



## SÉRIE DE INOVAÇÕES PAFO-COLEAD :

Inovações e sucesso das PME e organizações de produtores africanos

### SESSÃO N°19

Mercados agroalimentares online:  
presença de empresários e pequenos produtores africanos

Quarta-feira, 19 de junho de 2024  
12:00-14:00 UTC (14:00-16:00 CET)

Online ([Zoom](#))

*Interpretação em inglês-francês-português disponível*

#### 1. Contexto

África tem uma população jovem, cidades em rápido desenvolvimento e rendimentos disponíveis em rápido crescimento. As receitas do comércio retalhista online em África estão a crescer rapidamente, abrindo novas oportunidades para os pequenos produtores e empresários.<sup>1</sup> A pandemia de COVID-19 teve um impacto profundo nos mercados online, acelerando o seu crescimento e adoção em todo o mundo.

Nos últimos anos, o surgimento de mercados agroalimentares online revolucionou a paisagem agrícola em África. Estas plataformas digitais tornaram-se um farol de inovação e empreendedorismo, oferecendo aos pequenos produtores e empresários africanos um acesso sem precedentes a mercados maiores, melhores preços e informações valiosas. Estes mercados registaram um ressurgimento de popularidade, impulsionado pela necessidade de ultrapassar as barreiras tradicionais do mercado, como o acesso limitado aos compradores, a volatilidade dos preços e os desafios logísticos. Estes mercados estão a transformar o sector agroalimentar em África, ligando os agricultores aos mercados, aumentando o acesso aos consumidores e melhorando a eficiência da cadeia de abastecimento alimentar.

A pandemia da COVID-19 obrigou os compradores e vendedores do sector B2B a entrar rapidamente na era digital. O que começou por ser uma resposta a uma crise tornou-se agora a

<sup>1</sup> Webretailer. [Mercados online em África: crescimento rápido, enorme potencial](#). 2024.



Financiado por  
la Unión Europea

nova norma, com implicações significativas para a forma como os compradores e vendedores farão negócios no futuro.

## 1.1. Definição e características

Os mercados agroalimentares online são plataformas digitais ou de comércio eletrónico onde vários vendedores terceiros - produtores, comerciantes e consumidores - podem oferecer os seus produtos ou serviços aos consumidores e convergir para a compra e venda de produtos agrícolas. São espaços virtuais que facilitam a compra e venda de bens e serviços, atuando como intermediários entre compradores e vendedores. O Eurostat define o comércio eletrónico como "a venda ou compra de bens ou serviços, quer entre empresas, agregados familiares, indivíduos ou organizações privadas, através de transações eletrónicas realizadas através da Internet ou de outras redes informatizadas (comunicação online)". Eurostat.<sup>2</sup>

Muitas empresas estão à procura de canais convenientes para distribuir bens e serviços, alcançar um público alargado e reduzir os custos de marketing e operacionais. Ao ligar vendedores e clientes, um mercado permite-lhes efetuar pagamentos e encomendas num único local.

Os mercados online oferecem uma vasta gama de produtos, uma vez que os clientes podem navegar e comprar uma variedade de artigos de diferentes vendedores num único local, muitas vezes com a conveniência da entrega ao domicílio. Os clientes podem comparar produtos, preços e críticas de diferentes vendedores, o que os ajuda a tomar decisões de compra informadas. Os mercados fornecem aos vendedores serviços como processamento de pagamentos, marketing e atendimento ao cliente, facilitando-lhes o acesso a um público mais vasto. Muitas vezes, criam comunidades, oferecendo fóruns e sistemas de feedback que permitem aos utilizadores interagir e partilhar experiências.

## 1.2. Tipos de mercados online

A primeira categorização baseia-se no facto de as plataformas utilizarem um modelo de inventário ou de mercado para o comércio eletrónico:

- a) Num **modelo baseado em inventários**, as existências de bens e serviços são detidas por uma entidade de comércio eletrónico e vendidas diretamente aos consumidores.
- b) O **modelo de Marketplace** consiste na disponibilização de uma plataforma informática ou de uma rede digital ou eletrónica que atua como facilitador entre o comprador e o vendedor. O próprio modelo de mercado pode ser dividido em vários tipos, consoante a plataforma efetue a transação ou apenas gere elementos da mesma.

Uma segunda categoria baseia-se nos tipos de serviços prestados aos compradores ou vendedores. Os exemplos incluem: pagamentos no âmbito da plataforma, processos de execução (armazenamento, gestão de stocks e expedição), garantias para clientes e vendedores (devoluções de produtos e garantias de reembolso). As plataformas de comércio eletrónico podem fornecer uma variedade de outros serviços, como serviços financeiros (empréstimos, seguros), serviços de dados (classificação, painel de vendas, conceção de páginas Web e formação, entre outros).<sup>3</sup>

Com base no público-alvo<sup>4</sup>, encontramos mercados business-to-business (B2B), em que uma empresa oferece os seus serviços e produtos a outras empresas; mercados business-to-consumer (B2C), que lidam diretamente com clientes finais; e mercados customer-to-customer (C2C), que colocam o vendedor diretamente em contacto com o comprador e lhes permitem negociar produtos ou serviços.

