elo de ligação necessária entre a produção e o consumo;
- iii) A necessidade de reabilitação, construção e modernização da rede comercial e de serviços afins;
- iv) A necessidade de promoção das exportações e de administração do processo das importações tendo em conta os interesses económicos do país, particularmente na protecção da produção nacional;
- v) O desenvolvimento equilibrado do território nacional;
- vi) O respeito pela preservação do meio ambiente e o uso sustentável dos recursos naturais;
- vii) O desenvolvimento e valorização do capital humano;
- viii) O privilégio das relações económicas com os países da região, ao nível bilateral e ao nível das organizações multilaterais de cooperação.

5.2. Critérios de priorização

A definição de prioridades da política comercial permite orientar os recursos humanos, materiais e financeiros escassos para aqueles sectores e actividades que mais contribuem para o desenvolvimento do sector comercial em prol dos objectivos traçados. Considerando o papel do sector no quadro da economia nacional e a situação em que este se encontra, a política comercial prioriza as áreas e actividades que:

- a) Contribuam para a eliminação dos obstáculos com que se confronta o desenvolvimento do comércio

no país e no aproveitamento das oportunidades actualmente existentes para a rápida recuperação do sector;

- b) Promovam a integração económica rural e urbana;
- c) Tenham um efeito dinâmico sobre os outros sectores da economia;
- d) Contribuam para o alcance dos objectivos da política comercial.

5.3. Prioridades da Política Comercial

5.3.1. Subsector do Comércio Interno

Para o subsector do comércio interno, são definidas as seguintes prioridades;

- i) A reabilitação e expansão da rede comercial rural;
- ii) A comercialização de produtos agrícolas, sobretudo os do sector familiar, e a promoção da segurança alimentar;
- iii) O aumento permanente da oferta de bens essenciais e de meios de produção, insumos e utensílios de trabalho, assim, como, outros factores de produção e sua distribuição equilibrada pelo país;
- iv) A criação de mecanismos que encorajem a integração gradual do sector informal no formal, criando as necessárias infra-estruturas;
- v) A facilitação e simplificação dos mecanismos para o licenciamento comercial;
- vi) A coordenação com os agentes intervenientes na reabilitação e desenvolvimento da rede de estradas, com prioridade nas que são vitais para a actividade económica rural.

5.3.2. Subsector do Comércio Externo

Por sua vez, para o subsector do comércio externo são definidas as seguintes prioridades:

- i) O aumento e diversificação das exportações, particularmente de produtos não tradicionais;
- ii) A conquista de novos mercados para os produtos de exportação;
- iii) A garantia do aprovisionamento do mercado nacional em matérias-primas e equipamentos para impulsionar a produção de bens para o consumo e exportação;
- iv) O acompanhamento da evolução dos mercados externos e o apoio aos exportadores nos domínios de *marketing*, desenvolvimento e qualidade dos produtos;
- v) O incremento da cooperação e integração económica ao nível da região, privilegiando a criação de infra-estruturas económicas para melhorar o aproveitamento dos recursos nacionais e regionais disponíveis, com vista a obtenção de economias de escala, a promoção do comércio e a melhoria dos termos de troca. A harmonização das tarifas e políticas comerciais na região e a facilitação do comércio fronteiriço, deverão merecer uma atenção especial;
- vi) A coordenação intersectorial visando a promoção da utilização pelos agentes comerciais de infra-estruturas nacionais nas operações comerciais externas.

6. Princípios orientadores do desenvolvimento do Sector Comercial

6.1. O papel do Estado

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

- i) Criar ambiente favorável ao investimento nacional e estrangeiro no sector comercial;
- ii) Realizar investimentos geradores de economias externas, particularmente no que respeita a:
 - a) Reabilitação, expansão e modernização das infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio, com prioridade nas zonas rurais;
 - b) Promoção de exportações, sobretudo de produtos não tradicionais e a conquista de novos mercados;
- iii) Apoiar a criação e o desenvolvimento de uma rede nacional de laboratórios de testes devidamente reconhecidos de infra-estruturas no âmbito da metrologia e o estabelecimento de um sistema nacional de acreditação;
- iv) Promover e apoiar o enquadramento, no mercado, do sector agrícola familiar, valorizando o seu potencial produtivo;
- v) Criar um ambiente atractivo à iniciativa privada e favorável a competição, através da(o):
 - a) simplificação dos procedimentos burocráticos e adequação da legislação comercial;
 - b) promoção do diálogo permanente com os principais intervenientes no sector;
 - c) estabelecimento de sistemas de incentivos adequados.