---

<sup>2</sup> Estatísticas do Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:E-commerce>

<sup>3</sup> Banco Mundial. [Incorporação do financiamento digital nas plataformas de comércio eletrónico durante a pandemia de COVID-19 Avaliação preliminar do impacto da COVID-19 no comércio eletrónico e na prestação de serviços financeiros digitais às micro, pequenas e médias empresas e aos consumidores de baixos rendimentos](#). dezembro de 2020.

<sup>4</sup> Infosys BPM. [Serviços interactivos digitais](#).

Existe uma interação crescente entre o comércio digital e as finanças digitais, que é essencial para o crescimento das empresas. A infraestrutura de pagamentos digitais é essencial para a expansão do comércio eletrónico.

As entidades reguladoras dos mercados emergentes e das economias em desenvolvimento devem dar prioridade aos quadros regulamentares para a prestação de serviços financeiros e de crédito às micro, pequenas e médias empresas (MPME). As plataformas de comércio eletrónico devem integrar-se perfeitamente no sistema de pagamentos nacional e oferecer diferentes métodos de pagamento para atingir diferentes segmentos da população. As plataformas de comércio eletrónico podem desempenhar um papel fundamental na facilitação do acesso ao crédito para as pequenas empresas, quer diretamente, quer em parceria com bancos ou outros credores aprovados. Os governos devem criar quadros regulamentares adequados e proporcionados para incentivar a inovação e o desenvolvimento bem-sucedido deste mercado, incluindo a participação no sistema de informação de crédito, a proteção dos consumidores financeiros e a proteção dos dados.<sup>5</sup>

Embora não exista consenso sobre um quadro regulamentar para o comércio eletrónico global, a consciência dos novos intervenientes não bancários no ecossistema do comércio eletrónico e dos riscos potenciais que representam é um bom ponto de partida para o desenvolvimento de um quadro regulamentar a nível nacional.<sup>6</sup>

## 2. Desafios e oportunidades para os empresários do mercado online

Para os pequenos produtores e empresários africanos, os mercados online oferecem oportunidades significativas, como o acesso a mercados maiores em todo o continente e mesmo a nível mundial; melhores preços: os mercados digitais podem permitir que os pequenos produtores obtenham melhores preços para os seus produtos, reduzindo o número de intermediários, aumentando assim as suas margens de lucro.<sup>7</sup> Maior visibilidade, melhor conhecimento da marca e dados sobre as tendências do mercado, as preferências dos consumidores e os preços, que podem ajudá-los a tomar decisões informadas sobre a produção e as vendas.<sup>8</sup> As soluções de pagamento seguro oferecidas pelos mercados online podem facilitar as transações e ajudar a criar confiança junto dos clientes.<sup>9</sup> A redução das deslocações e dos custos associados às vendas presenciais é apreciada. Os vendedores também acreditam que a prospeção digital é tão eficaz como as reuniões presenciais para estabelecer contacto com os clientes existentes.<sup>10</sup>

Dado que o comércio eletrónico continua a crescer em África, subsistem vários desafios, nomeadamente no que se refere aos pagamentos e às infraestruturas logísticas. As capacidades de pagamento têm de ser reforçadas para reduzir a dependência de modelos de pagamento contraentrega, dados os custos adicionais envolvidos e as falhas de entrega.<sup>11</sup> Os sistemas de pagamento, incluindo o dinheiro móvel, estão a evoluir rapidamente e a abrir novas oportunidades para os consumidores e as empresas.

Questões como a literacia digital, o acesso à Internet e a confiança nas transações online continuam a constituir obstáculos à plena adoção dos mercados online. É necessário fornecer capacidades para a gestão das transações, a logística e o cumprimento das encomendas (as empresas precisam de prever a procura em tempo real para evitar ruturas de stock ou excesso de stock), sistemas de

---

<sup>5</sup> Banco Mundial. [Integração do financiamento digital nas plataformas de comércio eletrónico durante a pandemia de COVID-19 Avaliação preliminar do impacto da pandemia de COVID-19 no comércio eletrónico e na prestação de serviços financeiros digitais a micro, pequenas e médias empresas e consumidores de baixos rendimentos...](#) dezembro de 2020.

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Centro de Comércio Internacional Título : [Perspectivas comerciais e políticas: Mapeamento de mercados electrónicos em África](#). Genebra, dezembro de 2020.

<sup>8</sup> Standard Bank. Sangeet Paul Choudary, Jonathan Lamb e Kent Marais do Standard Bank. [Poderá África fazer avançar a economia das plataformas?](#) 2020.

<sup>9</sup> ITC. [O novo África Marketplace Explorer ajuda as pequenas empresas a compreender os sítios de comércio eletrónico emergentes em África](#). 2020.