6.2. O papel do sector empresarial

O sector empresarial desempenha um papel crucial na materialização da política comercial. Ele assume a liderança na:

- i) Realização de investimentos na área comercial, visando a reabilitação, expansão e modernização da rede comercial e a criação do emprego;
- ii) Compra dos excedentes agrícolas canalizando-os para o abastecimento do mercado interno e para a exportação;
- iii) Diversificação da produção exportável e pesquisa de mercados;
- iv) Garantia do aprovisionamento do mercado em matérias-primas e equipamentos para impulsionar a produção de bens para o consumo e para a exportação.

6.3. O papel do comércio informal

O comércio informal desempenha um papel importante na realização das trocas comerciais. Este tipo de comércio preenche o espaço que o sector formal ainda não consegue cobrir e contribui para i) a oferta de bens e serviços, em particular, às camadas de baixo rendimento, ii) a monetarização da economia nas zonas rurais, iii) gerar alternativas de emprego.

O comércio informal deverá ser devidamente enquadrado através, entre outras, da criação de condições que o levem a aderir ao sector formal.

III. Estratégia de implementação

1. Vectores principais de Actuação Estratégica

Á estratégia de implementação da política comercial compreende a adopção de um conjunto de medidas que orientarão o desenvolvimento das actividades do sector e a sua programação estratégica. Para o alcance dos objectivos da política comercial, são definidos os seguintes vectores de actuação estratégica:

1. 2. Subsector do Comércio Interno

1.2. 1. Reabilitação e Expansão da Rede Comercial

A rede comercial é fundamental para a viabilização das trocas entre a cidade e o campo, contribuindo, deste modo, para a melhoria das condições de vida das populações. Com vista a assegurar a sua reconstituição e expansão serão empreendidas as seguintes acções:

- i) A mobilização de recursos internos e externos e sua colocação à disposição do sector privado para a reabilitação da rede comercial rural, com particular ênfase para a reconstrução das cantinas rurais. Neste contexto, deverá ser potenciada a acção do Fundo de Apoio a Reabilitação da Economia — FARE, no apoio às iniciativas dos comerciantes para a recuperação da rede rural;
- ii) A aceleração da venda das lojas pertencentes ao Estado nas zonas rurais e promoção da sua reabilitação através de:
 - a) Simplificação dos processos de avaliação e adjudicação;
 - b) Estabelecimento de prazos, nos contratos de adjudicação para o reinício da actividade;
- iii) A criação de infra-estruturas adequadas para acolher o comércio informal em mercados, feiras e exposições. Estudos apropriados serão realizados com vista a avaliação real do sector e identificação das necessidades;
- iv) A descentralização, aos órgãos locais, de competências para o licenciamento de actividades comerciais de âmbito local;
- v) A coordenação institucional visando a priorização da reabilitação das vias de acesso e das comunicações para as zonas com grandes aglomerados populacionais e com potencial produtivo;
- vi) A concessão de benefícios fiscais aos investimentos de construção e reconstrução de infra-estruturas comerciais, particularmente nas zonas rurais.

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

1. 2. 2. Sistemas de comercialização dos produtos agrícolas

A existência de sistemas funcionais de comercialização de produtos agrícolas é fundamental para incentivar o desenvolvimento da agricultura e para a obtenção de

rendimentos monetários por parte das populações. O Estado procurará realizar acções que visem a absorção dos excedentes agrícolas das populações pelo mercado, a redução de perdas pós colheita e a redução dos custos de comercialização.

Com efeito, o Estado desenvolverá as seguintes acções:

- i) O estímulo da criação de caixas económicas e associações de poupança e crédito de âmbito local;
- ii) A reabilitação e manutenção das vias de acesso às zonas com grande potencial produtivo;
- iii) A adopção de uma política de preços que permita o desenvolvimento da competição entre os intervenientes e transmita sinais correctos à orientação da produção agrícola;
- iv) O fomento e apoio de todas as iniciativas que visem a criação de feiras e mercados agrícolas rurais e a criação de associações de produtores e de prestação de serviços;
- v) A recolha, o processamento e a disseminação das informações pertinentes sobre os mercados internos e externos dos principais produtos agrícolas, de modo a facilitar a realização das trocas e estimular o desenvolvimento da produção;
- vi) Promover a exportação de produtos agrícolas;
- vii) Melhorar os serviços de cabotagem, transporte rodoviário e ferroviário, através da promoção de investimentos privados, por forma a dinamizar a circulação interna de mercadorias;
- viii) Redefinir o mandato das instituições do Estado que intervêm na comercialização agrícola e dotá-los de uma estrutura orgânica e regulamento de funcionamento que melhor se adequem à situação actual;
- ix) Criar incentivos aos intervenientes na comercialização agrária, particularmente aos que actuam em zonas com fraca cobertura em infra-estruturas;
- x) Promover e apoiar o surgimento de agentes intervenientes na gestão pós colheita.

1. 2. 3. Abastecimento e segurança alimentar

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

- i) Promover o aumento da oferta de mercadorias e a sua distribuição equilibrada pelo país;
- ii) Garantir a estabilização dos preços dos principais bens de consumo da população;
- iii) Promover a consolidação e a racionalização dos circuitos de distribuição;
- iv) Assegurar que os bens e serviços colocados à disposição do consumidor satisfaçam os requisitos que garantam a saúde pública, segurança de pessoas e bens e a protecção do meio ambiente.

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

- i) A constituição de uma reserva alimentar sob forma de fundo de mercadorias (reserva física) ou recursos em moeda externa para importação (reserva financeira);

- ii) A produção e disseminação de informação regular e periódica sobre o mercado dos produtos básicos para o abastecimento, por forma a orientar o sector privado na tomada de decisões.

2.2. Subsector do comércio externo

2.2.1. Promoção de exportações

O desenvolvimento económico e social do país pressupõe, de entre outros, o aumento das exportações. Existe, pois, um potencial considerável de produtos exportáveis cujo aproveitamento importa assegurar.

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

- i) Promover e apoiar iniciativas com vista a diversificar cada vez mais, os produtos destinados à exportação, através da concessão de incentivos aos exportadores, tais como:
 - a) Facilidades de crédito à exportação;
 - b) Agilização dos sistemas de *drawback* e de armazéns alfandegados;
 - c) Introdução de um sistema de garantias, seguros e de crédito à exportação.
- ii) Consolidar e ganhar novos mercados para os produtos de exportação, sobreprodutos os não tradicionais. Particular importância deverá ser dada a:
 - a) Realização de missões comerciais de promoção de exportações e participação em feiras e exposições;
 - b) Capacitação das missões diplomáticas moçambicanas para promoção das relações comerciais;
 - c) Celebração de acordos comerciais, privilegiando os países da região, tendo em vista o aproveitamento das vantagens comparativas.
- iii) Acompanhar a evolução dos mercados externos e apoiar os exportadores nos domínios de *marketing*, desenvolvimento e qualidade dos produtos;
- iv) Simplificar os procedimentos e a documentação de exportação. Neste contexto, deverá ser revista a legislação vigente e os procedimentos requeridos;
- v) Descentralizar o processo de licenciamento e registo das operações de exportação;
- vi) Promover e encorajar a utilização de produtos financeiros que contribuam para o aumento das exportações;
- vii) Dotar o instituto que promove as exportações com meios humanos, materiais e financeiros, de modo a cumprir adequadamente a sua função;
- viii) Desenvolver um sistema nacional de acreditação devidamente reconhecido.

2.2.2. Importações

No âmbito das importações, assume particular importância o aprovisionamento do mercado em matérias-primas e equipamentos para impulsionar a produção de bens para o consumo e exportação.

Para a prossecução deste objectivo serão adoptadas as seguintes medidas e acções:

- i) Simplificar os procedimentos de importação. Neste contexto será dada a primazia ao diálogo entre os operadores do comércio externo e o Estado;
- ii) Descentralizar o processo de licenciamento e registo das importações;
- iii) Estabelecer e zelar pela observância das normas técnicas sobre importação, particularmente no que respeita à qualidade, saúde pública e protecção do meio ambiente;
- iv) Reduzir ao mínimo as taxas sobre as importações de insumos e bens de capital, particularmente os que concorrem para o aumento das exportações e para a substituição de importações;
- v) Consolidar o mecanismo de inspecção pré-embarque das mercadorias, através de uma avaliação sistemática e contínua do seu desempenho.

2.3. Relações internacionais

O desenvolvimento das relações económicas com o resto do mundo é fundamental para o sucesso na materialização dos objectivos de crescimento e desenvolvimento económico e social do país.

Assim, a estratégia de acção prioriza:

- i) Ao nível interno, a promoção de políticas comerciais consentâneas com os compromissos regionais, principalmente em matérias de tarifas aduaneiras e de transporte, procedimentos migratórios e documentação comercial;
- ii) O fortalecimento da capacidade produtiva de bens exportáveis para os mercados da região e outros. A título complementar, será feito um estudo para a identificação dos produtos e mercados prioritários;
- iii) A divulgação e estudo dos principais acordos comerciais internacionais, com o envolvimento dos organismos do Estado e associações económicas, com vista a tirar o melhor partido das oportunidades oferecidas e a minimizar os riscos inerentes;
- iv) A negociação de acordos comerciais bilaterais e multilaterais que conduzam ao acesso preferencial dos produtos moçambicanos nos mercados internacionais.

2.4. Revitalização da inspecção comercial

As actividades de inspecção e fiscalização do sector realizam-se na estrita observância do princípio de que elas visam educar os agentes económicos a respeitar a lei, contribuindo, deste modo, para a criação de um ambiente propício para o desenvolvimento de uma competição sã entre operadores económicos.