<sup>10</sup> Arnau Bages-Amat, Liz Harrison, Dennis Spillecke e Jennifer Stanley. McKinsey. [Estes oito gráficos mostram como a COVID-19 mudou as vendas B2B para sempre](#). 2020.

<sup>11</sup> Standard Bank. Sangeet Paul Choudary, Jonathan Lamb e Kent Marais do Standard Bank. [Poderá África fazer avançar a economia das plataformas?](#) 2020.

segurança robustos para proteger os dados pessoais dos clientes e a necessidade de adquirir tecnologia para gerir reembolsos e devoluções.

### 3. O caminho a seguir

São necessários maiores esforços para ajudar a reduzir as desigualdades na preparação para o comércio eletrónico e em toda a cadeia de valor. Para que os empresários africanos possam aproveitar os benefícios da economia digital, os governos devem dar prioridade à preparação digital nacional, de modo a que mais empresas locais possam tornar-se produtoras na economia digital. A criação de um ecossistema propício ao comércio eletrónico exige mudanças nas políticas públicas e nas práticas empresariais para melhorar as infraestruturas digitais e comerciais, facilitar os pagamentos digitais e estabelecer quadros jurídicos e regulamentares adequados para as transações e a segurança online. Os países precisam também de melhores capacidades para captar e explorar dados e de quadros regulamentares mais sólidos para criar e captar valor na economia digital, diz o relatório.<sup>12</sup>

Os governos devem incentivar a utilização do comércio eletrónico, estabelecendo leis comerciais favoráveis para proteger as transações eletrónicas e regulamentando a Internet para a tornar uma plataforma comercial fiável.

Além de perturbar as principais plataformas de comércio eletrónico, a crise da COVID-19 também abriu oportunidades para novas plataformas de nicho que utilizam modelos de negócio inovadores e se dirigem a segmentos tradicionalmente excluídos das principais plataformas de comércio eletrónico. É necessário melhorar o acesso à Internet nas zonas rurais, desenvolver mercados mais inclusivos que atendam às mulheres e a diferentes locais e fomentar um ambiente que promova a inovação e a concorrência.<sup>13</sup>

### 4. Pontos-chave do debate

- Que oportunidades oferecem os mercados agroalimentares às PME e empresas africanas?
- Que desafios enfrentam os empresários no espaço digital agrícola?
- Que incentivos podem ser oferecidos às PME e aos pequenos produtores para que possam lançar e aderir melhor aos mercados?

---

<sup>12</sup> Nações Unidas. [COVID-19 e comércio eletrónico: uma análise global](#). 2021. Banco Mundial. [Measuring and Analysing Electronic Commerce: Frameworks for Improving Data Availability \[Medir e analisar o comércio eletrónico: quadros para melhorar a disponibilidade de dados\]](#). Michael J. Ferrantino e Emine Elcin Koten. Banco Mundial, dezembro de 2019.

<sup>13</sup> AgFunder. [Africotechnologies agroalimentaires en Relatório sobre os investimentos em](#). 2022.

**SÉRIE DE INOVAÇÕES PAFO-COLEAD :**

Inovações e sucesso das PME e organizações de produtores africanos

**SESSÃO N°19**

Mercados agroalimentares online:

presença de empresários e pequenos produtores africanos

Quarta-feira, 19 de junho de 2024

12:00-14:00 UTC (14:00-16:00 CET)

Online ([Zoom](#))*Interpretação em inglês-francês-português disponível***Programa**12:00-12:10 **Introdução:** Dr. Babafemi Oyewole, *Diretor Geral, PAFO***Moderadora:** Isolina Boto, *Responsável Redes e Aliança, COLEAD*12:10-13:00 **Painel: Novas oportunidades para os empresários nos mercados online**

- Modou NS N'jie, *Fundador e Director Geral, Farm Fresh, Gâmbia*
- Baraka Chijenga, *Fundador e Director Geral, Kilimo Fresh Foods Africa, Tanzânia*
- Abel Sileshi, *Diretor de Marketing, HelloMarket, Etiópia*
- Ebube Akah, *Fundadora e Directora-Geral, Aga's Wholesome Foods Limited, Nigéria*

13:00-13:20 **Novas oportunidades para os empresários nos mercados online**

- Yvette Uwimpaye, *Fundadora e Directora-Geral, Murukali, Ruanda; Membro do UNCTAD eTrade for Women Communities*
- Moses Owiny, *Especialista em Digital para Desenvolvimento D4D, Agência Belga de Desenvolvimento*

13:20-13:50 **Debate**13:50-14:00 **Principais pontos a reter e conclusão**

O evento é apoiado pelo programa Fit For Market Plus, implementado pelo COLEAD no âmbito da cooperação para o desenvolvimento entre a Organização dos Estados de África, das Caraíbas e do Pacífico (OEACP) e a União Europeia (UE).

Esta publicação foi produzida com o apoio financeiro da UE e da OEACP. O seu conteúdo é da exclusiva responsabilidade do COLEAD e do IICA e não pode, de forma alguma, ser considerado como reflectindo as opiniões da UE ou da OEACP.