Assim, deverão ser realizadas as acções que visem:

- i) O reforço institucional dos serviços de inspecção e fiscalização a todos os níveis;
- ii) A divulgação da legislação pertinente junto dos agentes económicos do sector, prioritariamente através das associações económicas e publicações apropriadas;
- iii) A promoção e o apoio às iniciativas de formação de associações de defesa do consumidor.

2. 5. Revisão da legislação comercial e simplificação de procedimentos administrativos

Serão prosseguidas as reformas, visando a desburocratização e a adopção, por parte dos agentes do Estado, de uma postura tendente a uma maior facilitação da actividade económica no sector comercial. Para o efeito, serão tomadas as medidas seguintes:

- i) A criação de um quadro legal e de procedimentos que assegurem a transparência, o rigor e a previsibilidade nas relações entre o Estado e os agentes económicos privados;
- ii) A revisão da legislação comercial e a sua adequação ao contexto actual da economia. Deverá merecer particular atenção a adopção de documentos estritamente necessários ao processo de licenciamento comercial e à melhoria do atendimento ao público;
- iii) A criação e revisão da legislação existente no âmbito da metrologia legal;
- iv) A modernização do sistema de licenciamento comercial, através da informatização dos procedimentos e do cadastro comercial;
- v) A descentralização das competências de licenciamento comercial para os órgãos provinciais e distritais, criando condições para o efeito;
- vi) A acomodação no ordenamento jurídico nacional das convenções sobre o comércio internacional de que o país é subscritor.

2. 6. Desenvolvimento dos recursos humanos

A estratégia do desenvolvimento dos recursos humanos no sector do comércio envolve:

- i) A formação e enquadramento de técnicos nacionais do sector comercial;
- ii) O estabelecimento de mecanismos de incentivos e consolidação do sistema de carreiras profissionais.

Assim, a política comercial preconiza as seguintes estratégias:

- i) Estimular os quadros do sector para melhorarem os seus conhecimentos, com ênfase para as matérias técnicas do sector. Para o efeito, serão privilegiados o aproveitamento da assistência técnica quer interna quer externa, para o treinamento no local de trabalho e os estágios profissionais em instituições de especialidade;
- ii) Encorajar os quadros nos diferentes escalões a prosseguir com a sua formação quer no sistema formal de educação, quer nos cursos de capacitação profissional;
- iii) Reorientar os cursos nos centros de formação profissional existentes e ampliar a sua actuação para o treinamento de funcionários admi-

nistrativos adstritos ao órgão que superintende no sector do comércio e do sector privado, particularmente no que se refere aos domínios da contabilidade, informática, inglês e documentação. Será necessário considerar tanto o aumento do número de cursos básicos, quanto a oferta de cursos de níveis mais elevados;

- iv) Apoiar e encorajar o treinamento dos empregados do comércio em cursos de curta e média duração.

Para a concretização desta estratégia, é fundamental a colaboração entre Estado e o sector privado na definição de currículos de formação com vista a garantir a sua adequação às reais necessidades do sector.

2. 7. Relacionamento com o sector empresarial

A existência de uma organização forte do sector privado constitui factor importante para o desenvolvimento do diálogo permanente e construtivo entre o Estado e os agentes económicos e uma maior e melhor participação do sector privado na definição e implementação da política comercial. O Estado promove o desenvolvimento e fortalecimento da organização do sector privado. Merecem particular atenção do Estado os segmentos do comércio que asseguram a comercialização agrícola e que concorrem para o aumento das exportações.

Resolução n.º 26/98

de 1 de Julho

Pelo Decreto Presidencial n.º 9/96, de 28 de Agosto, foi criado o Instituto Nacional de Estatística e aprovado o respectivo Estatuto Orgânico, conferindo a este a qualidade de pessoa colectiva de direito público, dotada de personalidade jurídica, autonomia técnica, administrativa e financeira.

Nos termos do artigo 3 do supracitado decreto presidencial, o Instituto Nacional de Estatística (INE), órgão executivo central do Sistema Estatístico Nacional (SEN), subordina-se ao Conselho de Ministros.

Tornando-se necessário delegar competências, decorrentes da tutela do INE, num seu membro o Conselho de Ministros decreta:

Único. É delegada no Ministro do Plano e Finanças a tutela do INE que emerge da subordinação deste Instituto ao Conselho de Ministros estabelecida no n.º 3 do artigo 1 do Estatuto Orgânico do Instituto Nacional de Estatística.

Aprovada pelo Conselho de Ministros.

Publique-se.

O Primeiro-Ministro, *Pascoal Manuel Mocumbi*.